

ТОРГІВЛЯ, КОМЕРЦІЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

Збірник наукових праць

Випуск 15

ЛЬВІВ
ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ
2013

Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін.].– Львів : Львівська комерційна академія, 2013. – Вип. 15. – 210 с.

***Збірник наукових праць
Випуск 15***

Відповідно до Постанови Президії ВАК України №3-05/6 від 6.10.10 збірник включено до переліку фахових видань

*Друкується за ухвалою Вченої ради Львівської комерційної академії
Протокол № 4 від 27 грудня 2013 р.*

Редакційна колегія:

*Апопій В. В., д.е.н., проф. (голова редколегії);
Дайновський Ю. А., д.е.н., проф.;
Скибінський С. В., к.е.н., проф.;
Васильців Т. Г., д.е.н. доц.;
Мельник І. М., к.е.н., доц. (відповідальний секретар);
Мізюк Б. М., д.е.н., проф. (заступник головного редактора);
Мокій А. І., д.е.н., проф.;
Точилін В. О., д.е.н., проф.;
Футало Т. В., д.е.н., проф.*

Відповідальний за випуск – д.е.н., проф. Мізюк Б. М.

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Анопій В. В., Дмитренко І. А., Лопациук І. А.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ
ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ..... 6

Власова Н. О., Андросов В. Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ
ТОРГІВЛІ..... 12

Гальків Л. І., Демчишин М. Я.

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА
РОЗДРІБНИЙ ТОВАРООБОРОТ УКРАЇНИ..... 16

Гонська М. Р.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КЕЙС-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ОЦІНКИ ТА АТЕСТАЦІЇ
ПЕРСОНАЛУ ВЕЛИКИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ..... 21

Мельник І. М., Боднар О. О.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В
УКРАЇНІ..... 28

Миценко Н. Г., Радюк І. І.

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ФОРМУВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА..... 32

Орлик І. О.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ..... 35

Ситник Н. С.

РЕГУЛЮВАННЯ ДИСПРОПОРЦІЙ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В СФЕРІ
ТОВАРНОГО ОБІГУ..... 40

Фединець Н. І.

ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ..... 43

Хом'як Ю. М., Затирка М. С.

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ АСОРТИМЕНТУ РОЗДРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА.. 51

Шиндировський І. М.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЛЬВІВЩИНИ..... 56

Вірт М. Я.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ НА
ОПТОВИХ РИНКАХ УКРАЇНИ..... 60

Домбик О. М.

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
БІЗНЕСУ..... 64

Кузьменков О. О.

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА БУДІВНИЦТВА ОПТОВИХ РИНКІВ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У 2010-2012 РОКАХ..... 67

<i>Куцик В. І., Пуцик В.</i>	
ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ І ЙОГО СТРУКТУРА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ.....	71
<i>Лук'янець О. В.</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ.....	75
<i>Антонюк Я. М., Антонюк Г. Я.</i>	
ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС.....	80
НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
<i>Березін О. В.</i>	
ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНКУ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	87
<i>Бабійчук Т. П.</i>	
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ В ФУНКЦІОНУВАННІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ.....	90
<i>Гудзовата О. О.</i>	
АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЯМИ.....	94
<i>Заярна Н. М., Васюта Н. Р.</i>	
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ НА ВИЩОМУ РІВНІ УПРАВЛІННЯ.....	99
<i>Килин О. В., Свелеба Н. А.</i>	
ЗНАЧЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТО- СПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	102
<i>Колянко О. В.</i>	
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ.....	105
<i>Батьковець Г. А., Ланда О. О.</i>	
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЛЬВІВЩИНИ.....	108
<i>Міценко Н. Г.</i>	
ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ СИСТЕМ.....	111
<i>Анопій Г. В., Неділька К. З</i>	
ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ.....	117
<i>Олексин С. М.</i>	
ЕКОНОМЕТРИЧНА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ.....	119
<i>Павліш Л. В.</i>	
ЛЬВІВЩИНА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ РЕГІОН УКРАЇНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ.....	124
<i>Процишин О. Р.</i>	
ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	129
<i>Скрипко Т. О.</i>	
ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	134

<i>Трут О. О.</i>	ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ УКРАЇНСЬКИМИ МЕНЕДЖЕРАМИ.....	138
<i>Шалева О. І.</i>	ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	142
БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК		
<i>Воронко Р. М.</i>	НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ.....	146
<i>Жигало І. І.</i>	ПОКАЗНИКИ ТА ІНДИКАТОРИ В БАЗИСНІЙ ОСНОВІ ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ.....	155
<i>Зубчик С. М.</i>	ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР У ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОМУ КОНТРОЛІ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	159
<i>Клименко І. В.</i>	ЛІЗИНГ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ: ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ.....	164
<i>Міронова О. І.</i>	АНАЛІЗ ОКРЕМИХ ПОЛОЖЕНЬ ПСБО 32 „ІНВЕСТИЦІЙНА НЕРУХОМІСТЬ” ТА ЇХ ПОРІВНЯННЯ З ОКРЕМИМИ ПОЛОЖЕННЯМИ МСБО 40 „ІНВЕСТИЦІЙНА НЕРУХОМІСТЬ”.....	169
<i>Ніколаєва С. П.</i>	ОПЕРАЦІЇ ОПЕРАТИВНОГО ЛІЗИНГУ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЛІЗИНГОВИХ КОМПАНІЙ.....	173
<i>Саюн А. О.</i>	УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ВАРТОСТІ КОМПАНІЇ.....	179
<i>Семеншєна Н. В.</i>	БАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ „БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК” КРИЗЬ ПРИЗМУ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ.....	181
<i>Сенчук Т. Я.</i>	ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ДОСЛІДЖЕННЯ І РОЗРОБКИ.....	187
<i>Тарасенко С. В.</i>	БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК РЕЗУЛЬТАТІВ НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ ПОВ’ЯЗАНИХ З ЕКСПЛУАТАЦІЄЮ СУДНА.....	194
<i>Шинкаренко О. М., Мичак Н. О.</i>	ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ДОХОДІВ І ВИДАТКІВ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ.....	198
<i>Ревть Ю. І.</i>	СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ ЗАКАРПАТТЯ.....	204
	ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	207

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ І ФУНКЦІОНУВАННЯ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

УДК 339.33

Анопій В. В., Дмитренко І. А., Лопашук І. А.

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Розглядаються загрози і ризики, обумовлені посиленням інтеграційних процесів, їх наслідки для внутрішньої торгівлі і суміжних сфер. Аналізується вплив експансії імпорту і торгового капіталу на розвиток торгівлі. Запропоновано заходи щодо забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішньої торгівлі.

Ключові слова: внутрішня торгівля, міжнародний товарний обмін, загрози, економічна безпека.

Apopyi V., Dmytrenko I., Lopaschuk I.

ECONOMIC SECURITY UKRAINE INTERNAL TRADE IN THE INCREASINGLY INTERNATIONAL INTEGRATION

Threats and risks conditioned by strengthening of integration processes are examined, their consequences for domestic trade and contiguous spheres. Influence of expansion of import and trade capital is analysed on development of trade. Events offer in relation to providing of economic security of development of domestic trade.

Keywords: domestic trade, international commodity exchange, threats, economic security.

Вступ. Характерною особливістю сучасного розвитку світового господарства є переміщення процесів глобалізації в нову фазу – регіональної міжнародної інтеграції. Як наслідок, формуються нові регіональні інтеграційні об'єднання навколо таких центрів, як США, ЄС, Російська Федерація та Японія. При цьому Україна знаходиться в зоні тяжіння одразу двох центрів – ЄС та Росії.

Як західний, так і східний вектор переслідують мету політичної та економічної інтеграції з акцентом на розширення торговельно-економічних відносин. Саме торгівля є головною сферою інтеграції на перших етапах.

Оскільки торгівля відноситься до життєво важливих сфер національної економіки, вона вимагає гарантій економічної безпеки, розвитку і функціонування в умовах міжнародної інтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальних досліджень економічної безпеки розвитку внутрішньої торгівлі неприпустимо мало. Обмежене і коло публікацій. В монографії [1] розглядаються окремі аспекти інтернаціоналізації внутрішньої торгівлі; в роботі [2] колективом авторів обґрунтовано механізми захисту внутрішнього ринку; економічна безпека торгівлі у контексті розвитку крупноформатних підприємств торгівлі розкрито в роботі [3].

Постановка завдання. Метою статті є розкрити науково-прикладні засади економічної безпеки

вітчизняної торгівлі в умовах міжнародної інтеграції.

Виклад основного матеріалу. Сфера торгівлі України, як об'єкт міжнародної інтеграції, займає особливе місце в національному господарстві. Вона забезпечує товарно-грошовий обмін у формі купівлі-продажу, задовольняє 75-80% матеріальних потреб населення, залучаючи в товарооборот величезні товарні ресурси. Торгівля формує 14-15% ВВП, забезпечує зайнятість 25% трудових ресурсів країни (тобто в 1,5 рази більше, ніж промисловість). Широких масштабів набув міжнародний товарний обмін. Обсяг експортно-імпорتنих операцій сягає 153 млрд. дол. США (рис. 1). Таким чином, торгівля відноситься до життєво важливих сфер національної економіки і вимагає надійних гарантій економічної безпеки. Проте, вже на початкових стадіях формування інтеграційних зв'язків спостерігається диспаритетність.

Як відомо, переговорні позиції і ресурсна база ЄС та Росії в інтеграції з Україною значно переважають, що зумовлює асиметричність умов, інтересів та вигод в процесі співробітництва. Така асиметричність виражається у безальтернативності трансформацій та адаптації вітчизняних структур, механізмів, засад під стандарти і правила країн-інтеграторів, що об'єктивно породжує ризики і загрози для розвитку і функціонування вітчизняної торгівлі (табл. 1).



Рис. 1. Основні параметри сфери торгівлі

Таблиця 1

Основні види загроз безпеці розвитку сфери торгівлі

Характер загроз	Види загроз	Характер загроз	Види загроз
Кризові	Інфляція. Безробіття. Недоступність кредитів. Низька купівельна спроможність. Низька платоспроможність суб'єктів торгівлі	Соціальні	Десоціалізація. Малодоступність споживачів (цінова) до торговельних послуг. Низька соціальна відповідальність торговельного бізнесу
Глобалізаційно-інтеграційні	Надмірна лібералізація. Неконтрольований імпорт товарів. Експансія торгового капіталу. Інтернаціоналізація торгівлі. Квотування експорту. Жорсткі технічні бар'єри. Послаблення митного контролю.	Правові	Відсутність правової бази. Нерозробленість нормативних актів. Недосконалий правовий захист в сфері обігу. Значний обсяг тіншового обороту.
Макроекономічні	Міжгалузеві диспропорції. Нееквівалентність обміну. Диспаритет цін. Інвестиційна пасивність. Низький рівень інноваційності. Низький рівень конкурентоспроможності	Організаційно-управлінські	Відсутність системи управління. Низька організаційна культура, слабка концентрація і спеціалізація торгівлі

З табл.1 видно, що діапазон загроз, переважно реальних для розвитку і функціонування сфери товарного обігу надмірно широкий і небезпечний. Тому об'єктивно необхідно глибоко і всебічно розкрити їх зміст і прогнозувати вектори та наслідки впливу. В межах обмеженої статті розглянемо лише окремі з них, що мають глобалізаційно-інтеграційний характер.

Безпосередньо глобалізаційно-інтеграційні загрози є досить небезпечними для слабоконкурентної сфери товарного обігу України. Їх доцільно проаналізувати крізь призму вимог й правил розділу IV "Торгівля та питання, пов'язані з торгівлею" Угоди про асоціацію між ЄС та Україною та аналогічних вимог Зони вільної торгівлі з Росією.

Найбільш суттєва загроза криється у надмірній лібералізації торгівлі. Лібералізація вимагає вільний рух (без бар'єрів) товарів, послуг, продукції, капіталу, робочої сили, інформації через митні кордони України і всередині країни.

Нині через кордони країни щорічно пересуваються величезні потоки товарів і послуг – не менше 170 млрд. дол. США, а на внутрішньому ринку – приблизно 1,2 трлн. грн. Причому ці потоки зростають на 15-20% щорічно. Їх регулювання нині здійснюється, головним чином, митними механізмами і субсидіями.

В інтеграційних угодах передбачається нова парадигма регулювання, суть якої полягає:

– по-перше – введення безмитного доступу товарів до України. З 9699 тарифних ліній ЄС 8674 або 90% пропонується лібералізувати, тобто звести до 0;

– по-друге – скасувати субсидії, тобто державну підтримку експорту.

Взамін пропонуються нетарифні регулятори: технічні регламенти, стандарти на продукцію, комплекс санітарних і фітосанітарних заходів, процедури щодо безпечності та якості харчових продуктів.

Таким чином, слід очікувати скорочення не менше 12,5 млрд. грн. митних поступлень в держбюджет України. Будуть скорочені і дотації та субсидії на підтримку окремих галузей – особливо аграрного сектору і добувальних галузей (приблизно 19 млрд. грн. в рік).

Нова парадигма нетарифного регулювання виглядатиме таким чином (рис.2).

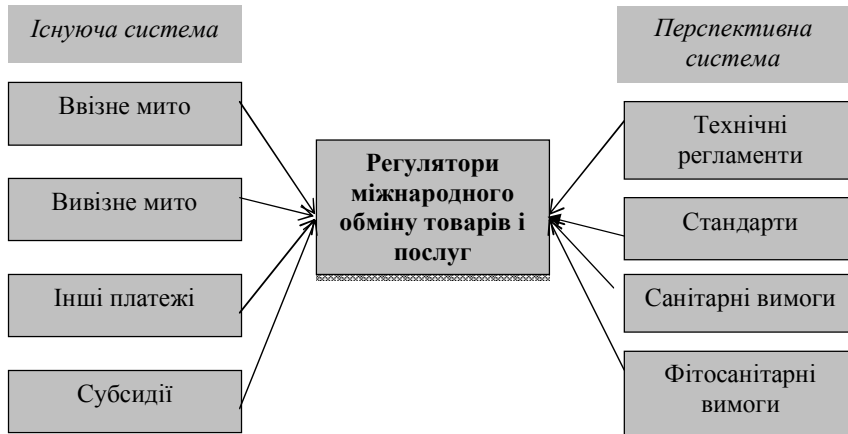


Рис. 2. Зміна парадигми регулювання в системі міжнародного обміну товарів і послуг

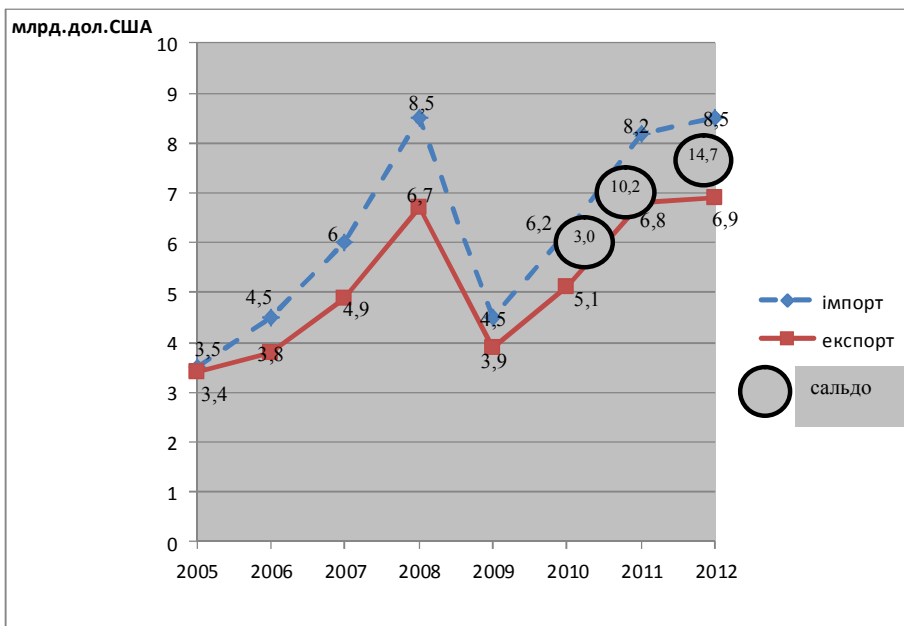


Рис.3. Динаміка обороту зовнішньої торгівлі України

За різними оцінками нова парадигма більш перспективна. Вона передбачає ввезення і вивезення з України товарів високої якості, надійності, безпечності для споживачів. Для цього необхідно модернізувати вітчизняне товарне виробництво на інноваційних засадах. Відповідно реальний сектор економіки вимагає інвестицій на інноваційний розвиток. Так, тільки в харчовій промисловості на

виробництво конкурентоспроможної і безпечної продукції потрібно 500 млн. грн.

Інша проблема інтеграційних процесів – неконтрольований імпорту товарів. Слід підкреслити, що експансія імпорту характерна для більшості товарних груп, причому у зростаючих масштабах, що приводить до від'ємного сальдо поточних операцій, тобто з 2005 року спостерігається суттєвий розрив між імпортом і експортом з України (рис.3).

Зовнішньоекономічний оборот України з країнами ЄС та Росією

(млрд. дол. США)

Географічна структура	Роки								2012 до 2005, %	Частка 2012, %
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012		
Країни ЄС	22,9	28,8	36,9	48,1	25,5	32,9	44,1	43,5	189,9	28,0
– експорт	10,8	12,6	14,7	19,3	10,2	13,8	18,4	17,4	161,1	25,2
– імпорт	12,1	16,2	22,2	28,8	15,3	19,1	25,7	26,1	215,7	30,1
– сальдо	-1,3	-3,6	-7,5	-9,5	-5,1	-5,3	-7,3	-8,7	6,7р.	-
Росія	20,2	22,4	29,4	35,3	21,6	35,5	48,9	45,0	2,2	29,2
– експорт	7,4	8,7	12,6	15,7	8,4	13,4	19,8	17,6	2,3	25,6
– імпорт	12,8	13,7	16,8	19,4	13,2	22,1	29,1	27,4	2,1	32,3
– сальдо	-5,4	-5,0	-4,2	-3,7	-4,8	-8,7	-9,3	-9,7	1,8	-

Аналіз даних табл. 2 показує, що країни ЄС і Росія займають близькі позиції у зовнішньому економічному обороті України – по 44-45 млрд. дол. США, проте за темпами зростання Росія випереджає країни ЄС.

Важливо підкреслити, що від'ємне сальдо балансу формується переважно внаслідок товарного обміну України з Європою і Росією

Експансія імпорту товарів в Україні вже тепер приводить до блокування слабоконкурентного вітчизняного товарного виробництва і, відповідно, зростання частки імпортованих товарів у складі товарообороту на споживчому ринку (рис.4).

Дані рис.4 свідчать про суттєве падіння виробництва вітчизняних товарів. Як результат, на внутрішньому ринку різко знизилася частка вітчизняних товарів в товарообороті і досягла критичного рівня

товарам знизилася до 70%, а з непродтоварів складає лише 30-35%.

Таким чином, у сенсі залежності товарно-ресурсного забезпечення від імпорту національний споживчий ринок знаходиться у зоні критичної безпеки.

Поряд з експансією імпорту спостерігається ще одна загроза – масштабного проникнення зарубіжного торговельного капіталу в сфері товарного обігу, насамперед, на інвестиційні цілі.

Інвестиційну привабливість внутрішнього споживчого ринку зумовлюють такі фактори:

- висока місткість споживчого ринку і стійке зростання масштабів і темпів його розвитку в останнє десятиріччя;
- короткі терміни окупності інвестицій в торговельні об'єкти;

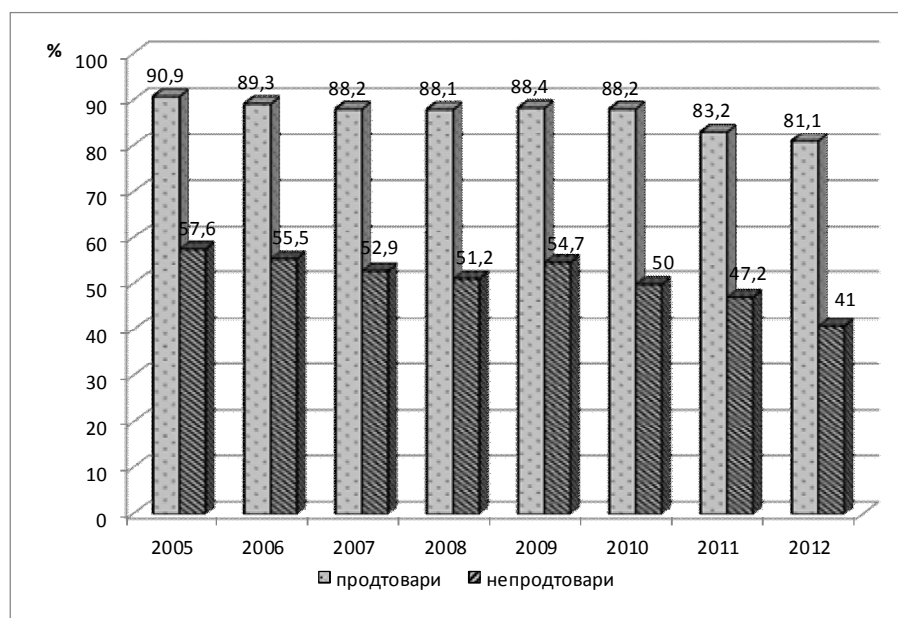


Рис.4. Частка товарів, вироблених в Україні в товарообороті роздрібних підприємств

за стандартами національної економічної безпеки. Так, із врахуванням неорганізаційного ринку частка товарів вітчизняного виробництва по продовольчим

– важкодоступність торгового бізнесу до довготермінових банківських кредитів в Україні і надмірно високі процентні ставки за кредит;

- висока оборотність активів в торгівлі;
- зростаюча залежність торгівлі від позичкового капіталу.

Прямі іноземні інвестиції у внутрішню торгівлю характеризуються стабільною позитивною динамікою (рис.5).

Як видно з рис.5, за 2000-2012рр. обсяги іноземних інвестицій збільшилися у 7,5 рази і сягли у 2012р. більше 5.4 млрд. дол. За масштабами вкладення іноземних інвестицій торгівля вийшла на друге місце серед видів економічної діяльності і поступається лише переробній промисловості.

В цілому прискорене збільшення інвестицій в основний капітал у внутрішній торгівлі України має позитивні наслідки:

- якісно оновлюються основні фонди у всіх секторах торгівлі;
- відбувається технологічний прогрес і глибока модернізація галузі;
- підвищується конкурентоспроможність об'єктів торгівлі;
- формується сучасна система торговельного обслуговування, заснована на високій якості, культурі і ефективності.

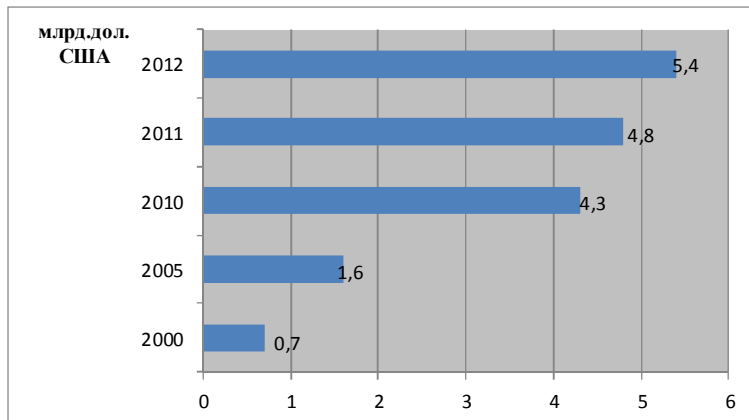


Рис.5. Прямі іноземні інвестиції у торговельній сфері

Така інвестиційна активність зумовлює прискорений розвиток не всіх секторів внутрішньої торгівлі. Слід зауважити, що вітчизняні і іноземні інвестиції мають різну спрямованість (рис.6).

Вітчизняні інвестиційні кошти вкладаються, головним чином, в розвиток роздрібною торгівлі автомобілями, іншими транспортними засобами та в роздрібну торгівлю (52,7%). Структура іноземних інвестицій діаметрально протилежна. Вкладення в

Разом з тим, спостерігаються принципово нові явища для національної економіки – прямі іноземні інвестиції створюють сприятливі умови для інтенсивного розвитку іноземних суб'єктів на товарних ринках України. І цей процес набуває широких масштабів.

Прискорено зростає кількість нових іноземних суб'єктів торгівлі, які витісняють вітчизняний комерційний бізнес з внутрішнього споживчого ринку (табл.3).

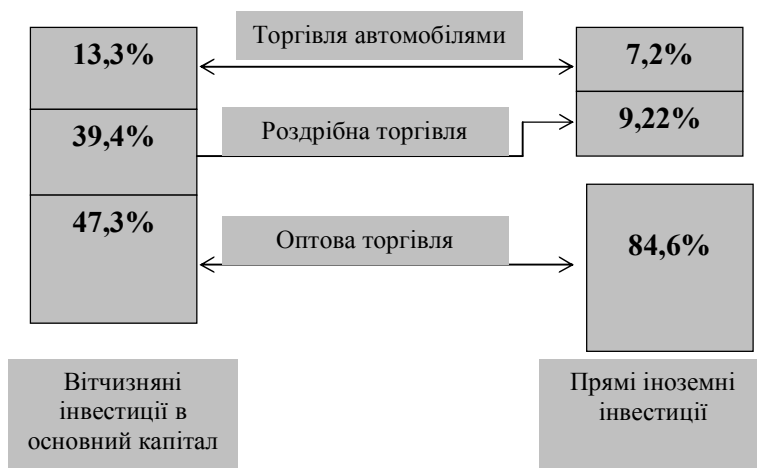


Рис.6. Структура інвестицій в сфері торгівлі (2008р.)

роздрібну торгівлю не перевищують 9,5%, що вказує на зростання інтересів зарубіжних інвесторів в самий відсталый нині і самий важливий в перспективі сектор – оптову торгівлю.

Слід підкреслити, що стратегія зарубіжних суб'єктів у крупно-форматних роздрібних підприємствах достатньо агресивна і полягає у тому, щоб охопити не менше 60% ринку в зоні своєї діяльності. Наслідки такої стратегії вже тепер прояв-

Провідні зарубіжні торговельні мережі в Україні

№ з/п	Назва компанії	Мережа	Кількість магазинів
1.	METRO Group	Metro Cash @ Carry	21
2.	Spar-Україна	Spar	36
3.	О'Кей Україна	О'Кей	13
4.	Auchan Group	Auchan	8
5.	BILLA	Billa	19
6.	Вестер Україна	Вестер	9

ляються. За 2000-2012рр. кількість вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі в Україні скоротилася з 45 тис. од. до 28 тис., тобто у 1,5 рази.

Особливу небезпеку викликають загрози, пов'язані з недосконалістю правового регулювання. В Україні прямого закону про внутрішню торгівлю немає. Норми права "розкидані" по чисельним законам, нормативам, постановам, є фрагментарними і малоефективними для сфери обігу. Відтак, в сфері торгівлі базові відносини власності, економічного обміну, соціальної відповідальності реалізуються деформовано і малоефективно, правовий захист торговельної діяльності надзвичайно ускладнений. В таких умовах зростає тіньовий оборот, сектор неорганізованого ринку і рейдерство.

Висновок. Узагальнюючи вище сказане, можна зробити висновок, що сфера товарного обігу зна-

ходиться в епіцентрі небезпечних загроз, які посилюють свій вплив. Їх нейтралізація пов'язана з переводом цієї життєво важливої сфери в кероване русло на основі ефективної торговельної політики, обґрунтованої комплексної програми і гармонізованої законодавчо-нормативної бази.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації: монографія / [за ред. Л. Лігоненко]. – К. : КНТЕУ, 2009. – 334 с.

2. Проблеми та напрями захисту внутрішнього ринку: наукова доповідь / [за ред. акад. НАН України Гейця В., д.е.н., проф. Точиліна В. О., чл.-кор. НАН Осташко Т. О.] – ДУ ІЕП НАН України. – К., 2008. – 102 с.

ОСОБЛИВОСТІ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Визначено основні особливості, характерні для складу та використання ресурсів в підприємствах роздрібною торгівлі. Узагальнено сучасні підходи до класифікації ресурсів підприємств, яку доповнено з позицій управління процесом ресурсного забезпечення такими ознаками, як: участь у формуванні конкурентних переваг; участь у процесі розвитку підприємств; за формою надходження; за рівнем управління та ін.

Ключові слова: ресурси, підприємства торгівлі, ресурсне забезпечення.

Vlasova N., Androsov V.

THE FEATURES AND CLASSIFICATION OF RETAILERS' RESOURCES

The main features that characterize the composition and the use of resources in the retail trade is determined. It is summarized the current approaches to classification of enterprise resources, which is supplemented with positions of managing the resource supply such attributes as participation in the formation of competitive advantages, participation in the development of enterprises, by the form of standing at the enterprise, by the level of management and others.

Keywords: resources, trade enterprises, resource supply.

Вступ. Необхідною умовою функціонування та розвитку підприємств роздрібною торгівлі є наявність певної кількості та складу ресурсів, які залучаються на відповідних ринках через механізм купівлі-продажу, мають відповідну ціну, споживчу вартість й вартість. Ресурси можуть накопичуватися у формі запасів, приймають участь та забезпечують безпосередньо торгово-виробничий процес, результатом якого є дохід їх власників у тій чи іншій формі. Вони є важливим елементом економічного потенціалу підприємства у досягненні не тільки поточних, але й стратегічних цілей. Як цілісна система ресурси взаємозамінні, взаємозалежні, взаємодоповнюють один одного. Необхідність оптимального забезпечення підприємств різноманітними видами ресурсів, ефективного управління цим процесом потребує чіткого уявлення про їх склад та значущість окремих груп не тільки у поточній діяльності, але і у розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми управління ресурсами підприємств не є новими. Вони з різних боків як в цілому, так й за окремими видами (управління матеріальними, трудовим, фінансовими ресурсами тощо) розглядаються в економічній літературі [1-4]. Що стосується роздрібною торгівлі, то питання особливостей використання та управління ресурсами підприємств висвітлені в останніх працях вітчизняних науковців Бланка І. О., Краснокутської Н. С., Шталь Т. В. та ін. [5-7]. Але підвищення обґрунтованості управлінських рішень щодо формування необхідного обсягу та складу ресурсів в сучасних умовах потребує подальших досліджень у виокремленні груп ресурсів відповідно до цілей розвитку підприємств роздрібною торгівлі.

Постановка завдання. Метою даної статті є узагальнення сучасних підходів до класифікації ресурсів підприємств та їх систематизація з позицій управління процесом ресурсного забезпечення на основі визначення основних особливостей, що характерні для складу та використання ресурсів у роздрібній торгівлі.

Виклад основного матеріалу. Особливості функціонування підприємств різних галузей національної економіки визначають кількісний та якісний склад ресурсів, напрями та ефективність використання, значущість окремих видів ресурсів. Роздрібна торгівля, яка займає проміжне місце між виробниками та споживачами товарів, надає послуги - першим - у реалізації їх продукції, а другим – у забезпеченні їх потреб. Виконуючи функції просування товарів із сфери виробництва у сферу споживання, торговельні підприємства використовують різноманітні ресурси, формування та використання яких відрізняється від підприємств інших видів економічної діяльності. По-перше, у складі ресурсів значне місце займають товарні ресурси, які є основним предметом праці, й від кількості та складу яких залежить ступінь задоволення потреб споживачів. По-друге, важливу роль у здійсненні торговельно-виробничих процесів виконують трудові ресурси, діяльність яких безпосередньо впливає на можливість реалізації товарів та послуг. По-третє, роздрібна торгівля потребує відносно менших витрат на формування основних засобів. Четверте, висока швидкість обороту капіталів робить цю сферу діяльності інвестиційно привабливою. П'яте, результати діяльності підприємств роздрібною торгівлі у значній мірі визначаються таким видом ресурсів як просторові ресурси. Це лише основні відмітні риси ресурсної складової економічного потенціалу підприємств галузі.

Процес управління формуванням, розподілом та використанням складної системи ресурсів підприємств роздрібної торгівлі потребує наукових підходів до їх систематизації. «Класифікація – система супідрядних понять (класів, об'єктів) ... засоби для встановлення зв'язків між цими поняттями або класами об'єктів. Ціль класифікації – визначення місця в системі будь-якої одиниці (об'єкта), що вказує на його властивості...» [8, с. 257].

Універсальну базову класифікацію ресурсів надає економічна теорія, яка розподіляє їх за походженням на природні, трудові та матеріальні, що створені людиною засоби та предмети праці [9-11]. Цей підхід властивий кожній економічній системі. Розвиток виробничих сил та економічних відносин поступово виокремлює й інші групи ресурсів, які є похідними. В умовах товарно-грошових відносин з'являються фінансові ресурси, ринок визначає потребу у такому виді ресурсу як підприємницькі здібності. Ускладнення та невизначеність економічних відносин, зростання конкуренції підвищують значущість інформаційних ресурсів.

У класичному підручнику з «Економіки підприємства» автори, розглядаючи фактори виробництва, які є формою прояву тієї частини ресурсів, що використовуються, поділяють їх на сировину та матеріали, засоби виробництва та людську працю. При цьому до засобів виробництва вони відносять як природні, так і створені людьми матеріальні й нематеріальні ресурси, а саме: землю, будівлі, споруди, обладнання, різноманітні юридичні права, знання та технології. Враховуючи здатність засобів виробництва сприяти підвищенню ефективності та продуктивності технологічних процесів, їх називають потенційним фактором виробництва. В свою чергу, фактор праці поділяють на дві складові: виконавчу та управлінську працю. Виконавцями як управлінської, так і виконавчої діяльності, що спрямована на зміну об'єктів, являються кадри [12, с. 636-637].

Подальший розвиток теорії економіки підприємств визначає ще більш деталізовані підходи до виокремлення певних груп ресурсів в залежності від їх ролі у досягненні результату (цілей) господарювання. Так, в сучасних умовах все більшу значущість набуває структуризація ресурсів з позицій формування потенціалу та створення цінності у процесі діяльності підприємств. Досліджуючи потенціал торговельного підприємства, Краснокутська Н. С. елементну складову ресурсного потенціалу поділяє на дві групи: матеріальні та нематеріальні. До першої групи відносяться товарні, кадрові, фінансові, технічні та просторові ресурси. Технічні ресурси представлені тільки активною частиною основних засобів, а просторові ресурси – об'єктами нерухомості (тобто пасивною частиною основних засобів) та місцем розташування. Друга група включає інформаційну та репутаційну складові. Остання включає елементи нематеріальних активів (бренди, торгові марки), а також ділову репутацію [6, с. 39]. На наш погляд, ділова репутація формується в процесі взаємовідносин торговельного підприємства з контрагентами, споживачами та іншими зацікавленими сторонами й не в повній мірі відповідає розумінню сутності ресурсів. Її носієм виступають кадрові ресурси.

Теоретики менеджменту, що розглядають підприємство як виробничу систему, розподіляють ресурси відповідно до вирішення завдань стратегічного управління наступним чином: технічні ресурси, які представлені особливостями виробничого обладнання, інвентарю, основних та допоміжних матеріалів тощо; технологічні ресурси, до складу яких віднесені динамічність технологій, наявність конкурентоспроможних ідей, наукових досягнень тощо; кадрові ресурси, що характеризуються кваліфікаційним, демографічним складом робітників, їх здатностями адаптуватися до змін цілей підприємства; просторові ресурси, які включають територію підприємства, комунікації, можливості розширення, характер виробничих приміщень й ін.; інформаційні та фінансові ресурси. Додатково ця група авторів виділяє ресурси організаційної структури системи управління, під якою розуміють характер та гнучкість системи управління, швидкість проходження управлінських рішень тощо [13; 14]. У цьому підході підкреслюється стратегічна складова кожної групи ресурсів.

З позицій ролі у виробничому процесі, нам найбільш імпонує точка зору Р. Гранта [15], який в межах ресурсної концепції виділяє три основні групи ресурсів: матеріальні, нематеріальні й людські, тобто виокремлює останні із складу матеріальних, що підкреслює їх високу та особливу значущість у процесах виробництва. При цьому до складу матеріальних ресурсів він включає фізичні активи та фінансові ресурси, які знаходять відображення у балансі підприємств. Фізичні ресурси представляють будівлі, споруди, сировину тощо. Їх розмір та склад впливає на структуру поточних витрат та можливості інноваційного розвитку. До складу фізичних ресурсів можна віднести просторові ресурси, які визначають територіальне місцезнаходження підприємства. Їх цінність залежить від кон'юнктури на ринку нерухомості, диференціації ставок орендної плати та корупційних складових трансакцій під час неринкового розподілу земельних ділянок. Для об'єктів роздрібної торгівлі важливим елементом споживчої вартості цього ресурсу є ємність споживчого ринку можливої торговельної зони.

Фінансові ресурси - це сукупність джерел грошових засобів, що акумулюються господарюючими суб'єктами для формування необхідних йому активів з метою здійснення всіх видів діяльності як за рахунок власних доходів, нагромаджень і капіталу, так і за рахунок різного виду надходжень. Вони мають універсальну властивість перетворюватися у будь який час в інші види ресурсів. Їх особливостями є, з одного боку, постійний рух, а, з іншого, розміщення у цільових фондах підприємств (статутний фонд, нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування, фонд кредитних ресурсів тощо).

Зміст нематеріальних ресурсів передбачає певні юридичні права на володіння брендами, торговими марками та іншими складовими інтелектуальної власності. Носіями інтелектуальної складової ресурсів підприємств, як й репутаційної, є трудові ресурси.

Особливо місце в системі ресурсів підприємств займають трудові ресурси. Вони визначаються кількісними та якісними характеристиками персоналу підприємств: рівнем кваліфікації, творчими здіб-

ностями, досвідом, знаннями сучасних технологій, прагненням до підвищення кваліфікації тощо. В залежності від функцій, що вони виконують, їх можна розділити на виконавчі та управлінські. Підприємницькі здібності також можна віднести до складу цієї групи ресурсів.

Що стосується інформації, то значна її частина формується в межах підприємства персоналом в

процесі виконання облікових функцій, маркетингових досліджень й ін. Інформацію та інформаційні технології, що купують підприємства на зовнішніх ринках, на наш погляд, можна розглядати в межах управлінських ресурсів.

Групування ресурсів підприємств відповідно до їх ролі у досягненні результату (цілей) підприємств роздрібної торгівлі наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Систематизація ресурсів підприємств роздрібної торгівлі з позицій управління ресурсним забезпеченням (розроблено авторами)

Ознаки класифікації	Основні групи	Деталізація в межах групи	
1. За економічною природою (природою походження)	1.1. Базові	1.1.1. Природні	
		1.1.2. Трудові	
		1.1.3. Матеріальні, створені у процесі праці	
	1.2. Похідні	1.2.1. Фінансові	
		1.2.2. Підприємницькі здібності	
		1.2.3. Інформаційні	
2. За роллю у досягненні результату (цілей) господарювання	2.1. Матеріальні	2.1.1. Фізичні	
	2.2. Нематеріальні	2.1.2. Фінансові	
		2.2.1. Юридичні права	
	2.3. Людські	2.2.2. Інтелектуальна власність	
		2.3.1. Виконавчі	
		2.3.2. Управлінські	
	3. За можливостями змін у часі та перенесенні вартості	3.1. Умовно-змінні	2.3.3. Підприємницькі здібності
			3.1.1. Сировинні, товарні ресурси, інвентар тощо
		3.2. Умовно-постійні	3.1.2. Людські ресурси
3.2.1. Будівлі, споруди			
3.2.2. Обладнання тощо			
4.1. Ресурси основної діяльності			
4. За видами діяльності	4.2. Ресурси фінансової діяльності		
	4.3. Ресурси інвестиційної діяльності		
	4.4. Ресурси надзвичайних ситуацій		
	4.5. Корупційна складова ресурсів		
	5. За формою залучення	5.1. Володіння на правах власності	Акції, пайові внески, індивідуальний капітал
5.2. Ресурси, що використовуються на договірній (контрактній) основі		Кредит, оренда, лізинг, трудові контракти тощо	
5.3. Ресурси, що залучаються на безоплатній основі		На умовах комісії, благодійні внески тощо	
6. За участю у формуванні конкурентних переваг	6.1. Загальні		
	6.2. Специфічні		
	6.3. Унікальні		
7. За участю у розвитку	7.1. Ті, що забезпечують поточну діяльність (функціонування)		
	7.2. Ті, що забезпечують кількісне зростання (інвестиційні)		
	7.3. Ті, що забезпечують якісні зміни (інвестиційно-інноваційні)		
8. За місцем виникнення	8.1. Зовнішні		
	8.2. Внутрішні		
9. За необхідністю визначення ефективності бізнес-процесів	9.1. Ресурси основних бізнес-процесів	Ресурси закупок, складування, зберігання товарів та продажів	
	9.2. Ресурси бізнес-процесів, що забезпечують основні та управлінські бізнес-процеси	Ресурси адміністративно-господарського, інформаційного забезпечення, ресурси зв'язку, ресурси юридичного забезпечення та забезпечення безпеки	
	9.3. Ресурси, що зайняті в управлінні	Ресурси управління персоналом, маркетингом, фінансами, закупками, транспортною логістикою, стратегічного управління	
10. За цілями управління	10.1. Стратегічні		
	10.2. Тактичні		
	10.3. Оперативні		
11. За станом	11.1. У формі запасів		
	11.2. У формі потоків		
	11.3. У формі потенційних можливостей		
12. За рівнем забезпеченості	12.1. Мінімально-необхідні		
	12.2. Оптимальні відповідно до цілей діяльності (розвитку)		
	12.3. Надлишкові		

Теоретики мікроекономіки розподіляють ресурси суб'єктів господарювання за можливостями змін у часі та формою перенесення вартості на умовно-змінні та умовно-постійні [9, с. 272]. Умовно-змінні у виробничому процесі, як правило, змінюють свою фізичну форму, а їх вартість на протязі одного виробничого циклу переноситься на створену продукцію або послуги. Умовно-постійні достатньо довгий час використовуються у виробництві, не змінюють свою натуральну форму і частинами по мірі зносу переносять вартість на продукцію чи послуги. Можливості змін у часі корелюють з можливостями змін ресурсів у просторі, що дозволяє їх розділяти на мобільні та нерухомі. Перші з більшою швидкістю здійснюють свій кругообіг, а другі відповідно – обертаються повільніше.

Розглянуті вище групування, безумовно, дозволяють розкрити сутність, особливості окремих видів ресурсів в залежності від їх ролі у виробничому процесі. Але підвищення обґрунтованості управління ресурсним забезпеченням підприємств торгівлі викликає необхідність більш детальної систематизації ресурсів. На наш погляд, доцільно у складі ресурсів виокремлювати групи в залежності від видів діяльності підприємства. Це ресурси, що обслуговують операційну, фінансову та інвестиційну діяльність. При наявності надзвичайних ситуацій виникає потреба у формуванні додаткових страхових ресурсів. В умовах високого рівня корупції необхідно виокремлювати ресурси, що відволікаються від основної діяльності на відповідні трансакції. Такий підхід дозволяє визначати цілеспрямованість залучення та ефективність розподілу ресурсів між сферами діяльності підприємств.

Різноманіття форм залучення ресурсів, що використовуються підприємствами роздрібною торгівлі, потребують розподіляти їх наступним чином: ресурси, якими підприємства володіють на правах власності; ресурси, що використовуються підприємствами на договірній основі (кредит, оренда, лізинг, трудові контракти тощо); ресурси, що надаються підприємствам безоплатно (на умовах комісії, благодійності тощо).

Забезпечення певних конкурентних переваг вимагає у складі ресурсів виділяти загальні, специфічні та унікальні. Якщо специфічні ресурси обумовлюються галузевими особливостями підприємств, то унікальні є умовою високої конкурентоспроможності. Унікальність системи ресурсів підприємств роздрібною торгівлі забезпечується перевагами місця розташування, особливими якісними характеристиками трудових ресурсів, використанням інноваційних технологій у організації торгівлі, маркетингу, що неможливо відтворити в інших підприємствах на протязі певного часу.

Для наших досліджень важливою ознакою розподілу ресурсів є їх участь у розвитку підприємств. У зв'язку з цим, необхідно виділяти ресурси, що забезпечують поточну діяльність (функціонування) підприємств торгівлі. Друга група ресурсів сприяє розширеному відтворенню (кількісному зростанню) без суттєвих якісних змін у торгово-виробничих процесах. Третя група ресурсів пов'язана з роз-

витком на інноваційній основі. Друга та третя група об'єднується поняттям «інвестиційні ресурси».

Основна маса ресурсів залучається підприємствами ззовні, але певна їх частина формується всередині підприємств за рахунок особливостей складу, якісних характеристик, синергетичного ефекту, створення унікальних ресурсів тощо. Це дає можливість відокремлювати зовнішні та внутрішні ресурси. У зв'язку з цим слід відмітити наступну особливість. Результати діяльності підприємств роздрібною торгівлі в значній мірі визначаються таким зовнішнім специфічним ресурсом, як ринковий, що представлений певним сегментом покупців. Вірний вибір сегменту, достатні та ефективні вкладення ресурсів у маркетингову діяльність забезпечують швидкий рух товарної маси та зростання товарообороту. Внутрішні ресурси – це амортизація, прибуток, професіональний досвід тощо.

Необхідність визначення ефективності торгово-виробничої (окремих бізнес-процесів) та управлінської діяльності сприяє розподілу ресурсів на дві відповідні групи: ті, що використовуються у виробництві (у широкому змісті) та ті, що використовуються в управлінні.

Різноманіття цілей розвитку підприємств та можливостей їх досягнення викликають необхідність виділяти стратегічні ресурси, тактичні та оперативні ресурси.

Постійний рух ресурсів в економічній системі підприємства дозволяє виділити різні форми їх стану: у формі запасів, у формі потоків, тобто у русі, а також у формі потенційних можливостей.

В залежності від рівня забезпеченості усіх видів господарської діяльності можна визначити ресурси: мінімально-необхідні; оптимальні відповідно до цілей діяльності (розвитку) підприємства; надлишкові.

Висновки. Розширена та доповнена класифікація ресурсів, що пропонується, дозволить підвищити обґрунтованість управлінських рішень щодо визначення розміру та складу ресурсного забезпечення підприємств роздрібною торгівлі у різних напрямках відповідно до цілей функціонування та розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 768 с.
2. Десслер Г. Управление персоналом / Г. Десслер. – [пер с англ.] – М. : Бином. Лаборатория знаний, 2004. – 799 с.
3. Шебек С. А. Ресурсы: квалификация и классификация / С. А. Шебек // Экономика. – 2009. – № 7. – С. 18-21.
4. Коллиз Д. Дж. Конкуренция на основе ресурсов: стратегия в 1990 гг. / Д. Дж. Коллиз, С. А. Монтегомери; [пер. с англ.] // Вестник Санкт-Петербургского ун-та. Сер. 8. Менеджмент. – 2003. – Вып. 4. – С. 186-208.

5. Бланк И. А. Торговый менеджмент. / И. А. Бланк. – 2-е изд., перераб. и доп. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 780 с.

6. Краснокутська Н. С. Управління потенціалом торговельного підприємства : монографія / Н. С. Краснокутська. – Харків : Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2012. – 322 с.

7. Шталь Т. В. Особенности формирования ресурсного потенциала в торговле / Т. В. Шталь // Экономика: проблемы теории та практики: зб. наук. праць. Випуск 201: Том II. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – С. 462-473.

8. Философский энциклопедический словарь / [гл. редакция: Л. Ф. Ильичев и др.]. - М. : Сов. энциклопедия, 1983. - 840 с.

9. Гальперин В. М. Микроэкономика / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов; [общ. ред. В. М. Гальперина.] В 2-х т. - СПб. : Экономическая школа, 2006. – Т. 1. – 352 с.

10. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – М. : Прогресс, 1993. – Т 1. – 350 с.

11. Розанова Н. М. Микроэкономика фирмы / Н. М. Розанова, И. В. Зороастрова. - БИНОМ; Лаборатория знаний, Интернет-университет информационных технологий, 2007. – 384 с.

12. Экономика предприятия: учебник для вузов / [под ред. Ф. К. Беа, Э. Дихтла, М. Швайтцера]; пер. с нем.; научная ред. перевода А. П. Павлова, К. Рихтера, В. Антонова]. – М. : ИНФРА , 1999. – XVI. – 928 с.

13. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. [пер. с англ.], 3-е изд. – М. : Изд. Вильямс , 2008. – 704 с.

14. Экономическая стратегия фирмы / [под ред. А. П. Градова]. – [4-е изд., перераб.] – СПб. : Специальная Литература, 2003. – 959 с.

15. Грант Р. М. Современный стратегический анализ / Р. М. Грант. – СПб. : Питер, 2008. – 560 с.

УДК 303.094:314.17:339.3

Гальків Л. І., Демчишин М. Я.

МОДЕЛЮВАННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗДРІБНИЙ ТОВАРООБОРОТ УКРАЇНИ

Досліджено динаміку роздрібного товарообороту України за 2002-2012 рр., а також соціально-демографічних чинників, що його визначають. Побудовано і проаналізовано регресійні моделі роздрібного товарообороту та обґрунтовано параметри моделей.

Ключові слова: економіко-математичне моделювання; моделі регресії; роздрібний товарооборот, соціально-демографічні чинники.

Halkiv L., Demchyshyn M.

MODELING OF SOCIAL DEMOGRAPHIC FACTORS EFFECT ON RETAIL COMMODITY TURNOVER OF UKRAINE

The article deals with the investigated dynamics of the retail commodity turnover of Ukraine in 2002-2012 and social demographic factors for establishment. Regression models of retail commodity turnover are formalized and analyzed. The parameters of models are proved.

Keywords: economic-mathematical modeling, regression models, retail commodity turnover, social demographic factors.

Вступ. Постнеокласична економічна наука домінуючу роль у процесах господарського розвитку відводить людині. Людський вплив на параметри економічного поступу проявляється кризою призму, з одного боку – нарощення соціально-демографічного потенціалу, а з іншого – самовираження у споживанні. Останнє розглядається як вид людської діяльності, що „актуалізується необхідністю задоволення життєвих потреб та виявляється у використанні життєвих благ з метою одержання з них споживчого ефекту” [1, с.227]. Значущість еволюції сфери особистого споживання зумовлює необхідність дослідження чинників розвитку роздрібної торгівлі.

Обсяги роздрібного товарообороту територіальної суспільної системи формуються під впливом комплексу факторів різновекторного спрямування та різнометричних вимірів. Застосування інструментарію моделювання дозволяє виокремити стимулюючі та дестимулюючі чинники розвитку товарообороту підприємств роздрібної торгівлі, відслідкувати та спрогнозувати тенденцію його змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти соціальної економіки та демографії є предметом досліджень провідних вітчизняних учених, серед яких О. Амоша, Д. Богиня, З. Варналій,

В. Геєць, О. Грішнова, Е. Лібанова, А. Чухно та ін. Проблеми розвитку роздрібно́ї торгівлі досліджують В. Апопій, І. Бланк, Н. Голошубова, А. Мазаракі, Л. Лігоненко, О. Шубін та ін. Теоретико-методологічні засади моделювання та прогнозування в торговельній сфері розроблялися В. Вітлінським, О. Казаковою, В. Распоповою, у тому числі представниками наукових шкіл Львівської комерційної академії – В. Слейком, І. Копичем, Б. Мізюком, Н. Міщенко та ін. Проте потребують поглибленої наукової розвідки питання побудови економіко-математичних моделей роздрібно́го товарообороту України в сучасних умовах.

поточні трансферти в грошовій формі за виключенням сплачених, зокрема поточних податків на доходи та майно). Обсяги доходів домогосподарств визначається стохастичним впливом низки активаторів, до складу окрім ступеню розвитку, країни, набутих форм багатства, якісних параметрів трудового потенціалу, включають насиченість споживчого ринку та розвиток його інфраструктури [7, с.36]. Безумовно, активізація внутрішнього ринку впливається у соціальні ефекти, втім і нарощення реальних грошових ресурсів людно́сті пролонгує синергетичні висліди на роздрібно́му торгівлю.

Таблиця 1

Порівняльна динаміка коефіцієнтів зростання доходів, наявного доходу населення України та роздрібно́го товарообороту (до попереднього року)

Рік	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ДН	1,165	1,272	1,391	1,238	1,320	1,357	1,058	1,231	1,150	1,111
НН	1,148	1,304	1,407	1,219	1,295	1,347	1,043	1,281	1,166	1,103
РТО	1,260	1,351	1,396	1,378	1,372	1,385	0,935	1,214	1,249	1,157
ДН/НН	1,015	0,975	0,989	1,015	1,019	1,007	1,014	0,961	0,986	1,007
РТО/НН	1,097	1,036	0,993	1,130	1,059	1,028	0,897	0,947	1,071	1,049

Примітка: розраховано авторами за [6]

Постановка завдання. Мета статті полягає у дослідженні динаміки роздрібно́го товарообороту підприємств України за 2002-2012 роки та соціально-демографічних чинників, що його формують. Також ставилось завдання кореляційно-регресійного аналізу залежності роздрібно́го товарообороту від чинників, зокрема побудови регресійних моделей, які відображають цю залежність та економічному обґрунтуванні отриманих результатів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Товарооборот підприємств роздрібно́ї торгівлі формується під впливом економічних, політичних, соціально-демографічних, природних, кліматичних, культурних, релігійних, науково-технічних факторів [2, с. 85-86], серед яких у низці праць [3, с. 78; 4, с. 66; 5, с. 96] вказується на пріоритетне значення соціально-демографічних й економічних факторів. Невизначеність зовнішнього середовища діяльності підприємства роздрібно́ї торгівлі й, відповідно, мінливість соціально-демографічних детермінант ускладнює процес розвитку товарообороту, який трактується як «незворотний, закономірний, адекватний ринковій ситуації процес кількісної зміни його обсягів та якісної зміни складу і структури, спрямований на досягнення поставлених цілей і забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства роздрібно́ї торгівлі, що відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища [5, с. 96].

Державна служба статистики України відслідковує доходи населення (обсяг нарахованих в грошовій та натуральній формі: заробітної плати, прибутку та змішаного доходу, одержаних доходів від власності, соціальних допомог та інших поточних трансфертів) та наявний дохід населення (оплата праці, прибуток, змішаний дохід, сальдо доходів від власності, соціальні допомоги, інші одержані

Дані табл.1 демонструють дві тенденції. По-перше, ланцюгові коефіцієнти зростання доходів населення (ДН) у 2003 р., 2006-2009 рр. перевищували коефіцієнти зростання наявного доходу (НН). Тобто загалом населення прискорено нарощувало максимальні обсяги грошових доходів, які призначені для використання домашніми господарствами на придбання споживчих товарів та оплату послуг (лише у 2004-2005 рр., 2010-2011 рр. співвідношення ДН до НН більше 1) й упродовж 2002-2012 рр. доходи зростають у 7,61 раза, наявний дохід – у 7,71 раза. По-друге, динаміка роздрібно́го товарообороту (РТО) випереджує динаміку наявного доходу (співвідношення РТО до НН нижче 1 лише у 2004 р. і у 2010 р.). За аналізований період роздрібно́ї товарооборот збільшився у 10,21 рази.

На тлі зростання доходів та роздрібно́го товарообороту, побудовані нами тренди за даними на початок 1990-2013 рр. для чисельності наявного населення ($53151-341,89t$; $R^2=0,969$) та постійного населення ($52738-330,58t$; $R^2=0,974$) вказують на щорічне зменшення цих показників відповідно на 342 тис. осіб і 331 тис. осіб. Окрім того, протягом наступних 10-15 років очікуються такі демографічні зміни: 1) постаріння населення; 2) брак молоді; 3) зростання тривалості життя; 4) збільшення кількості домогосподарств, що складаються із однієї особи; 5) збільшення частки одинокітних родин. Зменшення чисельності робочої сили має компенсуватися підвищенням продуктивності праці та її оплати на базі інноваційної платформи економічного поступу, прискореного впровадження в практику регулювання зайнятості альтернативних режимів праці, новітніх стратегій мотивації трудової діяльності. Очевидно, ефективізацію зайнятості слід позиціонувати як превентивний захід, який забезпечує нарощення купівельного попиту за умов деградації системи відтворення населення.

Із-поміж багатогранності чинників розвитку роздрібного товарообороту, не можна опускати рівень поляризації суспільства за певними ознаками. Так, територіальна варіація комплексу соціально-демографічних детермінант сприяла суттєвим відмінностям в обсягах роздрібного товарообороту окремих регіонів України. Приміром, у 2011 р. в м. Києві роздрібний товарооборот торгової мережі підприємств торгівлі на одну особу сягнув 19020 грн, що у 2,6 вище за показник наступної топ-четвірки регіонів у рейтингу (м. Севастополь, Одеська, Дніпропетровська та Київська обл.). Рівень ж випередження столиці щодо Харківської, Запорізької, Донецької Львівської, АР Крим, Херсонської, Полтавської, Миколаївської обл. варіює від 2,8 раза до 4,7 раза. У решти областей України роздрібний то-

F-критерію Фішера –
за ймовірності $p=0,99$ $F_{\text{табл}}(k_1=1, k_2=19) = 10,56$;
за ймовірності $p=0,95$ $F_{\text{табл}}(k_1=1, k_2=19) = 5,12$;
t-критерію Стьюдента –
за ймовірності $p=0,99$ $t_{\text{табл}}(k=19) = 3,25$;
за ймовірності $p=0,95$ $t_{\text{табл}}(k=19) = 2,262$;
DW-критерію Дарбіна-Уотсона –
за ймовірності $p=0,99$
 $DW_1(1;11)=0,810$, $DW_2(1;11)=1,070$;
за ймовірності $p=0,95$
 $DW_1(1;11)= 1,08$, $DW_2(1;11) = 1,36$.

Отже, дослідимо, як на роздрібний товарооборот підприємств України впливає наявний дохід у розрахунку на 1 особу. Графік залежності роздрібного товарообороту України від наявного доходу у розрахунку на одну особу (рис. 1) вказує на пряму

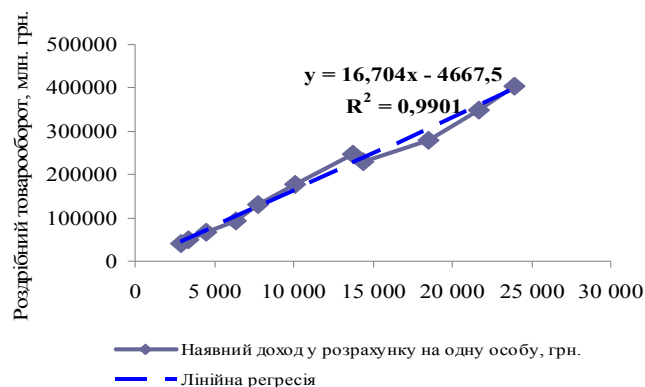


Рис. 1. Емпірична і теоретичні лінії регресії залежності роздрібного товарообороту України від наявного доходу у розрахунку на одну особу

варообороту торгової мережі підприємств торгівлі на одну особу не перевищував 4 тис. грн. Між тим, в динаміці розрив екстремальних значень цього показника збільшується (2006 р. – 6,7 раза; 2011 р. – 7,3 раза) [5, с. 98].

Наступним етапом наших досліджень є моделювання залежності роздрібного товарообороту від соціально-демографічної ситуації в країні. Проведено аналіз впливу на роздрібний товарооборот України таких показників як наявний дохід населення України, середньомісячна заробітна плата у розрахунку на 1 працівника, кількість народжених, померлих, зайнятих і безробітних. Моделювались взаємозв'язки чинників та роздрібного товарообороту за допомогою регресійних моделей лінійного типу – парної $\hat{y} = a + bx$ і множинної $\hat{y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2$ (на основі даних 2002-2012 рр.). Щільність кореляційного зв'язку перевірено за допомогою коефіцієнта кореляції R і коефіцієнта детермінації R^2 . Оцінка параметрів отриманих моделей на статистичну вірогідність проводилась за критерієм Стьюдента, адекватність моделей до вихідних даних досліджено за критерієм Фішера. За критерієм Дарбіна-Уотсона було проаналізовано отримані моделі на автокореляцію, наявність якої є суттєвим недоліком при побудові регресійних моделей. Табличні значення статистичних критеріїв:

кореляційну залежність: зі зростанням розміру наявного доходу у розрахунку на одну особу роздрібний товарооборот підприємств України також збільшується.

Лінійна регресійна модель $\hat{y} = -4667,5 + 16,704x$ вказує на збільшення роздрібного товарообороту на 16,7 млн грн за збільшення наявного доходу у розрахунку на 1 особу на 1 грн. Значення парного коефіцієнта кореляції $R=0,995$ свідчить про дуже сильний кореляційний зв'язок між досліджуваними показниками. Згідно зі значенням коефіцієнта детермінації $R^2=0,990$ зміна або коливання розміру роздрібного товарообороту на 99,0 % залежить від зміни або коливання наявного доходу у розрахунку на одну особу. Отримані результати кореляційно-регресійного аналізу є статистично достовірними, оскільки фактичні значення критеріїв Фішера і Стьюдента є більшими від табличних ($F=903,8$, $t_a=0,6$, $t_b=30,1$). Автокореляція залишків відсутня ($DW=1,320$), що дозволяє з впевненістю стверджувати про статистично вірогідний сильний вплив наявного доходу у розрахунку на одну особу на роздрібний товарооборот.

Вплив складника доходів населення, а саме середньомісячної заробітної плати (в розрахунку на одного працівника), також є прямим (рис.2).

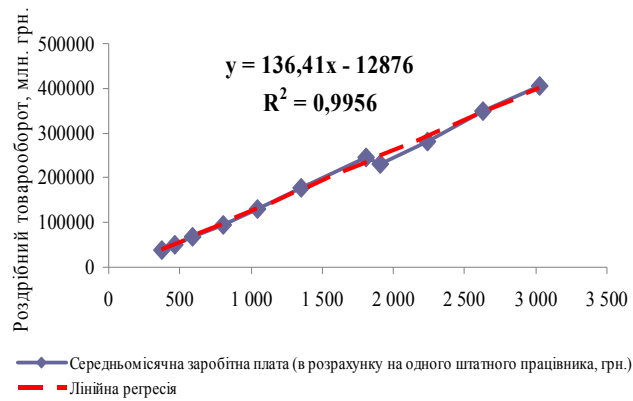


Рис. 2. Емпірична і теоретичні лінії регресії залежності роздрібного товарообороту України від середньомісячної зарплати (в розрахунку на одного працівника)

Функціональна залежність роздрібного товарообороту від середньомісячної зарплати виявилась такою:

$$\hat{y} = -12876,4 + 136,41x$$

$$(t_a = -2,5)^* (t_b = 44,9)^{**}$$

$$R = 0,998 \quad R^2 = 0,996 \quad (F = 2014,6)^{**} \quad (DW = 1,819)^{**}$$

де * - означає статистичну значущість на рівні 5%, ** – на рівні 1%.

Цілком передбачувано зростання середньомісячної зарплати збільшує роздрібний товарооборот в країні, зокрема за рівнянням регресії зростання середньомісячної зарплати (в розрахунку на одного працівника) на 1 грн зумовлює збільшення роздрібного товарообороту країни на 136,41 млн. грн. Коефіцієнт кореляції підтверджує дуже тісний зв'язок між розміром зарплати і роздрібним товарооборотом. За критерієм Фішера модель є адекватною до поведінки вихідних даних з ймовірністю $p=0,99$, за критерієм Стьюдента – оцінки параметрів моделі також є статистично вірогідними на рівні значущості 1%, за критерієм Дарбіна-Уотсона – автокореляція залишків відсутня.

Графічний аналіз залежності роздрібного товарообороту від показників, які відображають демографічну ситуацію (рис. 3), логічно підтверджує прямий вплив кількості народжених на збільшення роздрібного товарообороту та обернений – кількості померлих.

Результати кореляційно-регресійного аналізу залежності роздрібного товарообороту України від кількості народжених і померлих є такими:

- від кількості народжених

$$\hat{y} = -798788,6 + 98814,87x$$

$$(t_a = -6,1)^* (t_b = 7,6)^{**}$$

$$R = 0,931 \quad R^2 = 0,866 \quad (F = 58,2)^{**} \quad (DW = 0,740)$$

- від кількості померлих

$$\hat{y} = 2174862 - 126522,3x$$

$$(t_a = 3,7)^{**} (t_b = -3,4)^{**}$$

$$R = 0,745 \quad R^2 = 0,556 \quad (F = 11,36)^{**} \quad (DW = 1,005)$$

Дисперсія або коливання розміру роздрібного товарообороту на 86,6% обумовлена дисперсією або коливанням кількості народжених, на 55,6% – коливанням кількості померлих. Статистично значущі коефіцієнти засвідчують існування сильного впливу кількості народжених і померлих на розмір роздрібного товарообороту.

Досліджуючи залежність роздрібного товарообороту від показників ринку праці, отримали результати про відсутність впливу цих показників на роздрібний товарооборот (рис.4) – це підтверджують і графіки емпіричних ліній регресії, і значення коефіцієнтів детермінації, які є близькими до нуля.

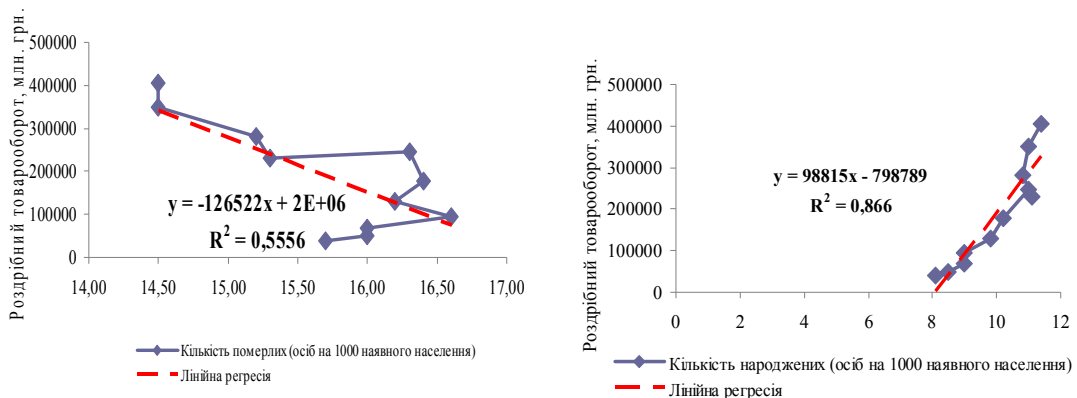


Рис. 3. Емпірична і теоретичні лінії регресії залежності роздрібного товарообороту України від кількості народжених і померлих

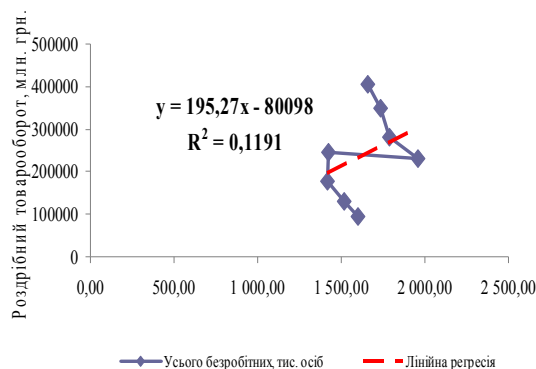
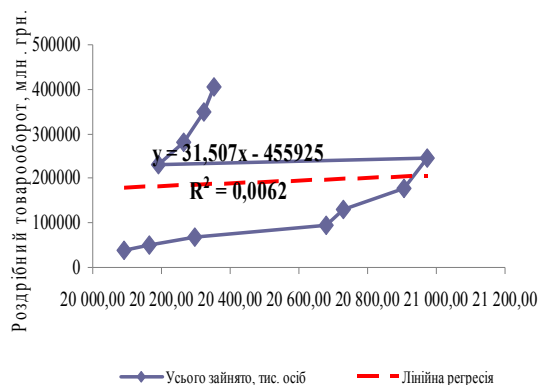


Рис. 4. Емпірична і теоретичні лінії регресії залежності роздрібного товарообороту України від кількості зайнятих і безробітних

Окремий вплив кількості зайнятих і кількості безробітних, вірніше його відсутність, відображають наведені нижче функціональні залежності та їх оцінки за статистичними критеріями:

- кількості зайнятих

$$\hat{y} = -455925 + 31,5x$$

$$(t_a = -0,2) \quad (t_b = 0,2)$$

$$R = 0,079 \quad R^2 = 0,006 \quad (F = 0,1) \quad (DW = 0,131)$$

- кількості безробітних

$$\hat{y} = -80098 + 195,3x$$

$$(t_a = -0,2) \quad (t_b = 0,9)$$

$$R = 0,345 \quad R^2 = 0,119 \quad (F = 0,8) \quad (DW = 0,891)$$

У той же час, необхідно зауважити, що сумарний вплив кількості зайнятих і безробітних є дуже суттєвим:

$$\hat{y} = 288903 + 79261,7x_1 - 56836,8x_2$$

$$(t_{b1} = 7,47)** \quad (t_{b2} = -3,35)**$$

$$R = 0,972 \quad R^2 = 0,944 \quad (F = 67,7)**$$

На 94,4% залежить зміна або коливання роздрібного товарообороту України від зміни або коливання кількості зайнятих і безробітних у сукупності. За збільшення усього зайнятих на 1 тис. осіб і певного фіксованого рівня безробіття обсяг роздрібного товарообороту у середньому буде збільшуватися на 79261,7 млн. грн. Якщо ж кількість безробітних збільшиться на 1 тис. осіб, а кількість зайнятих не буде змінюватися, то можна очікувати зменшення обсягу роздрібного товарообороту у середньому на 56836,8 млн. грн.

Висновки. Проведений економетричний аналіз впливу на роздрібний товарооборот показує, що на цей вартісний показник мають суттєвий вплив запропоновані до розгляду соціально-демографічні чинники. Доходи та купівельна спроможність населення сьогодні набувають не лише соціального значення, але й як активатори економічних зрушень, посідають домінуючий статус в системі чинників розвитку роздрібного товарообороту та внутрішнього ринку. У межах дослідження виявлено істотний кількісний вплив на обсяг роздрібного товарообороту України демографічних чинників. Змодельована нами множинна регресійна модель вказує на залежність роздрібного товарообороту від показників ринку праці у сукупності.

Розглянута у статті проблематика має перспективи подальших досліджень, зокрема, у напрямку розширення досліджуваних чинників, а також досліджень в регіональному розрізі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Савицька Н. Л. Людина як суб'єкт сучасного господарського розвитку: монографія. / Н. Л. Савицька. – Харків :Форт,2012. – 352 с.
2. Экономика предприятий торговли и общественного питания : учеб. пособ. / [Н. Р. Егорова, Т. И. Николаева, В. В. Тарасова и др. ; под ред. Т. И. Николаевой и Н.Р. Егоровой]. – [3-е изд., стер]. – М. : КНОРУС, 2009. – 400 с.
3. Гринів Б. В. Економічний аналіз торговельної діяльності : навч. посіб. / Б. В. Гринів. – К. : Центр учбов. л-ри, 2011. – 392 с.
4. Экономика отрасли: торговля и общественное питание : учеб. пособ. / [Е. А. Карпенко и др.]. – М. : Альфа-М : ИНФРА-М,2010. – 224 с.
5. Височин І. В. Соціально-демографічні фактори розвитку товарообороту підприємств роздрібною торгівлі України / І. В. Височин // Держава та регіони. – 2013. – №2(71). – С. 96-102.
6. Державна служба статистики України. Офіційний сайт : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
7. Орлов Л. Ф. Исследование роли и места финансов домашних хозяйств в современной экономике России / Л. Ф. Орлов // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: экономика. – 2010. – №1. – С. 35-39.
8. Демографічний прогноз до 2030 року для міста Львова. Звіт в рамках проекту міжнародної технічної допомоги «Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України» / [Ж. Палладіні, Н. Ходько, Н. Левчук та ін.] – Проект РЕОП, 2013. – 38 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ КЕЙС-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ОЦІНКИ ТА АТЕСТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ВЕЛИКИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Розкриваються методичні підходи до застосування сучасних кейс-технологій з метою об'єктивної оцінки та періодичної атестації персоналу роздрібних торговельних підприємств. Наведені приклади застосування кейсів в практичній діяльності великоформатного підприємства «Рукавичка»ТОВ ТВК «Львівхолод»

Ключові слова: асесмент-центр, атестація, ідентифікація, кейс-метод, оцінка, фальсифікація

Gonska M.

FEATURES OF APPLICATION OF CASE-TECHNOLOGIES FOR THE EVALUATION AND CERTIFICATION OF PERSONNEL OF THE LARGE ENTERPRISES OF RETAIL TRADE

The methodical approaches to the use of modern case-technologies with the purpose of objective evaluation and periodic assessment of personnel in retail enterprises are observed. A list of examples of cases in the practical activity of the large enterprises of the «Rukavychka» LLC TPK «Lvivcholog» is given.

Keywords: assessment centre, certification, identification, case method, evaluation, falsification

Вступ. Оцінювати свої здібності та порівнювати свої досягнення людина починає з юних років, що дозволяє робити їй конкретні кроки для досягнення поставленої мети. Потрапляючи в робочий колектив, ми стаємо об'єктом оцінки з боку колег і топ-менеджменту. Дуже часто подібна оцінка носить розпливчастий і емоційно забарвлений характер, хоча саме в бізнес-середовищі вона повинна виступати ефективним інструментом у процесі оптимізації корпоративної культури.

Оцінка персоналу в організаціях і підприємствах існує дуже давно. Будь-який керівник висловлює своє ставлення до роботи підлеглих. Прибутковість бізнесу безпосередньо залежить від якості роботи персоналу. Виявлення слабких і сильних сторін діяльності працівників, справедлива оцінка та атестація персоналу – важливі важелі управління і розвитку будь-якого підприємства. З цією метою необхідно застосовувати сучасні технології оцінки персоналу, до яких відноситься кейс-метод (Case study). Процедура оцінки персоналу дозволяє виявити: ділові та особисті якості, рівень професійної компетентності, що відбиваються на результатах роботи працівників. Наступна атестація персоналу дозволяє оптимізувати управління підприємством в цілому та підвищити ефективність його діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми застосування кейс-технологій як форми інтерактивного навчання студентів та тренінгу персоналу підприємств та організацій розглядалися в працях зарубіжних і вітчизняних вчених : М. Шейвера, Ф. Едея, К. Сйтса, Дж. Андерсона, Ч. Вудрафа, Аксенової Е. А., Базарова Т. Ю., Вязигина А. В., Кісельова В. Д., Деркач А. М., Богданової І. М., Михайлова Е. А., Ткаченко Ю. А., Сурміна Ю. П., Ягоднікової В. В. та ін.

Водночас слід зазначити недостатню розробку окремих проблем, зокрема, особливостей застосування кейсів для оцінки та атестації персоналу великоформатних підприємств роздрібної торгівлі України, товарооборот яких інтенсивно зростає.

Постановка завдання. Основною метою статті є розкриття особливостей застосування кейс-технологій для оцінки та атестації менеджерів середньої ланки управління та продавців-консультантів крупноформатних підприємств роздрібної торгівлі. Для досягнення поставленої мети у статті зроблена спроба розв'язати наступні завдання :

- визначити методичні підходи до оцінки ділових і особистих якостей, рівня знань і навичок працівників великоформатного торговельного підприємства;
- визначити для кожної категорії працівників підприємства зміст кейсів, які дозволяють отримати необхідну інформацію для наступної ротации персоналу, створення кадрового резерву, удосконалення системи мотивації персоналу;
- дати практичні рекомендації щодо шляхів вдосконалення розвитку і навчання працівників конкретного підприємства.

В залежності від поставлених завдань, використання кейс-технологій оцінки та атестації персоналу дозволяє дати рекомендації щодо оптимальної розстановки працівників, структури підпорядкованості, використання найбільш ефективного стилю керівництва, мотивації, розвитку і навчання персоналу, формування кадрового резерву.

Оцінка за допомогою кейсів якості праці конкретного виконавця дозволяє:

- отримати чітке уявлення про поставлені перед підприємством завдання, критерії успішності, залежності розміру винагороди від результатів роботи;

- розвивати здібності та професійну майстерність, планувати перспективи кар'єрного зростання;
- отримати об'єктивну оцінку своєї роботи за певний період з боку керівництва.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Атестація персоналу - окремий випадок оцінки персоналу, періодичний огляд професійної придатності та відповідності займаній посаді працівником. У масштабі бізнесу і конкуренції, атестація персоналу дозволяє підприємству підкреслити свій професійний статус. На рівні самого підприємства атестація допомагає у вирішенні складних кадрових рішень, аж до пониження в посаді і звільнення.

Сьогодні атестація стає одним з ключових моментів загальної оцінки діяльності персоналу підприємств торгівлі. Вона вирішує свої специфічні завдання, а саме - проблему підвищення якості зовнішнього і внутрішнього обслуговування, а також поліпшення якості та обсягів знань працівників магазину про товарну пропозицію.

Багато працівників сфери торгівлі добре пам'ятають методи атестації в СРСР, а також її негативні результати. З цієї причини повідомлення про початок атестації рідко викликає захват у персоналу магазину. Для того щоб уникнути явно негативної реакції, управлінській ланці необхідно роз'яснити рядовим працівникам необхідність проведення атестації, а також докладно розповісти про її цілі і передбачувані результати. Тільки повна прозорість атестаційних заходів здатна залучити працівників магазину до взаємодії з керівництвом у даному питанні. Головним плюсом для персоналу магазину є те, що атестація покликана допомогти у створенні індивідуального підходу до стимулювання кожного працівника, враховуючи три найважливіших значення: це його положення в організаційній ієрархії, практичні підсумки роботи працівника, а також його посадова компетенція. Положення в організаційній ієрархії в даному випадку характеризується тією відповідальністю, яку повинен брати на себе працівник при виконанні посадових обов'язків, а також обсягом і складністю самостійних рішень, які йому необхідно приймати. Основними методами оцінки відповідності працівника займаній їм посаді в даному аспекті є кейси та ділові ігри. Оцінка практичних результатів роботи співробітника здійснюється за допомогою контрольних листів (check list). Посадова компетенція працівника оцінюється спеціальною комісією в процесі виконання ним своїх повсякденних обов'язків.

В разі успішного проходження атестації за всіма параметрами, до зарплати співробітника додається премія за виконання стандартів, що пред'являються до особи, яка займає цю посаду, а також бонуси, в залежності від внеску в діяльність всього магазину. Необхідно також відзначити, що атестація персоналу тісно інтегрована навчанням і підвищенням кваліфікації. Тут існує двосторонній зв'язок. Насамперед, атестація співробітників дозволяє виявити прогалини в їхніх знаннях та навичках. У разі адекватного результатами атестації зміни плану навчальних заходів, ці прогалини можна оперативно усунути. Таким чином, процес навчання -

атестація - коригування знань дозволить в мінімальні терміни підвищити кваліфікацію персоналу. З іншого боку, навчальні програми готують персонал до наступної атестації, збільшуючи цим, ймовірність її проходження всіма співробітниками магазину з подальшим отриманням премій і бонусів. Атестація підвищує ефективність навчальних заходів, дозволяючи надалі "підтягувати" знання співробітників тільки в тій області, де це дійсно необхідно, уникаючи витрати часу на добре засвоєні моменти.

У свою чергу, крім удосконалення знань про технології продажів, в доцільно проводити атестацію того, як саме продавець спілкується з покупцем, а також атестацію якості обслуговування. Таку необхідність, на думку вітчизняних маркетологів, можна пояснити емоційністю вітчизняних покупців, а також тим, що якісний сервіс в Україні є одним з основних факторів підвищення лояльності клієнтів до магазину. Крім усього іншого, атестація на сьогоднішній день є одним з найбільш ефективних способів створення та підтримка кадрового резерву магазину. Вона дозволяє виявити найбільш перспективних працівників для їх подальшого переходу на вищі посади в організаційній ієрархії. В тому числі, формується кадровий резерв для управлінських посад, що дозволяє створювати ефективну команду менеджерів з числа працівників магазину, які знають специфіку його діяльності, не вдаючись до найму сторонніх фахівців. Для цього в процес атестації працівників може бути включена оцінка кар'єрних установок, а також лідерських якостей та способу мислення. До речі, якщо керівники пояснять працівникам, що атестація сприяє збереженню в кадровий резерв, а також кар'єрного зростання, то це, безсумнівно, поліпшить ставлення працівників до атестаційних заходів.

Одним з найбільш поширених методів атестації є check list. Контрольний лист являє собою опитування працівників щодо їхнього алгоритму дій під час одного з організаційних заходів, що відбуваються у повсякденному житті будь-якого магазину, наприклад, його відкриття або закриття. При цьому важливо, щоб посадові інструкції працівника містили детальний опис того, що йому необхідно робити в даному випадку. За результатами перевірки контрольних листів виявляється відповідність дій працівників положенням посадової інструкції. У разі якщо працівник допускає помилки, їх можна оперативно усунути. Крім того, контрольні листи допомагають керівництву зрозуміти, як підвищити ефективність роботи працівників магазину і що для цього необхідно зробити. Більш того, контрольні листи допомагають виявити прогалини у навчальних програмах і скоригувати їх для досягнення найкращого результату.

Для багатьох сучасних компаній, що працюють у сфері торгівлі, атестація стала одним з базових елементів корпоративної культури. У свою чергу, вона дозволяє максимально змінити саму культуру настільки, щоб вона сприяла більш ефективній діяльності підприємства. Крім цього, атестація дає можливість керівникам не просто зрозуміти помил-

ки персоналу, але і усвідомити їх причини. Наприклад, якщо продавець-консультант не може надати покупцеві всю необхідну інформацію про товар, то це не лише його помилка або незнання товарів, але і сигнал до коректування і модернізації діючої системи навчання на підприємстві.

Отже, цілі та завдання, а також методи проведення атестації зрозумілі. Виникає питання про те, як часто необхідно проводити атестації для того, щоб вони були ефективними і, при цьому, надмірно не перевантажувати персонал атестаційними заходами, в яких немає необхідності? У минулому, атестація проводилася тоді, коли керівництво підприємства вважало за потрібне виділити кошти на її проведення. Атестації були досить нерегулярними, що практично зводило їх ефективність до мінімуму. Зараз протягом року персонал магазину повинен пройти процедуру атестації не менше 2-3 раз. Взагалі, існує два основних типи атестації: проміжні, які, як правило, проводяться по завершенню конкретного заходу, наприклад, навчання персоналу, а також підсумкові, які проводяться для оцінки результатів роботи персоналу за звітний період, наприклад, квартал або рік.

Як вже було сказано вище, для того, щоб атестація пройшла успішно і не зустріла протидії у працівників підприємства, менеджерам необхідно провести певну інформаційну підготовку персоналу. Для цього слід завчасно проінформувати співробітників про дату проведення атестації, роз'яснити її цілі, а також розповісти про конкретні методи оцінки. Останнє зокрема допоможе співробітникам подолати почуття страху і невпевненості, що виникло у зв'язку з атестацією. Крім того, керівнику слід розглянути кандидатури, які увійдуть в атестаційну комісію і доручити підготовку контрольних листів та анкет. Крім цього, керівник повинен передбачити ситуацію, коли один або кілька співробітників захочуть оскаржити результати атестації та провести повторний захід.

Надалі, після підведення підсумків, атестаційна комісія приймає рішення про присвоєння працівнику, який успішно пройшов атестацію, відповідного розряду або про переведення його в кадровий резерв. У випадку, коли працівник не пройшов атестацію, комісія виносить рішення про необхідність проходження ним навчальної програми. Після цього, рішення атестаційної комісії підлягає публічному розголошенню, що підкреслює її значу-

щість для магазину. Таким чином, правильно організована і проведена атестація дозволяє вирішити цілий ряд проблем роздрібного ритейлу: починаючи від усунення типових помилок працівників магазину і закінчуючи поповненням управлінського резерву.

В таблиці 1 наведено перелік кейсів і найбільш характерні питання, які включені в склад кейсів для атестації окремих категорій персоналу ТОВ ТВК «Львівхолд». Окремою групою слід передбачити пакети кейсів з врахуванням специфіки основних товарних груп. Такі кейси призначені для оцінки та атестації персоналу відповідних товарних відділів великоформатного підприємства.

У сфері роздрібної торгівлі, зокрема продовольчими товарами, рівень кваліфікації менеджера-консультанта має значний вплив на обсяг товарообороту. Покупець не завжди володіє повною інформацією про той продукт, який йому хотілося б придбати, і у нього є сумніви і запитання. Грамотна, професійна і впевнена консультація менеджера здатна усунути всі сумніви і спонукати зробити покупку. Крім того, покупці часто прямо звертаються до продавця з проханням порекомендувати або допомогти вибрати кращий товар з декількох варіантів. Якщо консультант не орієнтується або не знає те, що він продає, продаж може не відбутися. Таким чином, особливо для великоформатних підприємств торгівлі, важливим завданням є навчання персоналу і регулярна оцінка рівня підготовки з метою виявити прогалини в знаннях або навичках, а також мотивувати оцінюваних до професійного зростання. Для оцінки рівня професійних знань можуть використовуватися різні методи, один з них - метод кейс-тестингу. Кейси з врахуванням специфіки основних товарних груп призначені для персоналу відповідних відділів. Зміст питань може бути надзвичайно різноманітним, тому що асортимент сучасних супермаркетів нараховує тисячі різновидів товарів. Питання спрямовані на виявлення знань саме практичного характеру, тобто таких, які можуть бути реально затребувані в спілкуванні з клієнтами. Подібні форми можуть входити у загальну «батарею кейсів», що використовуються в рамках регулярної процедури атестації. Для розробки інструментарію, як правило, залучаються керівники відділів, або висококваліфіковані фахівці самої компанії.

Таблиця 1

**Найбільш характерні питання, які включені в склад кейсів для атестації окремих категорій персоналу
ТОВ ТВК «Львівхолд»**

Перелік кейсів та окремих питань	Категорія персоналу, що атестується
<p align="center">1</p> <p>Загальні питання діяльності магазинів</p> <p>Посадові інструкції працівників магазину Функції господарського департаменту (в т.ч. відділу матеріального забезпечення). Співпраця магазину з цим департаментом Функції департаменту логістики. Співпраця магазину з цим департаментом Функції департаменту ІТ. Співпраця магазину з цим департаментом Правила роботи мерчендайзерів та промоутерів у магазині Підготовка товарів до акції. Особливості та строки викладання акційних товарів. Встановлення акційних цінників Холодильне обладнання в магазині. Правила догляду та відстеження температур. Техномодуль</p> <p>Загальні поняття про формати магазинів "Рукавичка" (XS, S, M, L)</p>	<p align="center">2</p> <p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, продавці торгових залів, оператори-касири, працівники департаменту логістики, працівники виробничого департаменту, працівники департаменту маркетингу</p>
<p>Приймання та ідентифікація товарів</p> <p>Зміст інструкцій з приймання товарів по кількості і якості Перелік документів, що підтверджують якість товарів Як здійснюється повернення товару Особливості приймання заморожених продуктів Правила роботи з товарами-бонусами Загальні положення щодо ідентифікації товарів Види, способи і методи ідентифікації Види, способи фальсифікації і методи їх виявлення Особливості визначення фальсифікації окремих товарних груп Штрих-кодування Калорійність окремих продуктів харчування Маркування Е-добавок на продукти харчування</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, працівники департаменту логістики, працівники виробничого департаменту, працівники департаменту маркетингу, працівники відділу постачання, працівники лабораторії, працівники відділу цін</p>

Продовження табл. 1

1	2
<p>Техніка сканування товарів</p> <p>Обов'язки сканувальника Правила заведення товару до системи "Облік" Що робити, якщо товар "не сканується". Чи можна приймати такий товар Що робити, якщо товар "сканується", але є невідповідність назви/ваги в системі та на самому товарі Яким чином переконатися, що товар з накладної заведено без помилок</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори оператори-сканувальники</p>
<p>Обов'язки працівників магазину</p> <p>Зміст роботи працівників магазину з покупцями 6 золотих правил спілкування. Основні обов'язки контролера-касира. "7 кроків на зустріч покупцю". Система преміювання працівників Чек-лист оцінювання магазину Правила оцінювання працівників магазину та подача оцінок в офіс Робота з товарами, що погано продаються Робота з товарами, термін придатності яких закінчується Поняття про товарне сусідство. Наведіть приклади</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, продавці торгових залів, оператори –касири</p>
<p>Обов'язки адміністрації магазину</p> <p>Основні обов'язки адміністратора магазину. Основні обов'язки директора магазину. Замовлення товару * врахування реалізації товару * врахування розміру викладки товару * врахування сезонності та участі в акції товару, свят та вихідних днів * співробітництво з представниками постачальників * відображення операцій в системі "Облік" * дотримання графіку замовлень та поставок За якими критеріями здійснюється аналіз продажу? Взаємодія адміністрації магазину з провідними фахівцями з постачання (категорійними менеджерами) Вивчення цін конкурентів (моніторинг цін) Що мають право перевіряти контролюючі органи у магазині. Що потрібно робити, якщо до магазину прийшла перевірка</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, працівники департаменту логістики, працівники виробничого департаменту, працівники департаменту маркетингу, працівники відділу постачання, працівники відділу цін</p>

Продовження табл. 1

1	2
<p>Касова дисципліна</p> <p>Загальні правила, що регулюють роботу касира щодо зовнішнього вигляду, поведінки, робочого місця, спілкування з покупцями</p> <p>Виправлення помилок, які виникають у процесі ресстрації продажу товарів</p> <p>Дії адміністрації магазину при виявленні нестачі чи надлишку в касі</p> <p>Звітність та документація</p> <p>Поняття про товарооборот магазину</p> <p>Контроль і нормування товарних запасів</p> <p>Документація, яку готує директор магазину/адміністратор</p> <p>Поняття "акт лишків" та "акт нестачі". Процедура їх створення</p> <p>Цілі та задачі інвентаризації</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори оператори-касири</p> <p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, працівники департаменту контролю і аудиту, працівники бухгалтерії</p>
<p>5 критеріїв бездоганного торгового залу</p> <p>Що означає "чистий магазин"</p> <p>Що означає "магазин, безпечний для покупця"</p> <p>Що означає "ввічливий та доброзичливий персонал", "охайний персонал"</p> <p>Що означає "презентація товару"</p> <p>Що означає "інформативність торгового залу"</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, продавці торгових залів, оператори-касири</p>
<p>Робота з персоналом. Кадрові процедури</p> <p>Процедура приймання. Основні умови та правила</p> <p>Процедура звільнення. Основні умови та правила</p> <p>Правила роботи з новими документами (затвердженими наказами, інструкціями тощо)</p> <p>Правила заповнення кадрових наказів-заяв (прийняття, переведення, звільнення)</p> <p>Порядок складання tabelю обліку робочого часу</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, працівники департаменту персоналу</p>
<p>Безпека магазину</p> <p>Загальні правила безпеки</p> <p>Пожежна безпека</p> <p>Які дії слід вчинити, якщо при огляді магазину перед відкриттям виявлено пошкодження замків</p> <p>Які дії у випадку виявлення розбіжностей готівки, що зберігається в сейфі</p> <p>Вимоги до оцінювання роботи в магазині працівників департаменту безпеки ТВК</p> <p>Львівхолгод</p>	<p>Директори магазинів, керівники відділів, заступники керівників відділів, адміністратори, продавці торгових залів, оператори-касири, працівники департаменту безпеки, працівники відділу охорони</p>

Наведемо приклади питань, які ми рекомендуємо включити в кейси для менеджерів-консультантів гіпермаркету та мережі магазинів «Рукавичка» ТОВ ТВК «Львівхолод».

Кондитерські вироби

Особливості звичайного, десертного, білого, штучного шоколаду;

Методи ідентифікації фруктових-ягідних кондитерських виробів (варення, джем, повидло, конфітюри);

Вимоги до асортименту цукристих кондитерських виробів;

Вимоги до асортименту борошняних кондитерських виробів.

Харчосмакові товари

Особливості ідентифікації байхового чаю;

Ідентифікаційні особливості найбільш відомих сортів і типів чаю (індійського, цейлонського, китайського);

Органолептичні методи оцінки смаку та аромату кави;

Товарознавчі ознаки різних сортів кави (робуста, арабіка, мокко).

Алкогільні напої

Товарознавча класифікація лікеро-горілчанних виробів;

Асортимент ординарних і марочних коньяків;

Маркування французьких коньяків за якістю (V.S.; V.S.O.P; X.O.);

Класифікація вин за змістом цукру і спирту.

Ковбасні вироби

Товарознавча класифікація ковбасних виробів;

Асортиментна фальсифікація ковбасних виробів;

Якісна фальсифікація ковбасних виробів;

Вимоги до якості напівкопчених та сировокопчених ковбасних виробів.

Рибні товари

Методи ідентифікації виду риби;

Асортиментна фальсифікація риби;

Якісна фальсифікація риби;

Характеристика асортименту рибних консервів;

Органолептичні методи визначення якості ікри.

Висновки. З метою вдосконалення оцінки та атестації персоналу ТОВ ТВК «Львівхолод» ми рекомендуємо в складі департаменту персоналу відкрити Ассесмент-центр (анг. слово «*assessment*» означає оцінка, оцінювання).

Основне завдання такого підрозділу – діагностика професійних і особистісних якостей, управлінських навичок, готовності до реалізації поставлених завдань. Спеціалісти центру мають, зокрема, складати бізнес-кейси, які моделюють управлінські

та робочі ситуації, готувати та проводити підготовчі заходи для оцінювання, збирати інформацію, готувати звіти, надавати керівництву компанії підсумкові рекомендації. За результатами дослідження складається план розвитку, орієнтований на індивідуальні особливості персоналу, що забезпечує формування та управління трудових кадрів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аксенова Е. А. Стратегический ассесмент: Как сформировать человеческий ресурс организационных изменений: [учеб. пособие для студентов вузов] / Е. А. Аксенова. – М.: Аспект Пресс, 2008. – 352 с.

2. Базаров Т. Ю. Технология центра оценки персонала: процессы и результаты: практическое пособие / Т. Ю. Базаров. – М.: Кнорус, 2011. – 304 с.

3. Баллантайн И. Ассесмент-центр. Полное руководство / Иен Баллантайн, Найджел Пова. [пер. с англ.] Е. Г. Гореловой. – [Второе издание]. – М.: ГИППО, 2008. – 201 с.

4. Вудраф Ч. Центры развития и оценки / Чарльз Вудраф; [пер. с англ.] – М.: НРРО, 2005. – 384 с.

5. Вязигин А. В. Подбор, оценка и аттестация персонала в сфере торговли и услуг / А. В. Вязигин. – М.: Вершина, 2005. – С. 177-218.

6. Гуревич А. М. Ассесмент: принципы подготовки и проведения / А. Гуревич. – СПб.: Речь, 2005. – 235 с.

7. Даринская В. М. Оценка и развитие персонала методом «Ассесмент-центр» / В. М. Даринская, И. Н. Чаплыгин. – СПб.: Речь, 2008. – 224 с.

8. Деркач А. М. Кейс-метод в обучении / Деркач А. М. // Специалист. – 2010. – №4. – С. 22-23

9. Желудевич Ф. Кейс-метод в бизнес-обучении / Желудевич Ф. // Отдел кадров. – 2013. – №1. – С. 16-20

10. Лециевски К. Д. Assessment Center. Как успешно пройти тестирование в Центре оценки специалистов / Лециевски К. Д., Ферч-Рёвер К.; [пер. с нем. М. Н. Терёхиной]. – М.: Смарт Бук: Омега-Л, 2008. – 128 с.

11. Чепурной И. П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров : учебник / Чепурной И. П. – [4-е изд.] – М.: Дашков и Ко, 2008. – 460 с.

12. Юферова Е. Э. Актуальные проблемы, решения и перспективы применения технологии Центра оценки персонала в организации / Юферова Е. Э., Жабинская С. Л., Бакай Ю. Б. [Электронный ресурс]. // EMD.ru: сайт компании «Евроменеджмент». URL: <http://as.emd.ru/doc/actual.php> (дата обращения: 26.08.2013).

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

У статті досліджуються сучасні тенденції розвитку корпоративних торговельних мереж в Україні, їх спеціалізація і типізація, особливості регіонального розміщення, надаються рекомендації щодо підвищення ефективності їх функціонування.

Ключові слова: роздрібна торгівля, корпоративна торговельна мережа, формат.

Melnyk I., Bodnar O.

MODERN TRENDS IN CORPORATE TRADE NETWORKS IN UKRAINE

This article examines current trends in corporate retail networks in Ukraine, their specialization and typing, especially the regional placement, recommendations for improving the efficiency of their operation.

Keywords: retail, corporate trade network, format

Вступ. Одним із ефективних напрямів адаптації роздрібною торгівлі України до нових умов господарювання стала трансформація її організаційної структури, а саме поява і активний розвиток торговельних мереж корпоративного типу. На сьогоднішній день останні відіграють важливу роль у соціально-економічному розвитку України, в яких, порівняно з незалежними суб'єктами господарювання, є суттєві переваги. Практикою доведено, що ці організаційні структури ефективніше функціонують в глобалізованому світі з жорстким конкурентним середовищем, у них є можливість отримувати економію від масштабів діяльності, концентрувати ресурси, мати кваліфіковані кадри, залучати капітал для свого розвитку на вигідніших умовах, вибирати поставальників, які випускають більш конкурентоспроможні товари. Саме тому в мережевих магазинах краща товарна пропозиція, гарантована якість товарів і є можливість реалізувати їх за нижчими цінами, ніж у немережевих торговельних об'єктах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку торговельних мереж досліджуються багатьма науковцями. Наукові роботи таких відомих зарубіжних вчених, як Г. Армстронг, Г. Джоунз, П. Доусон, А. Ель-Ансарі, Ж. Ламбен, В. Леві, П. Мініард, Н. Ріглі, В. Харпер, Л. Штерн та інші дають можливість ознайомитися з досвідом країн з розвинутою ринковою економікою, де у вирішенні проблем розвитку торговельних мереж досягнуті значні успіхи. За останні роки з'явився цілий ряд наукових публікацій, які підготовлені вітчизняними вченими і вченими інших країн СНД та присвячені питанням розвитку роздрібною торговельної мережі. Це роботи перш за все таких авторів як В. Апопій, І. Бланк, М. Годунова, Н. Голошубова, А. Мазаракі, В. Новіков, О. Чкалова, О. Тимофеева. Однак питанням розвитку та розробки стратегії формування торговельних мереж, у тому числі корпоративного типу, присвячено мало наукових публікацій, тоді як важливість даної проблеми зростає і на практиці існує велика потреба у таких наукових дослідженнях.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження основних особливостей і тенденцій розвитку вітчизняних торговельних мереж корпоративного типу та узагальнення рекомендацій щодо підвищення ефективності їх функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реформування економіки України, викликане об'єктивним і безперервним процесом активізації ринкових відносин, актуалізує питання адаптації роздрібною торгівлі, зважаючи на її роль як складової господарського комплексу. Серед сучасних процесів розвитку роздрібною торгівлі в Україні необхідно відзначити активний ріст на ринку таких організаційних структур, як торговельні мережі корпоративного типу.

Розгляд основних тенденцій функціонування світового господарства в цілому та економіки України, зокрема, дали підстави розподілити передумови, які створили основу для формування торговельних мереж у роздрібною торгівлі України, на три групи за рівнями їх прояву: наднаціонального рівня, що мають прояв на глобальному світовому рівні; національного рівня, що проявляються на рівні національної економіки, визначаються її соціально-економічним станом та тенденціями розвитку. Третю групу складають передумови, які закладені у сутності торговельних мереж як організаційних утворень та стратегії їх формування. Прояв цих передумов мав комплексний характер і в цілому виявив спонукальний вплив на структурні зміни у роздрібною торгівлі України і процес формування корпоративних торговельних мереж.

У науковій літературі є різні трактування поняття корпоративної торговельної мережі. Зокрема, Голошубова Н. О. відзначає, що це сукупність бізнес-одиниць, основним видом діяльності яких є торгівля, що поєднані спільними зовнішніми та функціональними характеристиками, мають єдиний центр управління, який спрямовує їх діяльність на реалізацію стратегічної мети [-]. Тимофеева О. В. подає близьке за значенням трактування торговельної мережі як сукупності однотипних або різнотипних бізнес-одиниць, що здійснюють роздрібною торгівлю під однією торговельною маркою, мають кор-

поративну стратегію діяльності, єдиний центр управління, координації та контролю, власний розподільчий склад, з якого постачають товарами бізнес-одиниці, що входять до складу об'єднання [3]. Отже, основними ознаками корпоративних торговельних мереж є: спільність функціональних ознак, єдиний центр управління і спільна корпоративна стратегія.

Корпоративні торговельні мережі на українському ринку почали формуватися наприкінці 1990-х – на початку 2000-х рр. і завдяки своїм перевагам досить швидко зайняли лідируючі позиції у забезпеченні населення товарами, особливо продовольчими. За даними компанії GT Partners Ukraine сьогодні на вітчизняному ринку функціонує понад 100 продовольчих і 50 непродовольчих корпоративних роздрібних мереж [-]. Дослідженням цієї компанії встановлено, що у 2012 році оборот десяти найбільших продуктових мереж склав 80 млрд. грн., що на 22% більше, ніж у 2011 році [-]. Якщо взяти до уваги, що обсяг ринку роздрібної торгівлі продовольчими товарами становив 127 млрд. грн., то на часту цих мереж припадає більше 60%.

У процесі функціонування торговельних мереж корпоративного типу на вітчизняному ринку сформувалося певне коло суб'єктів, які тривалий період часу займають лідируючі позиції як за оборотом, так і за величиною торговельних площ (табл. 1).

розвиває мережі «Фуршет», «Фуршет – гурман», «Народний». У 2012 р. торговельні площі, якими оперує «Фуршет», збільшилися на 0,1%, а оборот – на 1%.

ТОВ «Ритейл Груп» управляє рекордним для першої десятки числом мереж – «Велика Кишеня», «Велика Кишеня Select», «Просто маркет», «Велмарт», № 1, «ВК Експрес». Настільки ж різноманітні і формати, в яких працює компанія – супермаркет, гіпермаркет, делікатесний супермаркет, магазин біля дому. На кінець 2012 р. сумарні торговельні площі Ритейл Груп становили 113,2 кв. м, що на 2% більше, ніж у 2011 році. За цей ж період оборот мережі зріс на 9%.

Ще один національний оператор «Таврія-В» може дати «фору» навіть міжнародним операторам за темпами розвитку. Так, у 2012 р. приріст торговельних площ «Таврія-В» склав 8%, а обороту – 12%. Компанія розвиває мережі «Таврія-В» і «Космос», працюючи у форматах гіпермаркет, супермаркет, магазин біля дому, делікатесний супермаркет.

Міжнародна компанія Auchan представлена в Україні єдиною мережею – «Ашан» і єдиним форматом – гіпермаркетом. За останній рік не було відкрито жодного магазину мережі, проте її оборот зріс на 21%. Досвід роботи Auchan показує приклад того, що обганяти конкурентів за доходами можна не тільки за рахунок збільшення мережі, але й за рахунок оптимізації діяльності.

Таблиця 1
Топ-10 продуктових корпоративних роздрібних мереж України у 2012 році [-]

Назва мережі	Обсяг обороту, млрд. грн.	Загальна торгова площа, кв. м
Fozzy Group	21,9	362 200
ТОВ «АТБ-маркет»	21,5	280 500
Metro Cash&Carry Україна	10,1	227 000
АТ «Фуршет»	5,1	184 300
ТОВ «Ашан Україна Гіпермаркет»	5,1	85 000
ТОВ «Ритейл Груп	4,8	113 200
ТОВ «Таврія-В»	3,4	113 000
ТОВ «Еко»	3,1	81 700
ТОВ «Амстор»	3,1	81 050
ТОВ «Омега»	2,1	55 600

Найбільша корпоративна роздрібна мережа торгово-промислової групи України Fozzy Group розвиває мережі «Сільпо», «Фора», «Fozzy», «Бумі-маркет». У 2012 році Fozzy Group показала вражаючі темпи розвитку, а саме сумарні торговельні площі компанії збільшилися на 14%, а оборот – на 26% проти 2011 року.

Вийшовши на роздрібний ринок у 1993 р., до середини 2012 р. ТОВ «АТБ-маркет» стала другою за масштабом діяльності і торгової площі компанією на ринку реалізації продовольчих товарів в Україні. Так, компанія за першу половину 2012 року збільшила торговельні площі на 9%. Фактично, за цей період було відкрито 156 магазинів мережі.

Metro Cash&Carry Україна, підрозділ одного з лідерів світового ритейлу Metro Group, розвиває мережі Metro і «Metro база». У 2012 р. компанія не збільшила торговельні площі, що не завадило міжнародному гіганту залишитися в трійці лідерів ринку за цим показником.

Національний оператор компанія «Фуршет» працює в різних форматах – супермаркет, гіпермаркет, магазин біля дому, делікатесний супермаркет. Компанія

Перший продуктовий супермаркет «ЕКО-маркет» був відкритий в 2003 р. в Чернігові. У 2012 р. торговельні площі тепер вже всеукраїнської мережі «Еко-маркет» збільшилися на 2%, при збільшенні обороту на 30%.

У 2012 р. торговельні площі мережі «Амстор» не збільшилися (оборот зріс на 9%), проте компанія залишається одним з найперспективніших гравців на ринку продовольчих товарів. Асортимент торгової мережі – більше 35 тис. найменувань продовольчих та непродовольчих товарів. Магазины «Амстор» представлені у форматах гіпермаркет і супермаркет.

Найбільш примітна зміна в нижній частині топ-списку, а саме потрапляння в десятку найбільших продуктових роздрібних мереж України за величиною обороту дніпропетровської мережі Varus (ТОВ «Омега»). Саме вона серед всіх операторів показала найбільший приріст продаж – 60%. Компанія відкрила 14 нових магазинів і вдвічі збільшила торговельну площу – до 55,6 тис. кв. м. У 2013 році за інформацією керівників мережа планує розширити торговельні площі на 25 тис. кв. м, а товарооборот – більш ніж удвічі (до 4,9 млрд. грн.).

Починаючи з 2011 року відбувається погравлення діяльності корпоративних торговельних мереж, які спеціалізуються на реалізації непродовольчих товарів. Так, у сегменті побутової техніки і електроніки на початок 2013 року перші три позиції за кількістю торгових одиниць і обсягом обороту займають «Фоксторт», «Comfy» і «Технополіс» (у січні 2013 року поглинула мережу «Ельдорадо» і вийшла на другу позицію). Втім, в умовах загострення конкуренції національним мережам побутової техніки та електроніки, щоб зберегти позиції на ринку, доведеться проявити винахідливість. На нашу думку, компанії повинні шукати нові моделі ведення бізнесу, зокрема впроваджувати мультимедійну бізнес-модель, яка передбачає інтеграцію в магазини оффлайнних і онлайнних каналів продажу.

Значущі події відбулися в сегменті торгівлі парфумерно-косметичними товарами. Тут основна четвірка найбільших мереж представлена компаніями Watsons, «Космо», EVA і proStor, які намагаються відвоювати частки ринку не тільки у прямих конкурентів, але і у супермаркетів і дрібних магазинів. Як відзначили в консалтинговій компанії CBRE, після періоду монополії локальних операторів в минулому році розстановку сил змінив вихід на український ринок кількох нових гравців [-]. Зокрема, парфумерна мережа Watsons отримала контроль над українським оператором ДЦ і провела ребрендинг. Змінили власників і локальні парфумерні мережі Brocard (близько 65 магазинів) та Bonjour (6 магазинів). Покупцем обох виступила російська компанія «Алькор і Ко», яка розвиває в Росії парфумерну мережу «Л'Етуаль». Тепер вона продовжує працювати на українському ринку під трьома брендами – Brocard, Bonjour і «Л'Етуаль», займаючи близько 60% обороту парфумерно-косметичних товарів. Серед вітчизняних торговельних мереж даного сегменту варто відзначити мережу proStor, яка за результатами 2012 року займає четверте місце за величиною торгових площ. Ця компанія першою серед мереж даного формату відкрила інтернет-магазин, що дозволило збільшити обсяги реалізації на 8%.

У торгівлі будівельними товарами склад основних операторів залишається стабільним. Такі мережі, як «Епіцентр», «Нова лінія», ОЛДІ, «БудМакс», Praktiker, ОБІ, продовжують утримувати свої позиції.

У торгівлі одягом в 2011-2012 роках відбувся вихід на ринок таких нових брендів, як GAP, New Yorker, Oysho, Noa Noa, Oviessa, Piazza Italia, W52 Jeans, Lady&Gentlemen City (у середньому ціновому діапазоні); Christian Dior, Tru Trussardi, Ermanno Scervino, Valentino і Prada (в класі «люкс»). Разом з тим, експерти підкреслюють, що відкриття нових брендів відбувається, в основному, існуючими українськими компаніями на основі франчайзингу. До того ж у більшій частині компаній немає масштабних планів розвитку бізнесу в країні, які стримують не тільки високі ризики, але й країни низька пропозиція торгових площ, що відповідають міжнародним стандартам, некоректна політика власників площ стосовно орендарів.

Одним із напрямів активізації діяльності корпоративних торговельних мереж є удосконалення існуючих і розвиток нових форматів торговельних підприємств. В Україні 45% покупців вибирають в

якості основного місця покупок супермаркети, що і спонукає торговельні мережі підтримувати цей формат. Проте, за останні роки багато компаній роблять акцент на форматі магазину «біля дому». Цей сегмент розвивається найбільш динамічно, бо торгові оператори після кризи все ще не готові вкладати кошти в довгострокові проекти, а зменшення розміру магазинів є одним з методів мінімізації витрат. У великих промислових містах також є дефіцит відповідних приміщень, а в невеликих населених пунктах гіпермаркети не в змозі окупити навіть операційні витрати. Тому роздрібні мережі і далі будуть відкривати «магазини крокової доступності», дискаунтери, які відрізняються найбільш простою і доступною для покупців концепцією. Крім того, для споживачів такі магазини мають низку переваг перед гіпермаркетами, а саме: оптимальні витрати часу на дорогу і здійснення покупок, при цьому завжди достатній асортимент товарів. Експерти відзначають, що формат «магазин біля дому» – найпопулярніший і такий, що швидко розвивається в Європі. Сьогодні він займає 30-35% від загальної частки ринку європейського продуктового роздрібною торгівлі [-].

Загалом, тенденції розвитку торговельних форматів за останні роки дозволяють зробити висновки, що більшість корпоративних торговельних мереж роблять акцент на мультиформатності своїх підприємств. Так, близько 50% компаній мають у своєму управлінні об'єкти з різними торговими концепціями. Причому таку стратегію сьогодні використовують переважно українські оператори, міжнародні ж компанії суворо дотримуються обраних стандартів. Подібні пошуки нових ніш і форматів пояснюються прагненням українських операторів диверсифікувати бізнес за рахунок розвитку магазинів з новими торговими концепціями.

Окрім відкриття нових магазинів, роздрібні мережі приділяють чималу увагу й оптимізації асортименту. Вітчизняні споживачі стали раціональнішими і вже не готові витратити гроші на непродумані покупки, як це було перед кризою. Це констатують як виробники товарів, так і мережі, які ці товари реалізують. Якщо раніше покупці не акцентували увагу на ціні звичних їм продуктів, то зараз вони стежать за цінами і купують саме те, що необхідно.

Одним із напрямів оптимізації асортименту є зростання частки товарів, які продаються під власною торговельною маркою (ВТМ). Незважаючи на те, що розвиватися цей напрям у вітчизняній торгівлі почався відносно недавно (у 2003-2006 роках), власні торгові марки швидко еволюціонували і досягли широкого видового різноманіття. За даними GT Partners Ukraine, товари під ВТМ сьогодні пропонують близько 30% українських продовольчих операторів [-]. Якщо спочатку більшість компаній в Україні розвивали ВТМ в низькому ціновому сегменті, то останнім часом мережі впливають на лояльність покупців за допомогою унікальних товарних пропозицій.

Отже, Україну чекає посилення конкуренції на внутрішньому споживчому ринку. І щоб вітчизняні торговельні мережі її витримали та продовжували розвиватися, їм необхідно суттєво покращити (а в багатьох випадках кардинально переглянути) свої стратегії розвитку, щоб виграти боротьбу за спо-

живача. Особливо важко буде виживати незалежному роздрібному та оптовому торговцю, перш за все суб'єктам господарювання малого бізнесу, які не уйдуть до складу будь-яких видів об'єднань.

Перед мережевими роздрібними торговельними підприємствами ще гостріше постануть надзвичайно важливі питання щодо визначення стратегічних цілей діяльності, вибору стратегічних зон господарювання, формування стратегічного товарного портфелю, визначення політики ціноутворення, диверсифікації діяльності, доцільності кількісного розширення підлеглих торговельних об'єктів і забезпечення керуваності ними, формування ефективних взаємовідносин з партнерами, які б сприяли розвитку вітчизняного товаровиробника, а отже, й створенню масового платоспроможного споживача.

Бізнес повинен розвиватися за принципом «бізнес для людини», нести соціальну відповідальність за те, що і як він робить. Стратегічною метою діяльності підприємства повинно стати збільшення його ринкової частки шляхом залучення якомога більшої кількості покупців до своїх магазинів; зростання обсягів товарообороту й прибутку за рахунок нових технологій і методик щодо управління товарним асортиментом; удосконалення організації процесу продажу товарів і обслуговування покупців; зменшення ланковості процесу товароруку та витрат на доведення товарів від виробників до споживачів; підвищення продуктивності праці за всіма напрямками діяльності.

Загалом, існує багато різних напрямів удосконалення діяльності підприємств і їх розвитку. Саме тому вирішувати свої проблеми, підвищувати прибутковість суб'єкти господарювання повинні не за рахунок кінцевого споживача, зокрема шляхом майже «безмежного» зростання цін по усьому ланцюгу від постачальників сировини для виробництва товарів до магазину, а зазначеними вище шляхами. Необхідно зазначити, що багато зарубіжних компаній, щоб не втрачати постійних покупців і залучати нових, почали знижувати ціни на товари й послуги та оптимізувати свою діяльність. Усе це свідчить про те, що вітчизняним підприємствам слід розробляти нові стратегії діяльності. Лише за таких умов економіка країни поступово виходитиме на вищий рівень розвитку. Вагомий внесок у ці процеси повинні зробити торговельні мережі, альтернативи перспектив яким на сучасному етапі не існує.

Важливу роль у розвитку мережевого бізнесу повинні відігравати державні органи управління. Країні потрібна ефективна державна регуляторна система, яка б функціонувала на виваженій податковій, інвестиційній, фінансово-кредитній та амортизаційній політиці – вона має бути диференційованою відповідно до визначених пріоритетів і спрямовувати розвиток виробництва товарів і торгівлі ними в необхідне русло. Слід суттєво підвищити роль Антимонопольного комітету та його територіальних органів у регулюванні процесів формування торговельних мереж і контролю за їх ціновою поведінкою, щоб не допускати антиконкурентні, узгоджені між ними дії. Цінова політика підприємств повинна відповідати структурі суспільства за рівнем доходів населення. Важливим є визначення

«порогу» домінування торговельних мереж на локальному ринку. Для реалізації цих завдань необхідно також удосконалювати інформаційне забезпечення системи управління, перш за все створивши статистичну звітність, яка б давала змогу відслідковувати процеси формування торговельних мереж та оцінювати ефективність їх функціонування.

Висновки. 2012 рік можна вважати досить успішним для мережевих підприємств роздрібною торгівлі. Роздрібні мережі активно відкривали нові магазини і проводили ребрендинг вже існуючих. Одні компанії робили акцент на відкритті нових магазинів, другі – на нових напрямках торгівлі, треті – на розвитку власних торгових марок, але усіх об'єднує одне – усі йдуть вперед, надолужуючи прогаєне під час кризи. Ускладнює ситуацію лише те, що галузь досить сильно залежить від економічної ситуації в країні і купівельної спроможності населення. Тому прогнозувати, чим закінчиться 2013 рік і якими будуть показники в 2014-му, не береться ніхто. Проте всі експерти єдині в одному – зростання галузі буде можливим тільки за рахунок внутрішніх ресурсів без залучення зовнішніх інвестицій.

Різні етапи розвитку корпоративних торговельних мереж у вітчизняній торгівлі та країнах з розвиненою ринковою економікою обумовлюють значні відмінності у рівнях фінансової, технологічної та інших складових конкурентного потенціалу та методах і прийомах ведення конкурентної боротьби внаслідок процесів, які супроводжують зміну стану та структури зазначених ринків. Тому об'єктивної необхідності набуває активне виконання державою своїх координуючих і регламентуючих функцій, стимулювання розвитку вітчизняних торговельних мереж, адаптація їх формування відповідно до моделей поведінки і купівельної спроможності споживачів за рахунок поглиблення соціальної диференціації типів торговельних об'єктів, недопущення створення монополізованих ринкових структур західними торговельними мережами, порушення чинного законодавства і забезпечення умов для вільної конкуренції для всіх суб'єктів підприємницької діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голушубова Н. Розвиток торговельних мереж України / Н. Голушубова // Ринкові дослідження. – 2011. – № 1. – С. 15-23.
2. Кавун О. Визначальні фактори формування роздрібних торговельних мереж в Україні / О. Кавун // Підприємництво, господарство і право. – 2004. – № 10. – С. 150–153.
3. Ставка на кількість [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://allretail.ua/topics/34531>.
4. Тимофєєва О. В. Розвиток українських торговельних мереж на сучасному етапі / О. В. Тимофєєва // Економіка і регіон. – 2007. – №2 (13). – С. 68-72.
5. ТОП 10 продуктової ритейлери України по величині виручки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://allretail.ua/topics/33872>.
6. Топ-10 FMCG-ритейлерів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/business/1336471-top-10-fmcg-ritejlerov-v-ukraine>.

ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Розглянуто трудовий потенціал як детермінанту формування конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства. Узагальнено зарубіжний досвід мотивації та стимулювання праці у цьому секторі бізнесу та можливості його імплементації в сфері ресторанного господарства України.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, трудовий потенціал, мотивація праці, матеріальне стимулювання працівників, премії

Mitsenko N., Radyk I.

LABOUR POTENTIAL AS A DETERMINANT OF RESTAURANT ECONOMY ENTERPRISE COMPETITIVENESS FORMING

Labour potential as a determinant of restaurant economy enterprise competitiveness forming is examined. Foreign experience of motivation and labour stimulation in this business sector and possibility of its implementation in the sphere of Ukraine restaurant economy are generalized.

Keywords: enterprise competitiveness, labour potential, labour motivation, material stimulation of workers, premium

Вступ. Розвиток економіки України як соціально орієнтованої держави передбачає підвищення якості та рівня життя населення. Одним з напрямків досягнення соціальних стандартів та нормативів (показників необхідного споживання продуктів харчування, непродовольчих товарів та забезпечення освітніми, медичними, житлово-комунальними, соціально-культурними послугами) є розвиток сфери ресторанного господарства. В 2012 році в Україні функціонувало 21,6 тис. закладів ресторанного господарства на 1521 тис. посадкових місць, які забезпечили реалізацію платоспроможного попиту населення на кулінарну продукцію та послуги ресторанного сервісу в обсязі 23,5 млрд. грн. [9, с. 265, 283, 285].

Зважаючи на високі темпи розвитку зазначеної сфери господарювання, В. А. Антонова зауважує, що в сучасних умовах в ресторанному бізнесі виокремилися такі типи конкурентів: міцні підприємства, які провадять масове виробництво продукції та надають послуги з організації харчування населення; спеціалізовані підприємства, які закріплюються в певних ринкових нішах; дрібні та середні підприємства, які надають послуги населенню з організації харчування та відпочинку; дрібні вузькоспеціалізовані підприємства, які використовують ефект гнучкості та високої маневреності в конкуренції з іншими підприємствами [1, с. 55]. Враховуючи це, актуалізується пошук підходів до управління конкурентоспроможністю підприємств харчування, особливо, в довгостроковій перспективі.

Як показують дослідження В. Пастухової, основним засобом конкурентної боротьби більше 50% підприємств вважають ціну, 2/5 – якість продукції, 1/5 – рекламу та (або) асортимент продукції

[8]. Водночас, виживання та успіх підприємства у конкурентній боротьбі сьогодні залежить не від технічного рівня виробництва, прогресивності застосовуваних технологій, а від стану та якості трудового потенціалу підприємства. Витрати на розвиток трудового потенціалу перетворюються у важливу складову інвестицій в майбутній розвиток підприємства. В провідних компаніях розвинутих країн інвестиції в основний капітал співвідносяться з витратами на людський капітал як 1:2 [7, с. 8].

Тому за кардинальної зміни умов конкурентної боротьби повинні істотно змінюватися критерії оцінки результатів роботи персоналу підприємства, підходи до мотивації та стимулювання його праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Пошуки сучасних вчених-економістів України, таких, як О. І. Амоша, С. І. Бандур, В. М. Ветров, О. А. Грیشнова, О. І. Гончар, В. М. Данюк, Н. І. Єсінова, А. В. Івануса, О. В. Корнілова, М. М. Левченко, В. М. Нижник, В. В. Онікієнко, С. В. Шепелева, А. А. Чухно та ін. істотно збагатили уявлення про соціальні та економічні чинники й методи мотивації та стимулювання трудових ресурсів в системі управління підприємством. Разом з тим, недостатньо представлені в науковій літературі підходи до стимулювання та розвитку трудового потенціалу підприємства ресторанного господарства як детермінанти забезпечення його довгострокової конкурентоспроможності на ринку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування шляхів удосконалення матеріального стимулювання праці персоналу підприємств ресторанного господарства та визначення перспектив розвитку їх трудового потенціалу для забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Трудовий потенціал підприємства ресторанного господарства, виступаючи у єдності просторових і часових характеристик, концентрує в собі одночасно три рівні зв'язків і відносин:

– перший рівень відображає минуле, тобто являє собою сукупність властивостей, нагромаджених підприємством в процесі його становлення та можливість функціонування і розвитку;

– другий рівень характеризує сьогодення з точки зору практичного застосування і використання наявних здібностей персоналу;

– третій рівень орієнтований на розвиток: у процесі трудової діяльності працівник не тільки реалізує свої здібності, а й здобуває нові навички [10, с. 36-37].

Вивчення зарубіжного досвіду управління персоналом підприємств харчування з точки зору досягнення і збереження ними конкурентних ринкових переваг дозволяє виокремити чотири типи підприємств:

1) малі і середні підприємства, які утримують певну вільну від конкуренції нішу ринку, не приділяють особливої уваги мотивації та стимулюванню персоналу, формуванню його лояльності до підприємства;

2) підприємства, що орієнтують свою діяльність на підприємство-лідер на ринку, створюють аналогічні системи організації і стимулювання праці персоналу, прагнуть до оптимізації чисельності працівників та залучення висококваліфікованих фахівців з кращих підприємств даної сфери;

3) підприємства, що розглядають управління трудовим потенціалом як запоруку його сталого розвитку, а особистісний потенціал кожного працівника – як цінність для підприємства, удосконалення мотивації та стимулювання праці – як частину корпоративної культури;

4) підприємства світового рівня, які розглядають розвиток трудового потенціалу як детермінанту забезпечення довгострокової конкурентоспроможності на ринку, а управління ним спрямовують на перевершення досягнень конкурентів.

Поділяємо точку зору В. Г. Топольник, Л. В. Крилової, М. М. Левченко, В. В. Шумілової, Л. Є. Калініної щодо того, що вітчизняним підприємствам ресторанного господарства слід прагнути досягнення третього рівня конкурентоспроможності, тобто імплементації в свою діяльність передового зарубіжного досвіду мотивації та стимулювання персоналу [7, с. 12].

До останнього часу мотивація як рушійна сила поведінки, як усвідомлене прагнення до певного типу задоволення потреб, до успіху, не була самостійним об'єктом дослідження, що не можна визнати правомірним. Єдиною прикладною наукою, що дозволяє глибоко аналізувати трудову поведінку людей у всій її різноманітності, проектувати і впливати на неї для досягнення особистих цілей і цілей підприємства, і є теорія мотивації.

Вивчення проблем мотивації трудової діяльності має як теоретичне, так і пряме практичне значення. Від того, як розуміє людина свою трудову діяльність і якими мотивами вона керується, зале-

жить її ставлення до роботи. Тому розуміння внутрішніх механізмів мотивації праці дає змогу виробити ефективну політику в галузі праці і трудових відносин, створити «режим найбільшого сприяння» для тих, хто дійсно прагне продуктивної праці.

В підприємствах ресторанного господарства нині використовують дві взаємопов'язані системи мотивації – матеріальне стимулювання та нематеріальне (моральне) стимулювання. При цьому, зазвичай, матеріальне стимулювання є домінуючим, а нематеріальне, у формі окремих складових, лише доповнює його [5, с. 381]. Як свідчать дані офіційної статистики, середньомісячна номінальна заробітна плата в готельно-ресторанному бізнесі України в 2012 році склала 2057 грн., що на 32% нижче, ніж загалом по економіці. Водночас, порівняно з 2000 роком вона зросла у 11,6 разів, тоді як в середньому по Україні – у 13,2 рази [9, с. 380]. Такий розрив в рівнях оплати праці не сприяє закріпленню кадрів в ресторанному господарстві, викликає потребу у формуванні якісно нової системи мотивації та матеріального стимулювання праці персоналу.

Правильно організована система матеріального стимулювання в підприємстві ресторанного господарства створює таку атмосферу, коли працівники відчують потребу працювати з максимальною віддачею для успіху закладу. Система матеріального стимулювання праці потребує постійного дослідження факторів, які визначають матеріальні стимули. Під цими факторами розуміють рушійні сили, які забезпечують формування й використання сукупності спонукальних мотивів з метою задоволення колективних та особистих інтересів працівників [2].

Для ефективної діяльності закладу ресторанного господарства потрібні відповідальні та ініціативні працівники, високо організовані та прагнучі до трудової самореалізації особистості. Хоча оплата праці – найбільш вагоме джерело доходів у сфері ресторанного бізнесу, забезпечити ці якості працівника неможливо за допомогою традиційних форм матеріального стимулювання та суворого зовнішнього контролю, зарплати і покарань. Лише ті працівники, які усвідомлюють сенс своєї діяльності та прагнуть до досягнення цілей підприємства, можуть розраховувати на отримання високих результатів [4, с. 512].

Можна стверджувати, що грошова мотивація за своєю природою є «ненасичуваною» і при подальшому утриманні фахівців на підприємстві та стимулюванні їх до сумлінного виконання своїх посадових обов'язків слід вдаватися до інших видів матеріальної мотивації. Разом із гідною оплатою праці як додаткові матеріальні стимули можуть використовуватися: система нарахування премій; надання безкоштовного або пільгового харчування на підприємстві; оплата стільникового зв'язку, безпосередньо пов'язаного із здійсненням трудового процесу; відшкодування транспортних витрат; фінансування підвищення кваліфікації; надання можливості отримання позики або пільгового кредиту на житло або інші побутові потреби; часткова компенсація витрат на відпочинок тощо. Ці пільги допомагають створити комфортні умови праці, завдяки яким людина буде задоволена своєю роботою не тільки через зарплату [6].

Щоб отримати найбільший ефект від розподілу бонусів, слід чітко визначити термін дії (оптимально – з початку календарного року) та критерії отримання бонусів (важливі для розвитку підприємства). В подальшому розподіл бонусів повинен передбачати: визначення цілей відносно конкретних працівників; періодичний перегляд цілей (мінімум раз в півроку для закріплення вмотивованості працівників); конкретизацію цілей, підтвердження їх досяжності (встановлення занадто високих для досягнення цілей призводить до незадоволення та втрати мотивації у працівників).

У світовій практиці ресторанного господарства отримала поширення матеріальна система мотивації Профїт-Шерїнг. Ця форма мотивації активно використовується великими ресторанными мережами і полягає у розподілі прибутку в рівних частках між всіма учасниками бізнес-процесів. Профїт-Шерїнг – це дуже сильний мотиваційний чинник, що дозволяє людям свідомо брати участь у бізнесі, тому що вони чудово розуміють: від роботи кожного з них залежить, наскільки робота закладу буде прибуткова на кінець року. А якщо робота прибуткова, то вони отримують за це гроші [4]. Найбільш широко розповсюджена ця система в Японії, де преміальні виплати в формі прямої участі в прибутках можуть досягати 50% заробітної плати. Японські методи матеріального стимулювання відмінні від європейських і американських. Ціль, що ставить перед собою японський менеджер – підвищити ефективність роботи підприємства в основному за рахунок підвищення продуктивності праці працівників, тоді як у європейському і американському менеджменті основною метою є максимізація прибутку, тобто одержання найбільшої вигоди з найменшими зусиллями. Керівник не виділяє себе з маси підлеглих, його завдання – не керувати роботою, яку виконують інші, а сприяти взаємодії співробітників, надавати їм необхідну підтримку і допомогу, формувати гармонійні міжособистісні відносини, так звані "менталітет зрівнялівки" [3].

Специфіка праці в ресторанному господарстві визначається тим, що майже 90% усіх працівників зайняті продуктивною працею та близько 10% - непродуктивною. За даними Американського центру з продуктивності, системи участі у прибутку дозволили багатьом компаніям різко поліпшити атмосферу на виробництві, краще мотивувати працівників, але на продуктивність і якість вплинули в незначній мірі. У той же час, системи поділу вигод від підвищення продуктивності призвели до значного поліпшення в цій області, хоча і не завжди сприяли поліпшенню якості.

Наголосимо, що останні дослідження в сфері мотивації виявили, що основний мотив працівника — професійне зростання, на другому місці знаходиться сприятлива атмосфера в колективі й лише на третьому - матеріальний чинник [6]. Тому при формування системи мотивації та стимулювання праці персоналу підприємств ресторанного господарства слід зважати і на нематеріальне стимулювання.

Висновки. Від ефективної системи мотивації та стимулювання персоналу підприємства залежать

кінцеві результати його діяльності, а також соціальна та творча активність учасників бізнес-процесів.

Сильним мотиваційним засобом для працівників ресторанного господарства слугують матеріальні стимули. Єдиної, шаблонної системи, яка діяла б безвідмовно тривалий час, створити на підприємстві неможливо через зміни самого працівника (розвиток особистості) та його потреб. Кожне підприємство повинне розробити свою систему мотивації та стимулювання праці для формування трудового потенціалу, який стане основною рушійною силою розвитку підприємства в майбутньому та забезпечення його конкурентних переваг на ринку.

Для українських підприємств корисним є вивчення зарубіжного досвіду трудової мотивації та впровадження поширених систем стимулювання персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова В. А. Ресторанный бизнес: механизм и эффективность управления стратегическим развитием : монография / Антонова В. А. – Донецк : ДонНУЭТ, 2009. – 277 с.
2. Ветров В. М. Мотивация та стимулювання працівників підприємств харчування в готельно-ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] / Ветров В. М., Бєсїда С. М. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/11_EISN_2008/Economics/30753.doc.htm
3. Досвід мотивації праці у розвинутих країнах світу [Електронний ресурс] // Аграрний сектор України. – 15 березня 2012. – Режим доступу : <http://agroua.net/economics/documents/category-82/doc-242/>.
4. Єсінова Н. І. Мотивация робітників підприємств ресторанного господарства / Н. І. Єсінова, С. М. Чаговець // Економічні стратегії і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць ХДУХТ. – Харків : ХДУХТ, 2010. – Вип. 1. – С. 511-518.
5. Івануса А. В. Особливості формування ефективної системи мотивації персоналу підприємств ресторанного бізнесу / А. В. Івануса // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук. праць. – Львів : НЛТУУ, 2012. – Вип. 22.10. – С. 380-383.
6. Какие бонусы лучше - соцпакет или деньги? [Електронний ресурс] // UBR: Український Бізнес Ресурс. – 9 травня 2011. – Режим доступу : <http://ubg.ua>.
7. Оцінка персоналу ресторанного господарства : монографія / [В. Г. Топольник, Л. В. Крилова, М. М. Левченко та ін.] - Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – 272 с.
8. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / Пастухова В. В. – К. : КНТЕУ, 2002. – 302 с.
9. Статистичний щорічник України за 2012 рік : статзбірник / Державна служба статистики України ; [за ред. О. Г. Осауленка]. - К. : ТОВ «Август Трейд», 2013. - 551 с.
10. Шаталов Н. И. Трудовой потенциал работника: Проблемы функционирования / Шаталов Н. И. – Екатеринбург : УрГЭУ, 1998. – 294 с.

АНАЛІЗ СТАНУ ТА НАПРЯМИ ПОСИЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Визначено актуальність, висвітлено та проаналізовано обсяги та структуру інноваційної діяльності підприємств роздрібною торгівлі в Україні, а також обґрунтовано напрями посилення активності інноваційної діяльності вітчизняних підприємств роздрібною торгівлі з продажу керамічної плитки в Україні.

Ключові слова: інноваційна діяльність, роздрібна торгівля, вітчизняні підприємства, торговельні підприємства, інновації.

Orlyk I.

ANALYSIS OF TRENDS AND ENHANCEMENT OF INNOVATION ACTIVITY RETAILERS

Definitely relevance, highlights and analysis of the scope and structure of innovation retailers in Ukraine and reasonable directions of increasing innovation activity of domestic retail outlets for the sale of ceramic tiles in Ukraine.

Keywords: innovation, retail, domestic enterprises, commercial enterprises, innovation.

Вступ. Важливим чинником інноваційної діяльності є наявність необхідної для цього інформації. Для її збору і опрацювання, як правило, використовуються всі можливі для цього джерела збору даних. Чим ширший перелік зібраної інформації, тим вона достовірніша і системніша для прийняття нових ефективних рішень. Судячи з цього, ми бачимо, що структура джерел отримання інформації, потрібної для інноваційної діяльності, в економіці України недостатньо раціональна.

В основному для прийняття рішень в процесі інноваційної діяльності суб'єкти економічних відносин застосовують власні дані. Це 25,0 % інноваційно активних підприємств загалом та 21,7 % від інноваційних торговельних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Щодо трактування поняття та ролі інновацій в економіці існують різні підходи таких науковців, як А. Сміт, Д. Рікардо, Й. Шумпетер, Ф. Хайєк, Ф. Ніксон, К. Найт, К. Фрімен, Д. Норт, В. М. Власенко, В. В. Апопій та інші.

Ще в теоріях Й. Шумпетера аргументовано доводилися взаємозв'язки та взаємообумовленість інноваційної діяльності і ефективності підприємництва, конкурентоспроможності виробництва. На сьогодні впровадження інновацій є безальтернативним шляхом формування міцних довгострокових конкурентних позицій товарів суб'єктів господарювання. Це підтверджується чисельними науковими дослідженнями, де обґрунтовується, що роль інновацій полягає в підвищенні продуктивності праці, виробництві та продажу більш якісної продукції, створенні передумов для економічних агентів щодо перемоги у конкурентній боротьбі.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення обсягів та структури інноваційної діяльності

підприємств роздрібною торгівлі (на прикладі підприємств з продажу керамічної плитки та сантехніки м. Львова).

Вклад основного матеріалу дослідження. Ефективність та доцільність інноваційної діяльності у будь-якому виді економічної діяльності залежить від її мети. У вітчизняній торгівлі переважає завдання виходу на нові ринки або збільшення існуючої ринкової частки. За для цього здійснюють інноваційну діяльність 41,4 % торговельних підприємств України, у той час, як в економіці загалом таку мету ставили перед собою керівники 37,9 % інноваційних суб'єктів господарювання.

Вважаємо негативним, що лише 20,9 % інноваційно активних підприємств торгівлі (22,4 % загалом по економіці) ставить головним очікуваним результатом інноваційної діяльності зниження рівня витрат праці, а зниження рівня матеріальних витрат – 15,6 % та 21,4 % відповідно. На наш погляд, головна мета інноваційної діяльності має спрямовуватися на отримання конкурентних переваг. Такими здебільшого є вища якість та конкурентоспроможність товарів.

Позитивним є те, що 40,8 % (на 0,7 % більше, ніж в економіці загалом) торговельних підприємств, що здійснюють інновації, працює над розширенням номенклатури товарів та послуг. Це сприяє посиленню міжгалузевої співпраці підприємств торгівлі та виробничого комплексу, а також зміцненню конкурентоспроможності товарів, виготовлених на території України.

Не достатньо раціональними залишаються на сьогодні напрями інноваційної діяльності вітчизняних підприємств торгівлі. Так, на придбання зовнішніх знань та зовнішніх НДР спрямовували свою інноваційну діяльність 10,5 % та 7,7 % відповідно

торговельних підприємств станом на початок 2011 р. у той час, як превалююча частка (80,6 %) торговельних підприємств працювали над придбанням машин, обладнання та програмного забезпечення. У період 2006-2008 рр. високими були частки підприємств з технологічними інноваціями за напрямками інноваційної діяльності в торгівлі.

У 2008-2010 рр. частка внутрішніх НДР становила 10,9 %, а частка зовнішніх НДР – 7,7 %, що було на 7,5 в. п. та на 5 в. п. відповідно менше, ніж у період 2006-2008 рр. Зменшення цих показників вказує на обмежені можливості розширення обсягів фінансування інноваційних програм суб'єктів торговельного бізнесу, а це призводить до скорочення НДР.

вими напрямками інноваційної діяльності у вітчизняній торгівлі у 2008-2010 рр., на сьогодні ці підприємства виконують необхідну роль як в економіці, так і в торгівлі. Проте, керівникам підприємств необхідно якомога більше приділяти увагу зовнішнім та внутрішнім НДР, а також сприяти збільшенню обсягів їх фінансування.

Такий висновок робимо, виходячи з того, що в структурі витрат підприємств торгівлі на інновації переважає частка витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (94,1 % на початок 2011 р.)

Таблиця 1

Розподіл обсягу витрат на технологічні інновації за видами витрат в торгівлі в Україні у 2006-2008 рр. та 2008-2010 рр. [2, с.270, 1, с.264]

(% до загального обсягу витрат на технологічні інновації)

Показники	Роки		Абсолютні відхилення, в.п.
	2006-2008 рр.	2008-2010 рр.	
Частка внутрішніх НДР	27,8	1,9	-25,9
Частка зовнішніх НДР	3,4	1,7	-1,7
Частка на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	66,0	94,1	+28,1
Частка на придбання зовнішніх знань	2,7	2,2	-0,5

Негативним аспектом торговельних підприємств України, що займаються технологічними інноваціями, також можна вважати зменшення частки та кількості підприємств, що здійснюють придбання зовнішніх знань. Цей показник становив у 2006-2008 рр. 10,5 %, але зменшився у 2008-2010 рр. на 13,6 в. п.

Щодо частки на навчальну підготовку для інноваційної діяльності, то цей показник в аналізованому періоді також значно зменшився, оскільки у період 2006-2008 рр. становив 38,8 %, а у 2008-2010 рр. – 23,7 %. На нашу думку, це також обумовлене обмеженістю фінансового забезпечення підприємств, але ситуацію доцільно виправити, адже нехтування реалізацією заходів, спрямованих на формування інтелектуально-кадрового потенціалу та стимулювання інтелектуальної творчої діяльності, в довгостроковому періоді призведе до т. зв. «пастилки некерованості інноваційним розвитком».

Спрямованість вітчизняних торговельних підприємств на ринкове запровадження інновацій у 2006-2008 рр. становило 30 % (від загальної кількості інноваційно активних підприємств торгівлі), а у період 2008-2010 рр. зменшилося до 25,5 %. Це негативно, оскільки зменшення цього показника також призводить до скорочення технологічних інновацій.

Водночас, позитивним є те, що частка підприємств, які здійснювали придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, за аналізований період майже не змінилась та була високою. У період 2008-2010 рр. показник становив 80,6 %, а у 2006-2008 рр. він був на 1,8 в. п. більшим.

Незважаючи на зменшення часток підприємств з технологічними інноваціями за окремими важли-

Обсяги витрат, що припадають на внутрішні НДР, у період 2008-2010 рр. становили 1,9 %, тоді як у 2006-2008 рр. їх значення було більшим – аж на 25,9 в. п. Щодо зовнішніх НДР, то показник у 2008-2010 рр. становив 1,7 % та зменшився у порівнянні з 2006-2008 рр. на 1,7 в. п. Вважаємо ці тенденції негативними, оскільки вони засвідчують скорочення обсягів фінансування витрат вітчизняних підприємств торгівлі на НДР, у т. ч. у зв'язку з посиленням у цей період фінансово-економічної кризи.

Проте, незважаючи на скрутне економічне становище, обсяги витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення у 2008-2010 рр. становили 94,1 % та цей показник збільшився на 28,1 в. п. у порівнянні з 2006-2008 рр.

Однак щодо обсягів витрат на придбання зовнішніх знань, їх частка незначною мірою погіршилась, проте лише на 0,5 в. п. У 2006-2008 рр. цей показник становив 2,7 %, а у 2008-2010 рр. – 2,2 %.

На нашу думку, ці тенденції можна розцінювати як позитивні, оскільки розвиток технологічних інновацій в торгівлі не припинився та все ще збереглися стимули до ефективного ведення підприємницької діяльності із урахуванням потреби в розробці і реалізації інноваційних програм. З іншого боку, зменшення окремих важливих показників призводить до певного звуження можливостей керівників вітчизняних торговельних підприємств до дотримання планових обсягів діяльності у сфері інновацій.

Якщо у період 2006-2008 рр. частка вітчизняних торговельних підприємств, які мали партнерів при реалізації інноваційних програм та проєктів, становила 29,7 %, то у 2008-2010 рр. частка

таких підприємств зменшилася до 15,3 % (аж на 14,4 в. п.). Це украй негативно, оскільки самотужки реалізувати, як правило, витратомісткі заходи у сфері інновацій об'єктивно складно.

Звернімо увагу на те, що підприємств торгівлі, які займалися технологічними інноваціями та мали вітчизняного партнера з інноваційної співпраці, було значно більше, ніж з інших. У 2006-2008 рр. цей показник становив 29,7 %, а у 2008-2010 рр. він скоротився на 14,4 в. п. до 15,3 %. Співпрацювати з партнерами з України, звичайно, простіше, але такий стан справ не сприяє розвитку міжнародного інноваційного співробітництва сфери торгівлі України.

Щодо частки підприємств-партнерів в країнах Європи, то протягом 2006-2008 рр. вона становила 25,9 %, а у 2008-2010 рр. зменшилася на 11,3 в. п. – до 14,6 %.

Значно меншою була частки підприємств-партнерів зі США. У 2008-2010 рр. показник становив 3,2 % та значно зменшився до 2006-2008 рр., коли він становив 6,8 %, що було на 3,6 в. п. більше, ніж у 2008-2010 рр.

На жаль, малими була частки кількості підприємств торгівлі, які займалися інноваціями, та мали партнерів з Китаю та Індії, оскільки протягом 2008-2010 рр. цей показник був дуже низьким і його значення становило 0,4 %, що на 1,4 в.п. менше, ніж у 2006-2008 рр.

Відносно частки підприємств-партнерів з інших країн світу, то тут спостерігається як її незначне скорочення, так і стабільність участі в підприємствах з технологічними інноваціями. У 2006-2008 рр. показник становив 3,0 %, а у 2008-2010 рр. – 1,4 %, тобто зменшився на 1,6 в. п.

Отже, підсумовуючи вищенаведене, маємо підстави стверджувати, що на сьогодні макроекономічні передумови у вітчизняній торгівлі є ще недостатніми та здебільшого несприятливими для активізації науково-технічної діяльності. В Україні слабкими залишаються стимули до здійснення інвестицій в інновації, збільшення обсягів фінансування інноваційної діяльності, не повністю сформовано мережу інституцій та коопераційних відносин суб'єктів торговельного підприємництва та науково-дослідних інститутів і організацій.

Після аналізу передумов інноваційної діяльності у роздрібній торгівлі України перейдемо до оцінювання обсягів і ефективності інноваційної діяльності безпосередньо на мікрорівні. Для цього об'єктом дослідження нами обрано підприємства міста Львова зі спеціалізованої роздрібною торгівлі керамічною плиткою та сантехнікою.

Це такі суб'єкти господарювання, як ПП «Кераміка» (Магазин «Кераміка»), ПП «Леокераміка» (Торговий центр «Лео Кераміка»), ПП «Гермтех» (Салон «Керама-Центр»), ПП «Азов-Галичина» (Салон «Азов-Галичина») та ПП «Плиточка» (Магазин «Плиточка»).

Обрані підприємства є найбільш спеціалізованими суб'єктами господарювання з роздрібною продажу широкої номенклатури та асортименту плитки та сантехніки, посуду, супутніх господарських товарів та будівельних матеріалів провідних

світових виробників, а також широкого переліку супутніх товарів для оздоблення інтер'єрів помешкань, зокрема для кухні, ванни, коридорів, житлових кімнат, підлоги, стін, стелі, а також для подвір'я, фасадів, терас, доріжок, сходів, басейнів, побутових приміщень.

Репрезентативність вибірки пояснюється тим, що сумарна частка цих підприємств, які спеціалізуються безпосередньо на продажу керамічної плитки та сантехніки, становить близько 50 %.

Визначено, що інноваційна активність підприємств роздрібною торгівлі з продажу плитки керамічної та сантехніки у 2012 р. була невисокою. Малими були витрати підприємств на здійснення інноваційних заходів. На ПП «Азов-Галичина» частка таких витрат становила 3,4 %, що було найвищим значенням серед аналізованих підприємств. Найменшими були витрати на інновації в структурі товарообороту на ПП «Гермтех» – 0,8 %. Вважаємо, що підприємства торгівлі, які орієнтуються на посилення власних конкурентних позицій і розширення ринкової частки за рахунок інноваційних підходів, мають скеровувати більше коштів на інноваційну діяльність.

Як виявлено, малою залишається частка працівників, задіяних в інноваційній діяльності. Так, попри те, що в середньому у торгівлі інноваціями займалося на початку 2011 р. 25,8 % персоналу, то на аналізованих підприємствах найбільше було залучено працівників до інноваційної діяльності на ПП «Плиточка» – 20,0 %, найменше – на ПП «Кераміка» – 10,0 %. Тобто в аналізованому сегменті роздрібною торгівлі м. Львова зайнятість на інноваційних підприємствах була нижчою, ніж в торгівлі загалом. Звичайно, що частка зайнятих ще не визначає обсягів та ефективності інноваційної діяльності, але все ж керівникам підприємств потрібно ширше залучати персонал до заходів з розробки і прийняття нових ефективних рішень, наприклад, в організаційній, управлінській чи маркетинговій діяльності. Це також може бути й удосконалення торгово-технологічного процесу.

Найслабшим місцем залишається частка реалізованих інноваційних товарів підприємствами з роздрібною продажу плитки керамічної та сантехніки. Найвищим був цей показник на ПП «Азов-Галичина» та становив у 2012 р. 4,5 %. До порівняння, в середньому у торгівлі в Україні реалізується інноваційних товарів на 33,8 % від загальних обсягів товарообороту. Відтак, аналізованим підприємствам слід активніше працювати над підвищенням цього важливого показника не лише інноваційної активності, але й конкурентоспроможності свого асортименту. Для цього потрібно вжити організаційно-управлінських заходів, що мають на меті моніторинг стану та пошук і включення до асортименту нових товарів, що мають інноваційну складову або виготовлені з використанням інноваційних технологій.

Усі аналізовані підприємства роздрібною торгівлі засвідчили покращення своєї діяльності у 2012 р. щодо освоєння нових товарів та технологій. Це позитивно, але активність у цьому напрямі потрібно зберегти та не зменшувати.

По різному можна трактувати високу частку інноваційних робіт, виконаних власними силами. З одного боку це свідчить про наявність власних фінансових можливостей, а з іншого – навпаки про їх обмеженість для залучення зовнішніх партнерів. Очевидно, що джерела фінансування інноваційної діяльності мають бути збалансованими частково за рахунок власних коштів підприємств, частково – за кошти партнерів, частково – за підтримки органів влади.

До позитивного віднесемо покращення головних показників інноваційної діяльності підприємств з роздрібною реалізацією плитки керамічної та сантехніки у м. Львові у період 2008-2012 рр. (табл. 2). Не зважаючи на очевидний спад, що припав на період загострення світової фінансово-економічної кризи (2009-2010 рр.), починаючи з 2011 р. покращилися практично на всіх аналізованих суб'єктах господарювання такі показники, як частка витрат на інновації, частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, та частка реалізованих інноваційних товарів.

25,5 % витрат на інноваційну діяльність роздрібними торговельними підприємства м. Львова з продажу плитки керамічної та сантехніки спрямовувалося у 2012 р. на ринкові інновації. Це також позитивно, адже такі заходи спрямовані на створення нового ринку або нового ринкового сегменту на ринку товарів і послуг. Вважаємо, що на сьогодні далеко не всі ринкові ніші заповнені. Саме тому їх потрібно створювати і отримувати таким чином конкурентні переваги.

На маркетингові інновації підприємства витрачали 14,4 % власних витрат на інноваційну діяльність. Це заходи, пов'язані з пошуком та відкриттям нових джерел постачання товарів та нових способів їх подальшого товароруку до кінцевого споживача.

На товарні та управлінські інновації припадало у 2012 р. 10,1 % і 10,2 % відповідно. Не зважаючи на те, що в торгівлі ці види інновацій впроваджувати найскладніше, це свідчить, що керівництво аналізованих підприємств приділяє цьому аспекту інноваційного розвитку також не аби яку увагу, що позитивно.

Таблиця 2

Динаміка окремих показників інноваційної активності роздрібних торговельних підприємств з продажу керамічної плитки та сантехніки у м. Львові у 2008-2012 рр.

(темпи приросту, у % до попереднього року)

Підприємства / показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
ПП «Кераміка» (Магазин «Кераміка»)					
Частка витрат на інновації у товарообороті, %	0,4	-0,3	-0,2	0,1	0,1
Частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, %	-	-	5,0	-	-
Частка реалізованих інноваційних товарів, %	0,3	-1,2	-0,8	0,3	0,4
ПП «Леокераміка» (Торговий центр «Лео Кераміка»)					
Частка витрат на інновації у товарообороті, %	0,2	-0,4	-0,7	1,1	0,4
Частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, %	-	2,5	-	-	4,2
Частка реалізованих інноваційних товарів, %	0,3	0,1	0,1	0,2	0,2
ПП «Термтех» (Салон «Керама-Центр»)					
Частка витрат на інновації у товарообороті, %	0,1	-0,1	-0,1	0,4	0,1
Частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, %	-	-	6,5	-	-
Частка реалізованих інноваційних товарів, %	0,1	-	0,1	0,3	0,2
ПП «Азов-Галичина» (Салон «Азов-Галичина»)					
Частка витрат на інновації у товарообороті, %	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4
Частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, %	0,5	-	-	-	12,5
Частка реалізованих інноваційних товарів, %	0,2	-0,1	0,3	0,2	0,2
ПП «Плиточка» (Магазин «Плиточка»)					
Частка витрат на інновації у товарообороті, %	0,1	-	-	0,2	0,1
Частка працівників, зайнятих інноваційною діяльністю, %	-	5,0	-	7,0	-
Частка реалізованих інноваційних товарів, %	0,2	-	-	0,4	0,2

Крім того, досить збалансованою розцінюємо поточну структуру витрат на інноваційну діяльність аналізованих підприємств. Так, у 2012 р. переважали витрати на торгово-технологічні інновації, частка яких становила 33,4 %, тобто більше третини витрат спрямовувалися саме на ці цілі. Це зрозуміло, адже торговельні підприємства обмежені в можливостях роботи над покращенням своїх товарів, адже вони не причетні до їх виробництва.

Як виявлено за результатами експертного опитування, найменшу частку витрат підприємства спрямовували у 2012 р. на соціальні інновації, тобто на заходи з покращення трудового життя власних працівників, а також якості обслуговування покупців. На ці витрати припало у 2012 р. 6,4 % з усіх витрат на інноваційну діяльність. Це мало, але позитивно, що підприємства усвідомлюють існування такого виду інноваційної діяльності та частково фінансують його.

Висновки. Як наслідок, для України характерні мала частка інноваційно-активних підприємств торгівлі та незначні обсяги продажу інноваційних товарів у роздрібній торговельній мережі. Якісний інноваційний розвиток вітчизняної роздрібної торгівлі наразі значно поступається кількісному. При інтенсивному розвитку торгової мережі мало фінансується діяльність з впровадження інновацій у торгово-технологічний процес. В таких умовах підприємства самостійно не можуть критично збільшити обсяги інноваційної діяльності та її фінансування.

Як обсяги, так і структура інноваційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі з продажу плитки керамічної та сантехніки залежать від фінансово-інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та їх партнерів з інноваційної діяльності.

Для активізації інноваційної діяльності вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі з продажу керамічної плитки необхідно збільшити ефективність управління нею за усіма базовими функціями управління:

– відсутність системного аналізу інноваційної діяльності як передумови

вкладення інвестиційних ресурсів, неузгодженість напрямів аналізу інвестиційно-інноваційної діяльності з інтеграцією підприємств та тенденціями зміни ринкової кон'юнктури;

– недостатність системного і комплексного планування інвестиційно-інноваційної діяльності, відсутність практик планування діяльності зі створення внутрішніх фондів інвестиційно-інноваційного розвитку;

– відсутність структурних підрозділів з завданнями організації інвестиційно-інноваційної діяльності, обмеженість доступу до інформаційних ресурсів, та відсутність зовнішнього та внутрішнього моніторингу інвестиційно-інноваційної діяльності;

– наявність істотних недоліків інвестиційно-інноваційного середовища в торгівлі та його державного регулювання, слабкість стимулів інвестиційно-інноваційної діяльності для власників та керівників підприємств, недостатність мотивів для реалізації інвестиційно-інноваційних заходів;

– відсутність комплексних об'єктного (за ефективністю планування, обсягами та ефективністю інвестиційно-інноваційної діяльності, її впливом на фінансово-економічні результати господарювання) та суб'єктного (щодо конкурентного та інституціонального середовища, партнерства і інвестиційно-інноваційного співробітництва, інституційної безпеки) контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : Статистичний збірник. – Державна служба статистики України. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Державної служби статистики України», 2012. – 305 с.

2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : Статистичний збірник. – Державний комітет статистики України. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр», 2010. – 347 с.

3. Інтернет-ресурс Державної служби статистики України. – Електронний ресурс: Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>.

РЕГУЛЮВАННЯ ДИСПРОПОРЦІЙ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ В СФЕРІ ТОВАРНОГО ОБІГУ

Проаналізовано порівняльну динаміку зміни кількості підприємств з державною формою власності та кількості юридичних осіб, що здійснюють діяльність в торгівлі. Розглянуто поточну ситуацію щодо надходження державних інвестицій у сфері торгівлі та зміни податкових ставок, як чинників регулювання диспропорцій розвитку економічних процесів.

Ключові слова: економічні процеси, товарний обіг, державні інвестиції, податкова ставка, регулювання диспропорцій.

Sytnyk N.

REGULATION OF ECONOMIC PROCESSES DEVELOPMENT DISPROPORTIONS IN COMMODITY TURN SPHERE

Comparative dynamics of change of quantity of enterprises with the state pattern of ownership and change of quantity of legal bodies which work in trade is analyzed. The current situation, concerning receipts of state investments in sphere of trade and change of taxes rates, as factors of regulation of economic processes development disproportions, is considered.

Keywords: economic processes, a commodity turn, state investments, tax rate, regulation of disproportions.

Вступ. Функціонування та розвиток сфери товарного обігу, досягнення її важливих соціально-економічних завдань, передусім – поєднання виробництва і споживання, задоволення потреб усіх суб'єктів економічних відносин у товарах та послугах і прискорення товароруку, істотно залежать від раціональності побудови організаційної структури та якості системи управління, причому на всіх його рівнях – від центральних органів державного управління до керівників функціональних підрозділів суб'єктів господарювання.

Управління сферою товарного обігу покликане забезпечити її функціонування та розвиток як єдиної цілісної підсистеми в межах системи національного господарства. Важливість цього визначається головним призначенням сфери обігу – реалізацією створеного валового внутрішнього продукту. Крім того, сфера товарного обігу виконує такі функції, як облік трудової діяльності в обігу, реалізація товарної частини ВВП, вплив товарного обігу на споживання. Саме тому проблемам побудови організаційної структури та ефективності управління сферою товарного обігу приділяється достатньо велика увага як у наукових дослідженнях, так і в практиці державного і господарського управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про важливу роль у формуванні основ управління розвитком сфери товарного обігу зазначається у праці О. О. Шубіна, Я. А. Гончарука та ін. [1], де наводиться державна структура її керівних органів (включно з Кабінетом Міністрів України, спеціально уповноваженим органом виконавчої влади у сфері торгівлі, місцевими органами влади і органа-

ми місцевого самоврядування), аналізується система правових, економічних, фінансових, науково-технічних, інвестиційних, соціально-економічних та інших регуляторних механізмів, визначаються такі форми регулювання, як патентування видів торгівлі, державна реєстрація торговельних суб'єктів, ліцензування торговельної діяльності, підтвердження відповідності, технічне нормування та стандартизація товарів, встановлення правил торгівлі і регулювання окремих торговельних процесів нормативно-правовими актами на державному та місцевому рівнях, державний контроль та нагляд у сфері торгівлі. Особливо не вдаючись до концептуального обґрунтування та надання характеристики діючим організаційним структурам управління сферою товарного обігу, в аналізованій праці акцентується на таких аспектах його ефективності, як формування сприятливого інституційного середовища комерційної господарської діяльності, розвитку торговельного підприємництва, дерегулювання товарообмінних операцій, створення громадської інфраструктури, ефективність податкового регулювання.

У дослідженні «Регулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі» Н. Г. Міценко, Т. Г. Васильців та Н. М. Заярної наводиться повноцінна інституційна інфраструктура сфери товарного обігу, що складається з підприємств-виробників товарів, організацій посередницько-збутової ланки, постачальників ресурсів і сировини, органів державного регулювання та контролю, державних та громадських галузевих організацій та об'єднань, державних та громадських організацій захисту прав споживачів, вітчизняних та зарубіжних організацій, що представляють інтереси громадськості, органі-

зацій допоміжної ринкової інфраструктури [2, с.112]. Втім, вона представлена виключно інститутами управління і регулювання сферою товароруку, причому наявність та діяльність функціонування окремих з них може виступати і в якості об'єкта управління або навіть оцінювання її ефективності. Закладаючи цю інституційну інфраструктуру в основу побудови організаційної структури управління сферою товарного руху, зауважимо, що її доцільно доповнити елементами функціонального та ресурсного забезпечення, механізмами, засобами та інструментами, об'єктами управління та критеріями ефективності.

В контексті останнього важливо вказати на те, що в аналізованій праці розглядаються рівні та результати впливу на розвиток сфери товарного обігу застосування таких важелів державної політики, як державна власність, державні інвестиції, субсидії і дотації, податки [2, с.97-98].

Постановка завдання. Мета – розглянути особливості регулювання диспропорцій розвитку економічних процесів в сфері товарного обігу. Завданнями статті є:

осіб, що здійснюють діяльність в торгівлі, збільшувалася (табл. 1). Якщо за період 2007-2011 рр. кількість юридичних осіб – підприємств торгівлі; ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку збільшилася на 11,3 %, то кількість державних підприємств зменшилася на 9,7 %. Щоправда спостерігається і тенденція до зменшення кількості і частки фізичних осіб – суб'єктів, що здійснюють підприємницьку діяльність в торгівлі (на 14,5 % у 2011 р. до 2007 р.). Але це обумовлено укрупненням об'єктів роздрібно торгівлі та розвитком великих роздрібних торговельних мереж. Не використовується належним чином в Україні й такий чинник регулювання диспропорцій розвитку економічних процесів, як державні інвестиції у сфері торгівлі.

Більше того, вітчизняне статистичне спостереження не передбачає оприлюднення таких даних. Але навіть у 2008 р. (до якого подавалася відповідна інформація) частка валових капітальних інвестицій у державні підприємства у Львівській області становила лише 3,1 % [4, с.16], що не може вважатися істотним в межах загальних обсягів інвестування, у т. ч. у сфері товарного обігу.

Таблиця 1

Кількість суб'єктів ЄДРПОУ в торгівлі у 2007-2011 рр. [3, с.83-85]

Показники	Роки					Відхилення (у %) 2011 р. до	
	2007	2008	2009	2010	2011	2007 р.	2010 р.
Частка торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку у загальній кількості суб'єктів ЄДРПОУ, %	25,3	25,0	24,9	25,1	24,9	-0,4	-0,2
Кількість суб'єктів торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – юридичних осіб, тис. од.	283,9	292,7	299,1	310,5	315,9	111,3	101,7
Кількість суб'єктів торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку – без статусу юридичної особи, тис. од.	15,9	15,0	14,2	13,9	13,6	85,5	97,8
Кількість підприємств з державною	7,2	6,9	6,8	6,7	6,5	90,3	97,0

- проаналізувати порівняльну динаміку зміни кількості підприємств з державною формою власності та кількості юридичних осіб, що здійснюють діяльність в торгівлі;

- розглянути поточну ситуацію щодо надходження державних інвестицій у сфері торгівлі та зміни податкових ставок, як чинників регулювання диспропорцій розвитку економічних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Істотне обмеження участі держави (через зменшення частки в капіталі підприємств і організацій) у сфері товароруку мало наслідком не лише розвиток здорової конкуренції та покращення доступу до ринку приватного капіталу, але й такі негативні прояви, як зменшення можливостей кооперування суб'єктів виробничої та посередницької ланок, планування розвитку мережі та забезпечення торговими об'єктами, зниження рівня контролю в галузі. Так, при зменшенні кількості підприємств з державною формою власності кількість юридичних

У згадуваній вище праці доводиться, що у ефективній управлінській системі у сфері товарного обігу належне місце має відводитися плануванню податкової політики, система якої може або сприяти розвитку підприємницької ініціативи та наповненню бюджетів усіх рівнів, або, навпаки, – згортанню обсягів господарювання чи посиленню тінізації економічних відносин з такими негативними наслідками, як зниження рівня економічної безпеки підприємств, погіршення їх фінансово-економічного стану, просування необліковуваних та фальсифікованих товарів, неякісне обслуговування споживача та покупця.

З 1.01.2010 р. вступив у дію Податковий Кодекс України, згідно якого істотно змінилися як ставки окремих податків, так і умови їх нарахування та стягнення. Більшість цих змін стосувалася й діяльності суб'єктів сфери товарного обігу. Зокрема, це поетапне зменшення ставки податку на прибуток підприємств (яка з 2013 р. має зафіксуватися на

рівні 16 %) та запровадження з 2013 р. авансової форми сплати цього податку, обмеження строку дії збору на розвиток садівництва, виноградарства та хмелярства, запровадження нових категорій (та критеріїв віднесення до них) юридичних і фізичних осіб, що можуть перебувати на спрощеній системі оподаткування, звітності, обліку, та ставок і умов сплати ними податків.

Варто зазначити, що в загальному ці нововведення в системі податкового управління розвитком національного господарства та сфери обігу товарів зокрема були позитивними. Це підтверджується істотним покращенням рейтингових позицій нашої держави. До прикладу, в рейтингу Світового банку «Doing business 2013» Україна на початок 2013 р. в порівнянні з початком 2012 р. за групою показників «Сплата податків» перемістилася з 183 на 165 місце в рейтингу (загальна кількість країн у рейтингу – 185). Покращення одразу на 18 місць було наслідком зменшення загальної річної кількості податкових виплат з 135 (у 2011 р.) до 28 од. (у 2012 р.), зменшення часу на адміністрування податків з 657 год. до 491 год., зниження загальної податкової ставки до 55,4 % [5].

Висновки. В результаті проведеного аналізу порівняльної динаміки зміни кількості підприємств з державною формою власності та кількості юридичних осіб, що здійснюють діяльність в торгівлі, за період 2007-2011 рр., приходимо до висновку, що при зменшенні кількості підприємств з державною формою власності кількість юридичних осіб, що здійснюють діяльність в торгівлі, збільшувалася.

Розглянувши окремі чинник регулювання диспропорцій розвитку економічних процесів приходимо до висновку, що частка валових капітальних інвестицій у державні підприємства не може вважатися істотною в межах загальних обсягів інвестування, у т. ч. у сфері товарного обігу.

Позитивно, що не зважаючи на зменшення ставки податку на прибуток підприємств у 2012 р. до 2011 р. на 2 % (з 23 % до 21 %), обсяги цього податку, сплаченого підприємствами торгівлі у Львівській області, за 9 місяців 2012 р. в порівнянні з аналогічним періодом 2011 р. збільшилися до 237,1 млн. грн. (або 17,0 % у структурі) та поступалися лише підприємствам транспорту і зв'язку; збільшення обсягів роздрібного товарообороту позитивно вплинуло на збільшення обсягів нарахування та сплати ПДВ [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку [Текст] : монографія / [за ред. О. О Шубіна, Я. А. Гончарука]. – Донецьк-Львів: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.
2. Регулювання діяльності підприємств роздрібною торгівлі [Текст] : монографія / [Н. Г. Міценко, Т. Г. Васильців, Н. М. Заярна]. – Львів: вид-во ЛКА, 2009. – 176 с.
3. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Державна служба статистики України. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 558 с.
4. Діяльність підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності : Статистичний збірник за 2008 рік / Головне управління статистик у Львівській області. – Львів: Головне управління статистик у Львівській області, 2009. – 98 с.
5. Інтернет-ресурс Світового банку. – [Режим доступу]: <http://russian.doingbusiness.org/data/exploring-economies/ukraine/#paying-taxes>.
6. Звіт про виконання Плану основних питань економічної та контрольної роботи Державної податкової адміністрації у Львівській області на 2011 рік. – Інтернет-ресурс Державної податкової служби України. – [Режим доступу]: <http://www.sts.gov.ua>.

ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІН У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Описано основні зміни притаманні роздрібній торгівлі України. Проаналізовані показники розвитку роздрібною торгівлі за часовий період, що охоплює десять років. Визначено можливі шляхи подальшого розвитку роздрібною торгівлі України.

Ключові слова: зміни, торгівля, роздрібна торгівля, роздрібний товарооборот, ресторанне господарство.

Fedynet's N.

TRENDS OF CHANGES IN RETAIL UKRAINE

Describe the main directions of change inherent in the retail trade in Ukraine. Analyzed indicators of retailers over the time period spanning ten years. Possible ways of further retail development in Ukraine.

Keywords: change, trade, retail, retail turnover, restaurant management.

Вступ. Сьогоднішнє економічне середовище функціонування підприємств роздрібною торгівлі визначається значними змінами. Характер цих змін є неоднозначним. Однак в першу чергу слід зазначити про передумови змін у роздрібній торгівлі. А це економічна криза, її наслідки для суб'єктів господарювання та суттєва зміна правого середовища їх функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вивчення стану роздрібною торгівлі є вкрай актуальним. Названій проблематиці присвятили дослідження В. Апопій, А. Мазаракі, І. Маркіна, О. Нестеренко, В. Соколов, М. Тарасюк, Л. Фролова, Ю. Хомяк. Зокрема, В. Апопій визначає визначив характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України [1].

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є визначення основних тенденцій змін у роздрібною торгівлі України та прогнозування їх подальшого розвитку.

Вклад основного матеріалу дослідження. Для з'ясування суті змін, що відбуваються у роздрібною торгівлі України проаналізуємо основні показники її розвитку (табл. 1).

Так роздрібний товарооборот у 2011 р. порівняно з 2000 р. збільшився у 12 разів, з 2005 р. – у 3,7 р., що зумовлене, розвитком роздрібних торговельних мереж (тобто укрупненням об'єктів роздрібною торгівлі), хоча загальна кількість об'єктів роздрібною торгівлі зменшилася у 2011 р. порівняно з 2000 р. в 1,6 рази. Роздрібний товарооборот на одну особу в 2011 р. збільшився порівняно з 2005 р. 3,8 рази, причому в міських поселеннях – у 3,7 рази, в сільській місцевості – у 4,3 рази. У 2012 р. обсяг роздрібною товарообороту склав 404862,6 млн. грн., що на 14% більше, ніж у минулому році.

Відбулися зміни у співвідношенні обсягів продажу продовольчих та непродовольчих товарів. Загалом обсяг продажу продовольчих та непродовольчих товарів у 2011 р. порівняно з 2005 р. зріс у 3,8 рази (рис. 1).

Таблиця 1

Показники розвитку роздрібною торгівлі України [3]

Показники	Роки					
	2000	2005	2008	2009	2010	2011
Роздрібний товарооборот, млн. грн.	28757	94332	246903	230955	280890	350059
Роздрібний товарооборот на одну особу, грн.	585	2003	5338	5015	6123	7659
у міських поселеннях	766	2717	7234	6722	8154	10180
у сільській місцевості	210	497	1238	1299	1680	2119
Товарні запаси в роздрібною мережі підприємств (на кінець року):						
млн. грн.	3583	9560	25703	26867	31152	38017
у днях торгівлі	45	32	40	42	37	39

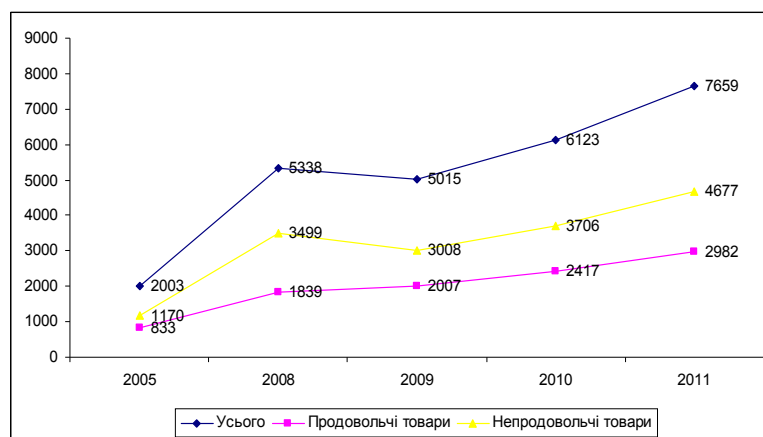


Рис. 1. Продаж продовольчих та непродовольчих товарів на одну особу по Україні, грн.

Для аналізованого періоду характерні зміни структури роздрібногo товарообороту за КВЕД (рис. 2).

леним частковою кредитної політикою комерційних банків України. Щодо продажу продовольчих товарів, то тут бачимо переважно стабільність.

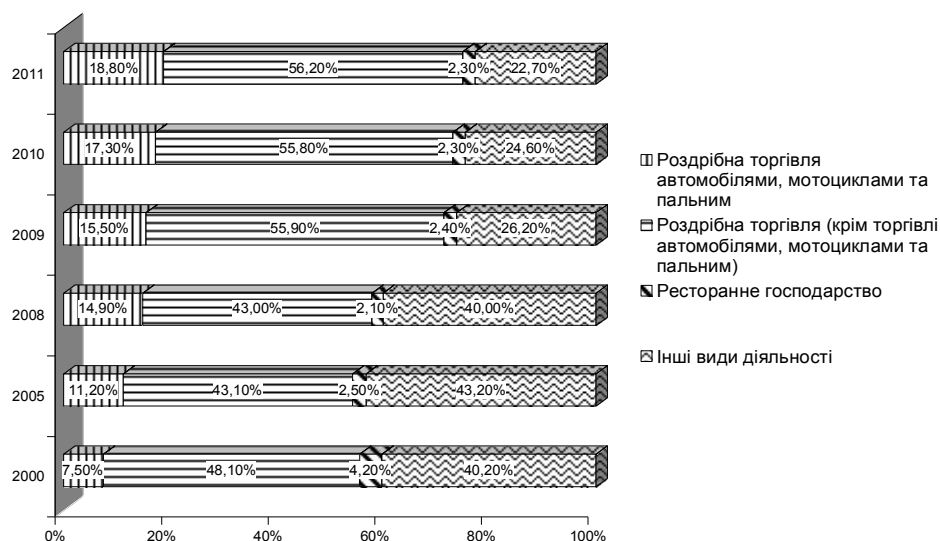


Рис. 2. Структура роздрібногo товарообороту за КВЕД

Значно збільшилася частка роздрібногo торгівлі серед інших видів діяльності: у 2011 р. до 18,8%, коли у 2005 р. – 11,2%, а у 2000 р. – 7,5%. Однак намітилася тенденція до зменшення частки ресторанного господарства: з 4,2% у 2000 р., 2,5% у 2005 р. до 2,3% у 2011 р.

Якщо аналізувати товарну структуру роздрібногo товарообороту України, то там не відбулося суттєвих змін. Спостерігалось лише значне зростання продажу непродовольчих товарів у 2008 р., що пояснюється зростанням попиту населенням, зумов-

Намітилася тенденція до зменшення частки товарів у структурі роздрібногo товарообороту, що вироблені на території України. Частка таких товарів у 2010 р. становила 64,3%, у 2011 р. – 61,9%. Причому, коли частка продовольчих товарів становить 87,2%, то непродовольчих товарів зовсім незначна – 47,2%. Така ситуація пояснюється значним продажем імпортованих товарів, скороченням виробництва власної вітчизняної продукції, закриттям ряду підприємств.

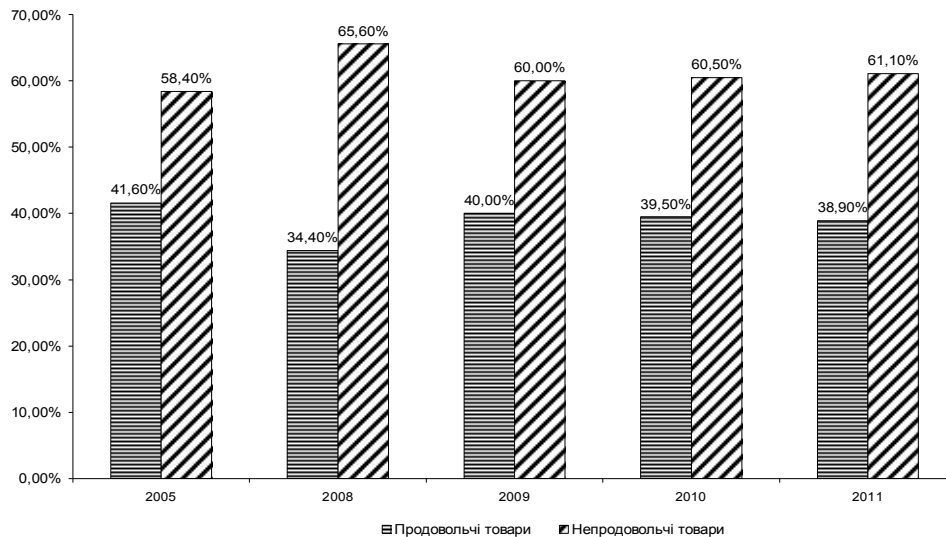


Рис. 3. Товарна структура роздрібного товарообороту по Україні

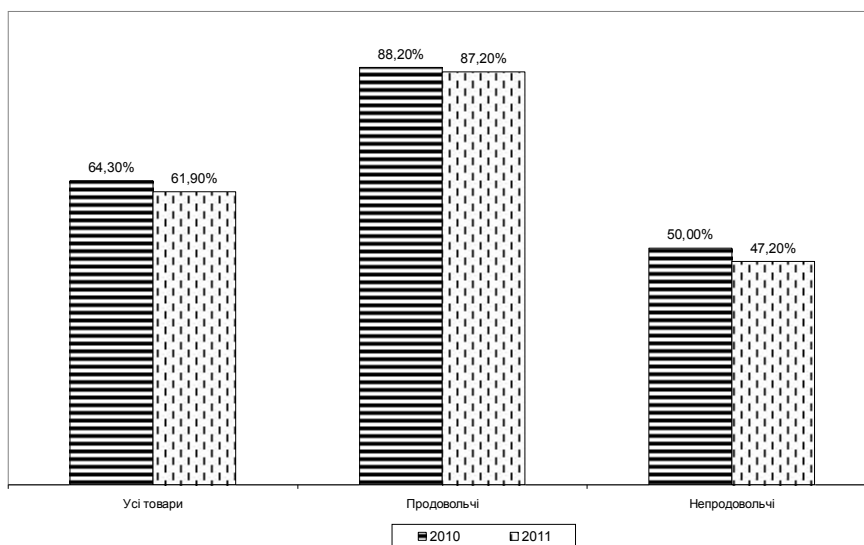


Рис. 4. Частка товарів, які вироблені на території України, у структурі роздрібного товарообороту

Важливим показником функціонування будь-якого виду національної економіки звісно є чисельність працівників. Чисельність працівників, зайнятих у роздрібній торгівлі має неоднозначний характер. Чисельність працівників, що працюють на підприємствах роздрібної торгівлі, що торгують автомобілями та паливом зменшилася за останні три роки на 6,5%, працівників у ресторанному господарстві зменшилася на 4,3%. Чисельність працівників зайнятих на підприємствах роздрібної торгівлі, крім автомобілями та паливом збільшилася за аналізований період на 6,0%. Якщо говорити загалом про чисельність працівників на підприємствах

роздрібної торгівлі, то вона збільшилася за 2009-2011 рр. на 2,7% і становила у 2011 р. 617,7 тис. осіб. Середньомісячна заробітна плата працівників підприємств роздрібної торгівлі за досліджуваний період зростала. У 2011 р. на підприємствах роздрібної торгівлі, що торгують автомобілями, мотоциклами, паливом вона становила 2407 грн. порівняно з 1710 грн. у 2009 р. Середньомісячна заробітна плата працівників підприємств роздрібної торгівлі (крім автомобілями, мотоциклами та паливом) у 2011 р. склала 1524 грн., працівників ресторанного господарства – 1290 грн.

Чисельність найманих працівників та їх середньомісячна заробітна плата на підприємствах роздрібно́ї торгівлі [3]

Показники		Роки		
		2009	2010	2011
Чисельність найманих працівників, тис. осіб	роздрібно́ї торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним	81,4	70,4	76,1
	роздрібно́ї торгівлі (крім автомобілями, мотоциклами та пальним)	426,8	442,3	452,5
	ресторанного господарства	93,1	92,2	89,1
Середньомісячна заробітна плата, грн.	роздрібно́ї торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним	1710	2046	2407
	роздрібно́ї торгівлі (крім автомобілями, мотоциклами та пальним)	1146	1343	1524
	ресторанного господарства	877	1104	1290

Намітилася тенденція до зменшення кількості підприємств. Загалом по Україні кількість підприємств за останні п'ять років зменшилася на 21,7%. Якщо аналізувати зміни кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі, то слід зазначити, що за досліджуваній період їх кількість зменшилася на 15,5%, коли у 2011 р. порівняно з 2005 р. кількість підприємств інших видів діяльності зменшилася на 27,7%, а порівняно з 2010 р. – на 4,4%. Однак якщо аналізувати кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі по структурі, то тут намітилися позитивні тенденції, що виражаються у збільшенні кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі автомобілями, мо-

рів збільшилася на 6,6%, кількість їдалень та підприємств, що займаються постачанням їжі зменшилася на 10,2%. Кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі, що здійснюють продаж продовольчих товарів зменшилася на 21,1%, кількість підприємств, що займаються продажем непродовольчих товарів зменшилася на 23,1%. Кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі, що здійснюють продаж поза магазинами зменшилася в 1,7 рази.

Торгова площа магазинів роздрібно́ї торгівлі за аналізований період у міській місцевості зростала, а у сільській спостерігалось її зменшення. У 2011 р. порівняно з 2000 р. у міській місцевості торгова

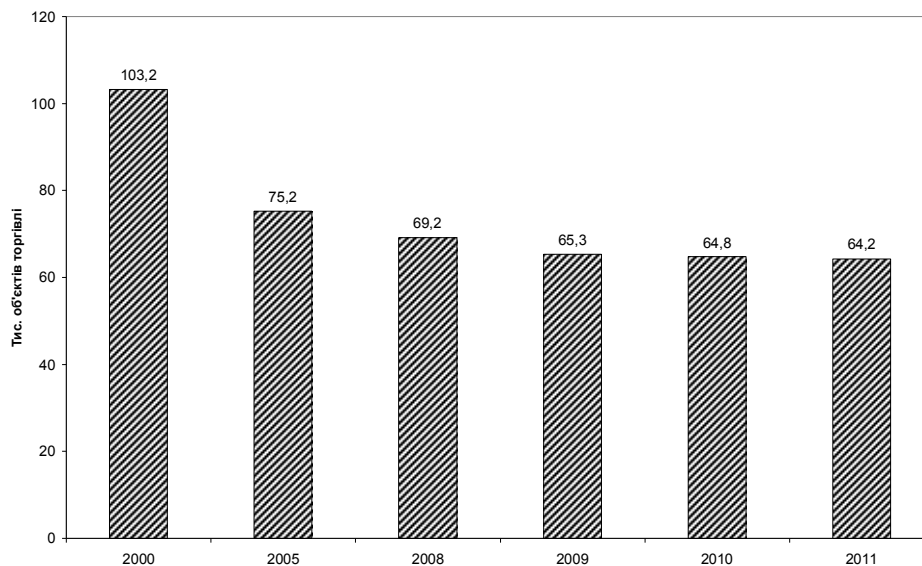


Рис. 5. Мережа роздрібно́ї торгівлі

тоциклами та пальним на 23% та незначним збільшення підприємств ресторанного господарства на 0,7%. При цьому, кількість підприємств, що торгують автомобілями та мотоциклами зросла у 2,7 рази, кількість підприємств, що здійснюють продаж автоварів зменшилася на 19,5%, а кількість підприємств, що продають пальне збільшилася на 3,5%. Якщо говорити про підприємства ресторанного господарства, то за досліджуваній період кількість ресторанів збільшилася на 70,7%, кількість кафе зменшилася на 11,1%, кількість ба-

площа підприємств роздрібно́ї торгівлі збільшилася на 54%. У сільській місцевості торгова площа підприємств роздрібно́ї торгівлі зменшилася на 51,9%.

На рис. 7 подано інформацію про забезпеченість населення торговою площею у магазинах роздрібно́ї торгівлі за регіонами на 1 січня 2012 р. Перше місце за рівнем забезпечення населення торговою площею займає м. Київ (4455 м² на тис. осіб). Найменше площі у магазинах роздрібно́ї торгівлі на тис. осіб у Тернопільській області (1162 м² на тис. осіб).

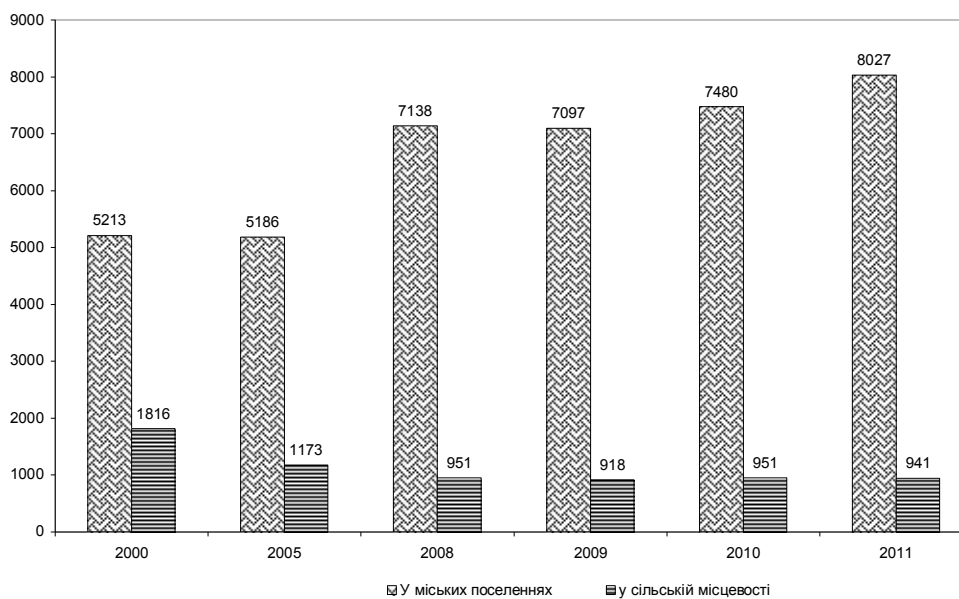


Рис. 6. Торгова площа магазинів роздрібної торгівлі, тис. м кв.

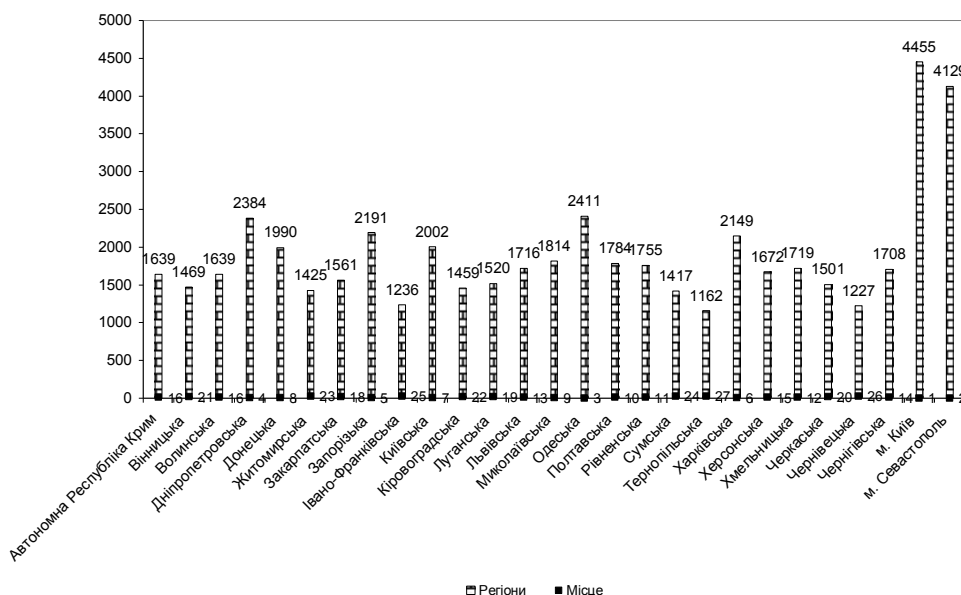


Рис. 7. Забезпеченість населення торговою площею у магазинах роздрібної торгівлі на тис. осіб на 1 січня 2012 р.

Неоднозначна тенденція намітилася у розвитку мережі аптек та аптечних пунктів по Україні. Зростає мережа аптек та аптечних пунктів у міській місцевості (у 2011 р. кількість об'єктів мережі зростає у порівнянні з 2000 р. на 53%, з 2005 р. – на 22,2%). Однак у сільській місцевості кількість об'єктів ме-

режі аптек та аптечних пунктів зменшилася за 2000-2011 рр. на 37,5%, що пов'язане в першу чергу із зменшенням чисельності сільського населення.

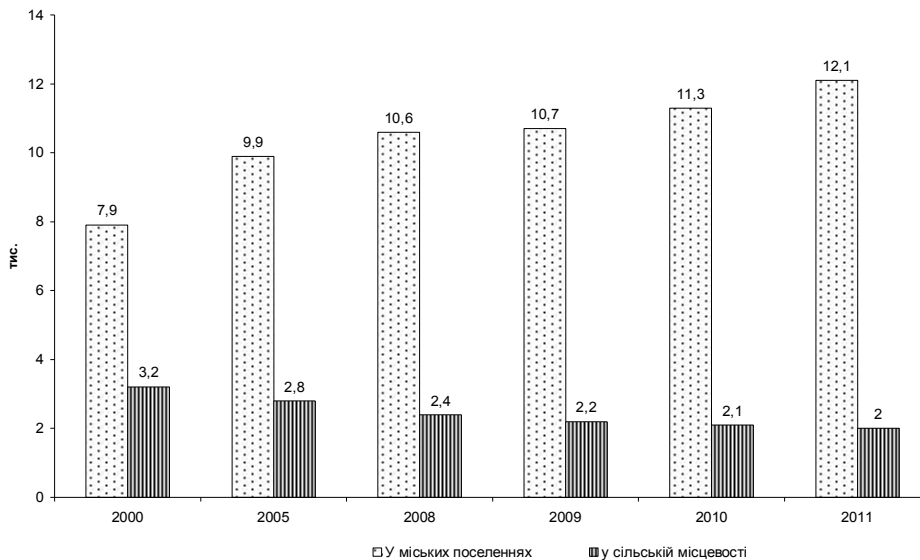


Рис. 8. Мережа аптек та аптечних пунктів у міських поселеннях та сільській місцевості

Забезпеченість населення місцями в об'єктах ресторанного господарства на тис. осіб на 1 січня 2012 р. найбільше у Волинській області (635 м² на тис. осіб), найменше у Закарпатській області (198 м² на тис. осіб). Різниця спостерігається значна – практично у три рази.

Якщо говорити про спеціалізацію об'єктів ресторанного господарства, то найбільша частка у 2011 р. припадала на їдальні – 43,7%, на кафе, закусо́чні, буфети – 39,3%, бари – 10,5%, ресторани – 6,5%. Одночасно у порівнянні з 2000 р. кількість ресторанів збільшилася на 25%, кількість кафе, закусо́чних, буфетів зменшилася на 42,7%, барів – зменшилася на 33,4%, кількість їдалень зменшилася за аналізований період на 19,4%.

Зменшується кількість ринків з продажу споживчих товарів, їх замінюють об'єкти торгівлі нових форматів. У 2011 р. в порівнянні з 2005 р. кількість ринків з продажу споживчих товарів зменшилася на 6,6%.

Виходячи із проведеного аналізу зазначимо, що основні тенденції змін у роздрібній торгівлі поля-

гають у:

1. Зростанні обсягів роздрібно́го товарообороту.
2. Збільшенні частки роздрібно́ї торгівлі серед інших видів діяльності.
3. Зменшенні частки ресторанного господарства.
4. Зменшенні у структурі роздрібно́го товарообороту частки товарів, що вироблені на території України.
5. Збільшенні чисельності найманих працівників на підприємствах роздрібно́ї торгівлі.
6. Зменшенні кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі.
7. Зростанні торгово́ї площі підприємств роздрібно́ї торгівлі.
8. Зростанні мережі аптек та аптечних пунктів у міській місцевості та практично цілковите зникнення на селі.
9. Зростанні розриву у забезпеченості населення місцями в об'єктах ресторанного господарства за регіонами.
10. Зменшенні кількості ринків з продажу споживчих товарів.

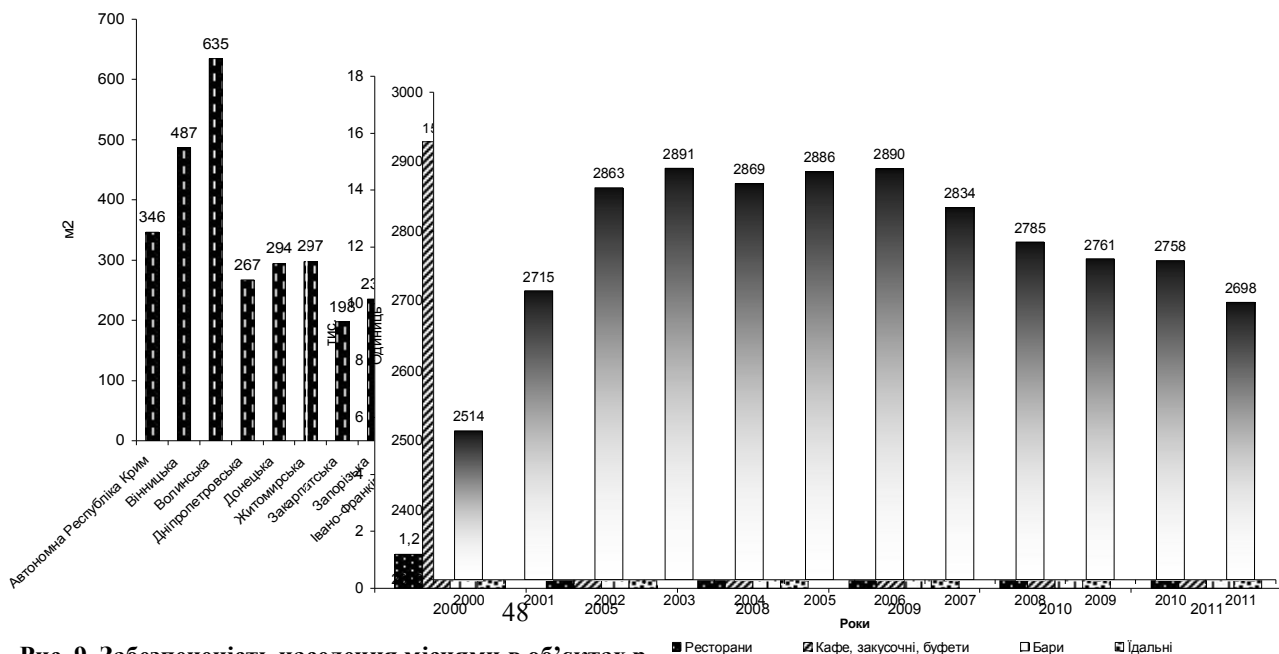


Рис. 9. Забезпеченість населення місцями в об'єктах ресторанного господарства тис. осіб на тис. осіб

Рис. 10. Спеціалізація об'єктів ресторанного господарства

Рис. 11. Кількість ринків з продажу споживчих товарів

Прогнозну модель розвитку роздрібної торгівлі у спрощеному вигляді можна представити як систему рівнянь (табл. 1), побудованих в середовищі програмного пакету Statistica.

Параметри наведених рівнянь визначені за статистичними даними по Україні за 2000-2011 рр. Нами обрана множина параметрів – обсяг реалізованої продукції промисловості, інвестиції в основний капітал, обсяги виробництва сільськогосподарської продукції, витрати населення на придбання товарів та послуг, потреба підприємств у працівниках, відсоткові ставки банків у національній валюті, довжина шляхів сполучення, податок на прибуток підприємств, обсяги тіньової економіки, міждержавні угоди в галузі торгівлі, кількість працівників, які виконують наукові та науково-технічні роботи, надходження та використання об'єктів інтелектуальної власності, рівень інфляції. Серед множини потенційних параметрів найбільший зв'язок із результируючим показником мають лише три – інвестиції в основний капітал (коефіцієнт кореляції 0,57), обсяги виробництва сільськогосподарської продукції (коефіцієнт кореляції 0,97), витрати населення на придбання товарів та послуг (коефіцієнт кореляції 0,99).

На наш погляд, отримані рівняння регресії не тільки характеризують напрям і силу впливу досліджуваних чинників, а й можуть бути використані для прогнозування розвитку роздрібної торгівлі.

слід виділити будівництво нових торговельних об'єктів великих розмірів, збільшення торговельних площ існуючих торговельних підприємств; диверсифікацію діяльності за рахунок освоєння нових типів магазинів та введення їх до складу бізнес-портфелю, а також оптимізація потокових процесів і зосередження уваги на визначених типах магазинів; пошук нових форм фінансування подальшого розвитку; активізацію процесів злиття і поглинання як альтернативу можливості зміцнення позицій вітчизняних торговельних мереж національного рівня, налаштованих не на продаж бізнесу, а протистояння у конкурентній боротьбі з іноземними торговельними структурами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України / В. В. Апопій, Н. С. Ситник // Торговля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць. – Львів: Львівська комерційна академія, 2011. – Вип. 13. – 134 с.
2. Матусевич К. М. Особливості перебігу економічної кризи в Україні / К. М. Матусевич // Економічний форум. – №2. – 2012. – ЛНТУ. – С. 74 – 75.
3. Внутрішня торгівля // Державна служба статистики. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/spr.htm.
4. Статистичний щорічник України за 2011 рік /

Таблиця 3

Прогнозна модель розвитку роздрібної торгівлі

Результативний чинник (Т)	Параметри впливу чинників (x_i)	Форма зв'язку (a) та аналітичний вигляд рівняння регресії (b)
Роздрібний товарооборот	Інвестиції в основний капітал (x_1)	$T = 5,74 + 208,94 \cdot \log_{10} x_1$ (a) $T_{рег} = 35,8 + 18,8 \cdot x_1$ (b)
	Обсяг виробництва сільськогосподарської продукції (x_2)	$T = -93,8 + 1,78 \cdot x_2$ (a) $T_{рег} = -1016,3 + 555,7 \cdot \log_{10} x_2$ (b)
	Витрати населення на придбання товарів та послуг (x_3)	$T = T_{рег} = -12 + 0,35 \cdot x_3$ (a, b)

Висновки. Таким чином, підсумовуючи усе вище викладене, серед напрямків подальшого розвитку роздрібної торгівлі та процесів, що його супроводжують,

[за ред. О. Г. Осауленко] / Держкомстат України. – К.: Август Трейд, 2012. – 558 с.

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ АСОРТИМЕНТУ РОЗДРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Уточнено систему кількісних і якісних показників для оцінки асортименту роздрібних торговельних підприємств. Викладено порядок розрахунку показників.

Ключові слова: асортимент, динамічні показники асортименту, кількісні показники асортименту, статичні показники асортименту, якісні показники асортименту.

Homjak J., Zatyрка M.

THE SYSTEM INDEXES ESTIMATION OF ASSORTMENT RETAIL ENTERPRISE

Specified system of quantitative and qualitative indicators to assess the range of retail trade enterprises. The article presents the calculation of indicators.

Keywords: assortment, dynamic indexes of assortment, quantitative indexes of assortment, static indexes of assortment, quality indexes of assortment.

Вступ. В умовах значного насичення ринку товарів народного споживання перед кожним торговельним підприємством стає завдання виваженого підходу до формування асортименту товарів, який би краще задовольняв попит покупців, ніж асортимент підприємств-конкурентів. Проблема оптимізації асортименту товарів надзвичайно складна, оскільки значне насичення асортименту товарів у підприємствах торгівлі, яке дозволяє якнайкраще задовольняти попит покупців, приводить до цілої низки негативних наслідків - збільшення товарних запасів підприємства та сповільнення їх оборотності, і, відповідно, погіршення кінцевих результатів діяльності підприємств.

Правильне управління асортиментом товарів на підприємствах торгівлі неможливе без знання основних його властивостей (характеристик), під якими розуміють специфічні особливості асортименту, які виявляються при його формуванні. Для кількісного ж вираження властивостей асортименту застосовують цілу низку відповідних показників асортименту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми формування асортименту товарів і його оцінки у підприємствах торгівлі розглядаються у

численних працях вітчизняних і зарубіжних авторів. Серед них, насамперед, слід зазначити таких авторів як Балабанова Л. В., Бузукова Е.А., Дайновський Ю.А., Кардаш В. Я. та ін. Разом з тим, у працях цих науковців для оцінки асортименту рекомендується від двох [3, 4], до чотирьох [1] і навіть семи [5] показників. При цьому набір показників суттєво різниться. Все це викликає необхідність додаткового вивчення характеристик асортименту товарів та показників його оцінки.

Постановка завдання. Враховуючи наявність різних підходів до оцінки асортименту товарів у магазинах, поставлено завдання критично оцінити існуючі підходи і уточнити систему показників для оцінки асортименту торгових підприємств.

В умовах значного насичення ринку товарами народного споживання виникає необхідність не тільки (і не стільки) давати оцінку асортименту з точки зору дотримання в магазинах встановленого асортименту, але й враховувати найбільш об'єктивну оцінку асортименту безпосередньо покупцями.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз існуючих підходів до вибору показників асортименту товарів дозволив прийти до висновку,

що об'єктивну оцінку асортименту товарів кожного конкретного підприємства можна отримати тільки використовуючи систему показників асортименту товарів (рис. 1).

Насамперед, показники поділяють на базові, планові та фактичні. В умовах товарного дефіциту для магазинів затверджували обов'язкові асортиментні переліки (мінімуми), тобто переліки товарів, які обов'язково повинні були бути наявними у магазині з метою задоволення найнеобхідніших потреб покупців. Дотримання асортиментних переліків було обов'язком магазинів. Ці переліки використовувалися і в аналітичній роботі при аналізі асортименту товарів у магазинах. З усуненням товарного дефіциту і насиченням ринку товарами народного споживання затвердження обов'язкових асортиментних переліків утратило свою актуальність. Натомість нині в аналітичній роботі стали застосовувати базові показники, які приймаються за основу при порівнянні. За базові показники можуть прийматися показники, регламентовані нормативною чи технічною документацією, максимально можливі значення показників, чи середні значення у мережі магазинів.

Планові показники застосовуються при розробленні асортиментних переліків (асортиментних матриць) для конкретних магазинів виходячи з базових показників та існуючих умов діяльності підприємств.

Фактичні ж показники асортименту товарів відображають дійсний стан асортименту товарів у певний момент чи проміжок часу.

Кожна властивість асортименту може бути виражена кількісно абсолютним чи відносним показником. Абсолютний показник – величина, яка кількісно характеризує стан торгового асортименту. Відносний показник – показник, який отримують на основі порівняння фактичного і базового показників. Фактичний показник – величина, яка характеризує наявний набір товарів на певний момент часу. Базовий показник – набір товарів, який приймається при розрахунках за основу [5, с. 119].

Якісні показники, в свою чергу, дозволяють оцінити асортимент товарів з точки зору його відповідності попиту покупців, товарному профілю магазину тощо.

Показники асортименту товарів можуть бути статичними, які дають характеристику властивостей асортименту в кожний конкретний момент (на певну дату тощо), та динамічними, що дозволяє оцінити процеси формування асортименту товарів у магазинах протягом певного періоду часу.

Зупинимося на характеристиці показників асортименту товарів та методиці їх розрахунку (рис. 2).

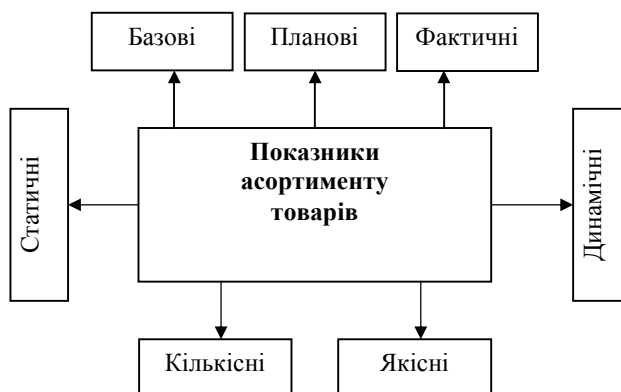


Рис. 1. Система показників асортименту товарів

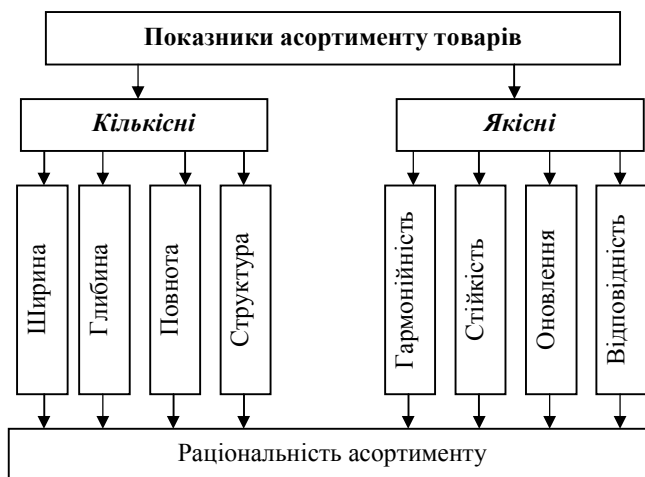


Рис. 2. Показники оцінки асортименту товарів магазинів

Важливим кількісним показником асортименту є його ширина. Під шириною асортименту, на нашу думку, слід розуміти загальну кількість асортиментних груп (товарних ліній) чи/та товарних категорій, які відображають різноманітність товарної пропозиції торговельного підприємства.

Ця властивість характеризується двома абсолютними показниками - фактичною і базовою шириною, а також відносним показником – коефіцієнтом ширини.

Фактична ширина - фактична кількість асортиментних груп (товарних ліній) чи/та товарних категорій, що пропонуються в кожний конкретний момент для продажу.

Базова ширина - ширина, прийнята за основу для порівняння. Вибір критеріїв визначення базової ширини визначається цілями. Наприклад, при аналізі асортиментної політики магазинів-конкурентів, за базовий показник можна взяти максимальне значення у всіх обстежених магазинах.

Слід зазначити, що чим ширший асортимент, тим повніше можуть бути задоволені різноманітні потреби споживачів. Однак, в той же час, при надмірній ширині асортименту споживачу важко орієнтуватися в цьому різноманітті, що затрудняє вибір потрібного товару. Тому керівництву торгових підприємств слід виважено підходити до встановлення базової ширини асортименту.

Неодозначно в економічній літературі трактується і глибина асортименту, яка:

- відображає кількість різних товарних позицій у кожній асортиментній групі, характеризує кількість пропонованих варіантів певного товару [1];

- визначається кількістю різновидностей товарів кожного найменування [3];

- визначається кількістю асортиментних груп товарів [8];

- уявляє собою варіанти пропозицій окремого товару в межах окремої групи, які виражаються числом різновидів товару за різними ознаками [9];

Нам видається, що глибину асортименту слід трактувати як кількість асортиментних позицій в межах асортиментної групи чи товарної категорії. Чим більший показник глибини асортименту, тим повніше представлений видовий асортимент конк-

ретного товару.

Ступінь задоволення попиту покупців сильно залежить від повноти (насиченості) асортименту - здатності набору товарів певної групи чи товарної категорії задовольняти однакові потреби. Якщо показники ширини характеризують кількість варіантів задоволення деякої потреби, то показники повноти (насиченості) визначають зону покриття цієї потреби. Таким чином, насиченість асортименту, на нашу думку, є не що інше як добуток ширини асортименту на його глибину, тобто загальна кількість пропонованих до продажу різновидів товарів. Чим більша повнота асортименту, тим вища ймовірність того, що попит покупців на товари певної групи буде задоволений. Найвищого значення показники повноти мають на насиченому ринку. Значна насиченість асортименту слугує одним із засобів стимулювання збуту і задоволення різноманітних потреб, обумовлених різними смаками, звичками тощо покупців. Разом з тим збільшення повноти асортименту вимагає від працівників торгівлі знання подібностей і відмінностей споживних властивостей товарів різних видів, різновидів і найменувань з метою надання покупцям кваліфікованої консультації. Попри позитивний момент, надмірне насичення асортименту товарів може привести до ускладнення вибору споживача, тому повнота повинна бути раціональною.

Для оцінки та управління товарним асортиментом використовуються також показники структури асортименту товарів, тобто співвідношення виділених за певною ознакою сукупностей товарів в їх загальному наборі. Структура асортименту характеризується часткою кожної асортиментної групи чи/або товарної категорії в загальному асортименті. Може також розглядатися і внутрішньогрупова структура асортименту (структура товарної категорії). Структура асортименту товарів визначає асортиментний профіль підприємства та виступає важливим чинником уникнення внутрішньої конкуренції між аналогічними за спеціалізацією і типорозміром торговельними підприємствами. Окрім того, важливість цієї характеристики для підприємств торгівлі полягає в тому, що різні асортиментні групи мають різну

прибутковість реалізації (від чого залежать кінцеві результати діяльності). При неоптимальній структурі асортименту відбувається зниження як потенційного, так і реального рівня прибутку, втрата конкурентних позицій на перспективних споживчих і товарних ринках і, як наслідок, зниження економічної стійкості підприємства.

Однією з важливих характеристик асортименту товарів є забезпечення його стійкості у підприємствах торгівлі. Ця характеристика асортименту особлива важлива при організації торгівлі товарами повсякденного попиту. Справа в тому, що більшість покупців відносяться до т.зв. "консерваторів", які оцінивши певну різноманітність (найменування) товару довго не змінюють своїх звичок щодо її придбання. Тому, при відсутності цього найменування товару, вони придбають його у конкурентів.

Різні вчені під стійкістю (стабільністю) асортименту розуміють:

- постійну наявність в продажу відповідних товарних позицій [5].

- здатність набору товарів задовольняти попит на одні і ті ж товари. Особливістю таких товарів є наявність стійкого попиту на них. При цьому зазначається, що коефіцієнт стійкості - відношення кількості видів, різновидів і найменувань товарів, що користуються стійким попитом в споживачів, до загальної кількості видів, різновидів і найменувань товарів тих же однорідних груп [10].

На нашу думку, під стійкістю асортименту товарів слід розуміти здатність набору товарів задовольняти попит на одні і ті ж товари, яка досягається постійною наявністю в продажу відповідних товарних позицій. При цьому коефіцієнт стійкості асортименту повинен розраховуватися протягом певного періоду, а не одночасно, як це пропонує Ф.Г. Панкратов [10].

Зміна потреб покупців, удосконалення виробництва товарів під впливом різних чинників приводять до постійного оновлення асортименту товарів. Оновлення (новизна) асортименту - здатність набору товарів задовольняти потреби, що змінилися, за рахунок нових товарів з більш високими споживчими властивостями.

Основними причинами, які спонукають торговельні підприємства обновлювати асортимент товарів, виступають:

- необхідність заміни морально застарілих товарів, що перестали користуватися попитом у покупців;

- поява на ринку нових товарів поліпшеної якості;

- створення конкурентних переваг торговельних підприємств.

Покупцями нових товарів є новатори чи авангардисти. Нові товари задовольняють не стільки фізіологічні, скільки психологічні і соціальні потреби.

Важливою характеристикою асортименту товарів, особливо спеціалізованих і вузькоспеціалізованих підприємств торгівлі, є його гармонійність, яка характеризує ступінь подібності товарів різних асортиментних позицій і груп з точки зору при-

значення, технології виготовлення, методів збуту [1]. Негармонійним вважається асортимент товарів, коли поряд з асортиментними групами, тісно зв'язаними між собою, включаються товари невластивих підприємству товарних груп, Включення в асортимент магазинів товарів, які не відповідають їх товарному профілю, приводить до неоправданого зростання товарних запасів магазину з усіма негативними наслідками, значно ускладнює пошук необхідних покупцям товарів. Разом з тим, негармонійність асортименту допускається в тих випадках, коли підприємство ставить за мету зміну свого товарного профілю, проникнення на інші цільові ринки і завоювання там міцної репутації.

Асортимент торговельного підприємства повинен якнайкраще відповідати попиту покупців. Адже асортимент товарів може бути достатньо широким і глибоким, новим, але не відповідати попиту певного сегменту ринку. Відповідно і ступінь задоволення наявним у підприємств асортиментом товарів буде невисоким. Разом з тим, в економічній літературі на цей факт не звертається уваги, очевидно через відсутність необхідної інформації і труднощі її додаткового отримання. Тому для оцінки асортименту товарів ми пропонуємо ввести показник відповідності асортименту попиту покупців, який повинен характеризувати ступінь задоволення покупців наявним асортиментом. Для розрахунку коефіцієнта відповідності асортименту слід проводити спеціальні опитування покупців, або ж розраховувати його як відношення кількості покупців, що здійснили покупку, до загальної кількості покупців. У другому випадку результат буде мати значну похибку, оскільки, по-перше, одну покупку часто здійснює ціла сім'я і, по-друге, інколи відвідування магазинів здійснюється з метою ознайомлення з наявним асортиментом товарів чи пошуку необхідного товару.

Ми підтримуємо думку тих вчених [6, 7], які вказують на необхідність використання в аналітичній роботі показника раціональності асортименту товарів торгового підприємства. Під раціональністю асортименту розуміють властивість набору товарів якнайкраще задовольняти реально обґрунтовані потреби різних сегментів споживачів. Раціонально сформований асортимент повинен бути:

- у міру повним, щоб забезпечувати високу ймовірність задоволення попиту різних споживачів та забезпечувати ефективну роботу підприємства;

- стійким, гарантуючим задоволення попиту споживачів на товари стабільного попиту в кожний конкретний момент;

- відповідним попиту різних сегментів споживачів.

При цьому коефіцієнт відповідності асортименту попиту покупців показує наскільки асортимент магазину задовольняє реальні потреби різних сегментів споживачів у кожний конкретний момент.

Для визначення коефіцієнта раціональності необхідно, насамперед, встановити коефіцієнти вагомості кожного показника. Для цього слід використовувати експертний метод.

З певним ступенем достовірності коефіцієнт

раціональності може свідчити про раціональність сформованого підприємством асортименту товарів. Відхилення фактичного значення коефіцієнта раціональності асортименту від одиниці показує різницю між потребами, передбачуваними при формуванні асортименту (плановий асортимент), і реальними потребами, підкріпленими купівельним попитом.

Таким чином, проведений аналіз дозволив зробити висновок, що як в навчальній, так і науковій літературі не вироблено єдиного підходу до характеристики торгового асортименту та показників його оцінки, і дозволив виділити найбільш обґрунтований перелік характеристик та показників оцінки асортименту для підприємств торгівлі (табл. 1).

Показники асортименту товарів у підприємствах торгівлі, на нашу думку, мають різне практичне використання. Одні з них повинні використовуватися

при розробленні асортиментної політики підприємства (розроблення асортиментного переліку, асортиментної матриці), інші - в процесі діяльності підприємства для організації контролю за дотриманням виробленої політики (контроль за дотриманням встановленого асортименту, використання для преміювання працівників тощо). До перших відносяться показники ширини, глибини, структури, гармонійності і оновлення асортименту товарів, а до інших - показники повноти, стійкості, відповідності та раціональності асортименту.

Висновки. Запропоновані показники асортименту можуть знайти використання в практичній діяльності торговельних підприємств як на стадії вироблення асортиментної політики, так і при організації контролю за наявним асортиментом.

Показники асортименту товарів торговельних підприємств

Показник	Зміст показника	Формула для розрахунку
Кількісні		
Коефіцієнт ширини $K_{ш}$	Відношення фактичної кількості асортиментних груп та/або товарних ліній (A_{ϕ}) до кількості асортиментних груп та/або товарних ліній, передбачених базовим переліком (A_{δ})	$K_{ш} = \frac{A_{\phi}}{A_{\delta}}$
Коефіцієнт глибини асортименту K_n	Відношення фактичної кількості видів, різновидностей та найменувань товарів однорідної групи (Π_{ϕ}) до їх кількості, передбачених базовим переліком (Π_{δ})	$K_n = \frac{\Pi_{\phi}}{\Pi_{\delta}}$
Коефіцієнт повноти (насиченості) асортименту K_n	Відношення фактичної кількості асортиментних позицій (N_{ϕ}) до кількості позицій, передбачених базовим переліком (N_{δ})	$K_n = \frac{N_{\phi}}{N_{\delta}}$
Структура асортименту	Співвідношення в асортименті часток окремих груп (товарних категорій, підгруп тощо)	$\mathcal{C}_z = \frac{N_z}{N_{заг.}} \cdot 100$
Якісні		
Коефіцієнт гармонійності асортименту $K_{z.a.}$	Відношення кількості відповідних товарному профілю підприємства товарів (N_{δ}) до кількості позицій, передбачених базовим переліком (N_{ϕ})	$K_{z.a.} = \frac{N_{\delta}}{N_{\phi}}$
Коефіцієнт стійкості асортименту (K_c)	Характеризує постійну наявність в магазині товарів, передбачених асортиментним переліком	$K_c = \frac{\sum_{i=1}^n N_{\phi_i}}{n \cdot N_a}$
Коефіцієнт оновлення асортименту K_o	Відношення кількості нових товарів (N_n) до фактичної кількості різновидів товарів (N_{ϕ})	$K_o = \frac{N_n}{N_{\phi}}$
Коефіцієнт відповідності попиту ($K_{e.n.}$)	Відношення кількості покупців, задоволених асортиментом ($N_{задов.}$) до загальної кількості потенційних покупців ($N_{заг.}$)	$K_{e.n.} = \frac{N_{задов.}}{N_{заг.}}$
Коефіцієнт раціональності (K_p)	Середньозважене значення показника раціональності з урахуванням реальних значень показників повноти, стійкості і відповідності попиту товарів різних груп помножене на відповідні коефіцієнти вагомості.	$K_p = \frac{K_n \cdot K_{e.n.} + K_c \cdot K_{e.c.} + K_o \cdot K_{e.o.}}{3}$

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дайновський Ю. А. Удосконалення асортиментної політики підприємства на засадах маркетингу / Ю. А. Дайновський, С. Ю. Цветкова [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/management-and-marketing/policies-and-practices-of-marketing-in-the-enterprise/2795-daynovsky-sa-tsvetkova-cio>.
2. Комерційна діяльність : підруч. / [за ред. проф. В. В. Апопій]; [вид. 2-ге, перероб. і доп.] – К.: Знання, 2008. – 558 с.
3. Памбухцянц О. В. Организация коммерческой деятельности: [уч. для средн. спец. уч. зав.] – М.: Дашков и К^о, 2004. – 448 с.
4. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. П. Половцева. – М.: Инфра-М, 2000. – 248 с.
5. Мельник І. М. Мерчандайзинг: навч. посібн. / І. М. Мельник, Ю. М. Хом'як. – К.: Знання. – 2009. – 309 с.
6. Николаева М. А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: [учебник для вузов]. / Николаева М. А. – М.: Издательство НОР-МА, 2007. – 283 с.
7. Основные характеристики ассортимента товаров <http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/assortiment-tovara.html>.
8. Показники, що характеризують торговий асортимент <http://www.refine.org.ua/pageid-5527-1.html>.
9. Показники асортименту [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ozybooks.com/book/1-ponyattya-riznovidi-asortimentu-tovariv/7-pokazniki-asortimentu.html>.
10. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: учеб. / Ф. Г. Панкратов. - [9-е изд., перераб. и доп.] – М.: Дашков и К^о, 2006. – 503 с.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ЛЬВІВЩИНИ

Досліджуються практичні проблеми функціонування роздрібною торгівлі Львівської області. Визначаються напрями її подальшого розвитку в сучасних умовах.

Ключові слова: Львівська область, ринки, роздрібна торгівля, роздрібна торговельна мережа, товарооборот.

Shyndyrovskyy I.

MODERN TRENDS IN RETAIL LVIV

We study practical problems of functioning retail Lviv region. Identify areas for further development in modern conditions.

Keywords: Lviv region, markets, retail, retail trading network turnover.

Вступ. Кінцевою ланкою ланцюга господарських зв'язків в процесі товаропросування споживчих товарів від виробника до споживача є роздрібна торгівля, яка представляє собою діяльність суб'єктів товарного ринку з продажу товарів, послуг безпосередньо споживачеві. В процесі роздрібною реалізації товари із сфери обертання переходять у сферу колективного, особистого, індивідуального споживання. Ефективне функціонування вітчизняної роздрібною торгівлі в сучасних економічних умовах неможливе без підвищення конкурентоспроможності її суб'єктів, організації діяльності з врахуванням світового досвіду та регіональних особливостей здійснення господарської діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній та зарубіжній літературі накопичено значний досвід вивчення та аналізу роздрібною торгівлі. В останні роки основна увага зосереджена на дослідженні значення, функцій роздрібною торгівлі, її сучасного стану і тенденцій розвитку. Свій вклад у вирішення цих проблем внесли В.В. Апопій [1], А. А. Мазаракі [2] та інші.

Постановка завдання. Незважаючи на глибокі дослідження в цій сфері, залишаються невирішеними питання розвитку роздрібною торгівлі окремих регіонів в сучасних умовах, дослідження їх впливу на забезпечення потреб населення.

З погляду на зазначене вище основною метою статті є дослідження теоретичних і практичних проблем розвитку роздрібною торгівлі Львівщини і визначення стратегічних напрямів її подальшого розвитку в умовах конкуренції.

Вклад основного матеріалу дослідження. В роздрібною торгівлі здійснюється реалізація товарів особистого, сімейного, домашнього користування, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, кінцевому споживачеві. Саме в цій сфері проявляються результати економічної діяльності держави, які зачіпають життєві інтереси всього населення - забезпечення продуктами харчування і непродовольчими товарами, покращання організації торговельного обслуговування, вирішення інших життєво важливих проблем, які суттєво впливають на відтворення робочої сили, створення сприятливих умов для проживання людей.

Роздрібна торгівля України до 2008 року демонструвала динамічне зростання як обсягів реалізації товарів, так і фінансових показників торговельно-господарської діяльності. В результаті світової і вітчизняної економічної кризи у 2009 році спостерігається певне згортання економічної активності, що проявилось, насамперед, у зменшенні обсягів реалізації товарів, які відображаються показником роздрібною товарообороту. За даними офіційної статистики, лише за 2009 р. обсяг роздрібною товарообороту торгівлі в Україні склав 444,3 млрд. грн. і порівняно з попереднім роком скоротився на 2,6% у фактичних цінах і на 17,4% у порівнянних цінах [3, с. 271].

Одним з небагатьох регіонів, де не спостерігалось скорочення обсягів обороту роздрібною торгівлі була Львівська область, яка у фактичних цінах продемонструвала зростання даного показника у 2009 році на 2,3% (табл. 1).

Динаміка обороту роздрібною торгівлі Львівської області у 2008-2012 рр.

Показники	Значення показників у році, млрд. грн.				
	2008	2009	2010	2011	2012
Оборот роздрібною торгівлі, млн. грн.	20626,3	21100,0	25228,2	31286,0	36232,6
Темпи росту, %	-	102,3	119,6	124,0	115,8
Роздрібний товарооборот підприємств, млн. грн.	12827,2	12983,6	15023,7	18179,9	19698,3
Темпи росту, %	-	101,2	115,7	121,0	108,4
Частка роздрібною товарообороту підприємств у обороті роздрібною торгівлі, %	62,2	61,5	59,6	58,1	54,4

У наступні роки ситуація суттєво покращується. Зростання реальних доходів населення, стабілізація у сфері виробництва спричинили покращення ситуації на споживчому ринку області. За даними Державної служби статистики оборот роздрібною торгівлі Львівської області у фактичних цінах щорічно зростає і в 2012 році досяг показника 36232,6 млн. грн. Найбільший ріст обороту роздрібною торгівлі Львівщини у фактичних цінах спостерігався у 2011 році і склав 24% порівняно з попереднім роком.

Підприємства роздрібною торгівлі займають значне місце у розвитку підприємницького потенціалу. Вигідне географічне розташування області (близькість кордону), розвинена транспортна інфраструктура сприяє розвитку торгівельної діяльності.

Варто відзначити негативну тенденцію до зменшення відношення товарообороту підприємств до обороту роздрібною торгівлі області, які, власне, повинні забезпечувати підвищення стандартів торговельного обслуговування і активізацію сучасних методів торгівлі. Як видно з табл. 1, відношення товарообороту підприємств до обороту роздрібною торгівлі починаючи з 2008 року має тенденцію до зниження. За останні 5 років питома вага роздрібною товарообороту підприємств у оборот роздрібною торгівлі Львівщини зменшилась на 7,8%.

Хоча у фактичних цінах роздрібний товарооборот підприємств Львівської області протягом аналізованого періоду мав тенденцію до зростання, однак у порівнянних цінах у 2009 році спостерігалось значне скорочення даного показника (на 15,4%), а в наступні роки зростання не таке значуще, як у фактичних цінах (табл. 2).

У 2012 р частка міста Львова у роздрібному товарообороті підприємств Львівської області становила 61,1%. Темп зростання роздрібною товарообороту підприємств у м. Львові був дещо нижчий, ніж у середньому в області (104,1%) [4].

Економічна криза спричинила звуження функцій і масштабів діяльності оптової торгівлі Львівської області (табл. 3). У 2009-2010 роках оптовий товарооборот підприємств Львівщини скоротився порівняно з 2008 роком. Відношення оптового товарообороту підприємств до обороту роздрібною торгівлі знизилось. Це призвело до того, що участь оптової торгівлі у формуванні роздрібною товарообороту у цей період зменшилась. Послабився вплив даного сектора на формування ефективної системи господарських зв'язків, мобілізацію товарних ресурсів, організацію централізованого товаропостачання роздрібною торгівлі. І лише в 2011-2012 роках відношення оптового товарообороту підприємств до обороту роздрібною торгівлі Львівської області досягло до кризового рівня.

Темпи зростання роздрібною товарообороту підприємств Львівської області у порівнянних цінах у 2008-2012 рр.

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Роздрібний товарооборот підприємств, млн. грн.	12827,2	12983,6	15023,7	18179,9	19698,3
Темпи зростання роздрібною товарообороту підприємств до попереднього року у порівнянних цінах, %	112,7	84,6	101,7	108,1	104,1

Таблиця 3

**Співвідношення оптового товарообороту підприємств до обороту роздрібною торгівлі
Львівщини у 2008-2012 рр.**

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Оптовий товарооборот підприємств, млн. грн.	24317,9	21007,3	23915,6	39393,1	41664,0
Оборот роздрібною торгівлі, млн. грн.	20626,3	21100,0	25228,2	31286,0	36232,6
Відношення оптового товарообороту підприємств до обороту роздрібною торгівлі, %	117,9	99,6	94,8	125,9	115,0

Хоча Львівська область у сфері оптової торгівлі посідає 6 місце в Україні, потенціал області використовується в даний час не в повній мірі. Фактично в системі обігу споживчих товарів домінують моделі каналів товароруку, в яких цей обіг здійснюється через чисельних оптових посередників і дрібних торговців організованих і неформальних ринків, підприємств - фізичних осіб. Такі моделі є найкращими для багаторазового перепродажу та тінювого обігу товарів, ухилення від відповідальності перед споживачами за якість та безпеку товарів, від сплати податків у повному обсязі.

Погіршилася товарна структура роздрібною товарообороту підприємств Львівської області, в якій частка непродовольчих товарів скоротилася з 66,1% в 2008 році до 59,8% в 2012 році (табл. 4). За останні чотири роки питома вага непродовольчих товарів змінювалась несуттєво, що не підтверджує тези про значне підвищення добробуту населення Львівщини у після кризовий період.

Щодо матеріально-технічної бази роздрібною торгівлі Львівської області, то протягом досліджуваного періоду відбувалися негативні процеси згортання, що проявилось у скороченні чисельності торговельних об'єктів роздрібною торговельною мережі (табл. 5).

Лише за 2009 рік кількість торговельних об'єктів підприємств скоротилася з 4515 од. до 4281 од. або на 5,2%. Аналогічна тенденція продовжувалася і в наступні роки.

Загалом за 2008-2012 роки кількість торговельних об'єктів у роздрібною торгівлі підприємств скоротилася на 608 од. При цьому темпи скорочення чисельності торговельних об'єктів у 2009 і 2012 роках найбільш високі.

Необхідно, щоправда, зауважити, що згортання чисельності об'єктів роздрібною торгівлі юридичних осіб протягом останніх років відбувалося не лише внаслідок загострення кризових явищ, але й в процесі досить активної зміни їх профілю. Так, чисельність магазинів протягом аналізованого періоду скорочувалась повільніше, ніж загальна кількість об'єктів торгівлі (за винятком 2009 року).

Необхідно зазначити, що дані цифри не відображають реальної ситуації із забезпеченістю населення торговельними об'єктами і площами, оскільки не враховують потужностей сегмента роздрібною торгівлі приватних підприємств.

Поряд із скороченням чисельності торговельних об'єктів спостерігаються і позитивні явища.

Таблиця 4

**Структура роздрібною товарообороту підприємств
Львівської області у 2008-2012 рр.**

(відсотків)

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Усі товари	100	100	100	100	100
Продовольчі товари	33,9	41,4	43,6	41,2	40,2
Непродовольчі товари	66,1	58,6	56,4	58,8	59,8

Таблиця 5

**Наявність об'єктів роздрібною торгівлі підприємств – юридичних осіб
Львівської області у 2008-2012 рр.**

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Всього, одиниць	4515	4281	4143	4078	3907
Темпи росту, %	-	94,8	96,8	98,4	95,8
Магазини, одиниць	3461	3260	3186	3178	3066
Темпи росту, %	-	94,2	97,7	99,7	96,5
Кіоски та палатки, одиниць	1054	1021	957	900	841
Темпи росту, %	-	96,9	93,7	94,0	93,4

Протягом останніх років у м. Львові відкрито ряд роздрібних торговельних підприємств, найбільшими серед яких є торговельно-розважальний центр «Вам», магазин-склад ТЗОВ «СП «АКАН», магазин рибальських та туристичних товарів, магазин світильників, магазин-склад непродовольчих товарів ТЗОВ ВКФ «РОМ Лтд», магазин «Рукавичка» ТЗОВ ТВК «Львівхолод», магазин «Космо» ТЗОВ «Суматра-ЛТД», магазин «Електрон» Телевізійного заводу «Електрон» ДП ПАТ «Концерн-Електрон», магазин «Дешевий одяг» ПП «ВП-Україна», магазин «Дім книги» та інші.

Окрім цього, у містах та районах області відкрито: у м. Новий Розділ - магазин «Лаванда+», у м. Стрий - магазин «Зірочка», у м. Червоноград – торговий комплекс «НАШ» ТЗОВ «Мега-Полюс», магазин побутової техніки та інші.

Спрощенню та прискоренню періоду руху споживчих товарів із сфери виробництва до кінцевих споживачів, фінансових потоків із сфери споживання до товаровиробників сприяє діяльність ринків. Перевагою цієї форми торгівлі є те, що роздрібним продавцем на ринку може бути будь-який член суспільства або суб'єкт господарювання. Це відноситься до громадян України, громадян інших іноземних держав, товаровиробників (промислової і сільськогосподарської продукції), комерційних посередників, приватних підприємців та інших (табл. 6).

Із загальної чисельності ринків на кінець 2012 року 23 були продовольчі (19,3%), 42 непродовольчі (35,3%), 54 змішані (45,4%). За торговими місцями поділ виглядає таким чином: продовольчі ринки - 5218 місць (16,7%), непродовольчі - 9294 (29,7%), змішані - 16822 (53,6%) [4].

Висновки. Підприємства роздрібно́ї торгівлі займають значне місце у розвитку підприємницького потенціалу області. В роздрібній торгівлі Львівщини в останні роки спостерігається тенденція зменшення кількості магазинів з одночасним зростанням обсягів товарообороту. В той же час відчутну роль в торговельному обслуговуванні населення відіграють ринки. Подальше вдосконалення роздрібно́ї торгівлі Львівської області, її орієнтація на ринкові принципи господарювання передбачають активне введення в дію нових сучасних торговельних підприємств, подальшу трансформацію ринків у торговельно-сервісні комплекси, проведення в районах і містах ярмарків з продажу сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки за цінами виробника, збільшення наповнення споживчого ринку області товарами регіональних виробників.

Таблиця 6

Наявність ринків у Львівській області у 2008-2012 рр.

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Всього, одиниць	137	141	136	136	119
Темпи росту, %	-	102,9	96,5	100,0	87,5
Торгових місць, одиниць	32081	32406	32114	31868	31334
Темпи росту, %	-	101,0	99,1	99,2	98,3

Протягом останніх років у розвитку ринків Львівської області можна відзначити такі закономірності. Найбільшого поширення ринки Львівщини отримали в 2009 році як за чисельністю ринків - 141, так і за кількістю торгових місць – 32406. Протягом 2010 і 2011 років чисельність ринків і кількість торгових місць на них дещо скорочувалась.

В 2012 році відбулися суттєві зміни у цій сфері. 17 ринків або 12,5% загальної чисельності були закриті. Кількість торгових місць знизилася до 31334 одиниць або на 1,7% порівняно з попереднім роком.

За період 2008-2012 років кількість ринків у Львівській області скоротилася на 28 одиниць, а торгових місць – на 747 місць.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Сучасні проблеми та стратегічні пріоритети розвитку внутрішньої торгівлі України [Текст] / В. В. Апопій // Вісник ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, - Серія «Економічні науки». – 2005. – № 4 – С. 145-153.
2. Внутрішня торгівля в Україні : економічні умови ефективного розвитку [Текст] : монографія / [А. Мазаракі та ін.]. – К. : КНТЕУ, 2006. – 195 с.
3. Статистичний щорічник України за 2011 рік // за ред. О. Г. Осауленка. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 560 с.
4. www.stat.lviv.ua
5. http://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2011/yearbook/2010/2010_r.pdf

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ЦІН НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ПРОДУКЦІЮ НА ОПТОВИХ РИНКАХ УКРАЇНИ

Розглянуто взаємодію складових елементів оптового ринку сільськогосподарської продукції на основі її каналів постачання і дистрибуції. Досліджено механізм формування цін на сільськогосподарську продукцію. Запропоновано методику визначення оптово-відпускної ціни, "імпоротної" оптової ціни та вигідної ціни закупівлі сільськогосподарської продукції на оптовому ринку.

Ключові слова: сільськогосподарська продукція, оптовий ринок, ціна, торгівля

Virt M.

PRICE FORMATION MECHANISM FOR AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE WHOLESALE MARKETS OF UKRAINE

The interaction of components in the wholesale market of agricultural products from the delivery channels and distribution are examined. Price formation mechanism for the agricultural products is investigated. The method of determining the wholesale selling price are suggested, "import" wholesale price for the respective purchase price of agricultural products in the wholesale market.

Keywords: agricultural products, wholesale market, price, trade

Вступ. Набуття Україною асоційованого членства у ЄС вимагатиме пошуку та реалізації принципово нових шляхів формування конкурентоспроможного аграрного сектору національної економіки, залучення до цього процесу малого і середнього сільського бізнесу, створення йому належних умов для прибуткового господарювання та комфортного функціонування у сільській місцевості, використовуючи, насамперед, європейський досвід.

На сьогоднішній день пріоритетом розвитку економіки з боку держави повинен стати розвиток елементів ринкової інфраструктури, їх реформування відповідно до світових стандартів, оновлення правової та технічної бази для забезпечення ефективного їх функціонування. Даний період економічного розвитку України яскраво свідчить про необхідність активізації роботи центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо реалізації регіональних програм і вжиття заходів, спрямованих на розбудову та розвиток інфраструктури аграрного ринку держави, насамперед, регіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції (далі – ОРСП).

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженню проблем руху сільськогосподарської продукції через ОРСП і формування цін на неї присвячені праці багатьох вчених, серед них: В. В. Апопій [1], Л. М. Васильєва [2], Н. А. Голошубова, Л. О. Литвиненко [3], П. О. Куцик [4], М. В. Мокляк [5], В. С. Пінішко [6], Ю. Б. Чаплінський [8], О. Г. Шпикуляк [7] та ін. Вони у своїх працях розглядали теоретичні та методологічні аспекти розвитку ОРСП. Щодо сучасного стану та тенденцій розвитку цих ринків, то недостатньо уваги приділяється саме дослідженню руху сільськогосподарської продукції від агровиробника до роздрібного торговця через ефективний

канал її постачання – ОРСП, визначенню ціни зі сторін постачання та дистрибуції у механізмі функціонування ОРСП.

Взаємодія учасників оптового ринку сільськогосподарської продукції. Із досвіду функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції в світі для України важливо розуміти головні переваги, які вони створюють за допомогою концентрації продукції та попиту, для ефективного процесу ціноутворення, при відкритій конкуренції і прозорості процесу зберігання та збуту.

Як свідчить досвід розвинутих країн, оптимальною формою такої організації є оптові ринки сільськогосподарської продукції. Відповідно до Закону України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції", під ринком необхідно розуміти юридичну особу, предметом діяльності якої є надання послуг, що забезпечують здійснення оптової торгівлі сільськогосподарською продукцією, і який в установленому цим Законом порядку надано статус оптового ринку сільськогосподарської продукції [9].

Оптовий ринок сільськогосподарської продукції є компонентом національного оптового ринку, який за допомогою механізмів ціноутворення і задоволення інтересів його учасників уможливило ефективний рух сільськогосподарської продукції від агропромислового комплексу (далі – АПК) до сфери роздрібної торгівлі та частково, до інших учасників сфери оптової торгівлі й АПК. На рис. 1 наведено схему руху сільськогосподарської продукції через ОРСП і виокремлено механізм формування цін на дану продукцію через визначення оптово-відпускної ціни та "імпоротної" оптової ціни зі сторони напрямів постачання, і вигідної ціни закупівлі зі сторони каналів дистрибуції агропроду-

вольчих ресурсів. До складових елементів ОРСП належать суб'єкти оптового ринку, механізми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію, а також реалізація цілей суб'єктів оптового ринку.

Суб'єктами ОРСП зі сторони каналів постачання є приватні та сімейні господарства, асоціації виробників сільськогосподарської продукції, індивідуальні та дрібні виробники (фермери), імпортери. Зі сторони каналів дистрибуції суб'єктами ОРСП є роздрібні торгові "точки", ринки та вулична торгівля, заклади ресторанного господарства, супермаркети та асоціації роздрібною торгівлі, роздрібні магазини, експортери, оптовики з інших регіонів країни та переробники сільськогосподарської продукції. Всі ці суб'єкти забезпечують ефективний рух сільськогосподарської продукції від сфери АПК до сфери роздрібною торгівлі та відповідають усім інтересам суб'єктів внутрішнього ринку, – зазначає П. О. Куцик [4].

Механізми ціноутворення на сільськогосподарську продукцію і реалізації цілей суб'єктів ОРСП (виробників, оптовиків і роздрібних торговців), з одного боку, формуються на основі організаційно-економічних та інфраструктурних умов, які прописуються законодавством і торговими правилами, а, з іншого боку, є виявом взаємодії попиту та пропозиції на сільськогосподарську продукцію, що уможливає відповідне планування руху суб'єктами ОРСП агропродукції через оптовий ринок і здійснення ефективного формування цін та неї.

Порядок формування цін на сільськогосподарську продукцію на ОРСП. На думку Ю. Б. Чаплінського, у процесі ціноутворення на сільськогосподарську продукцію необхідно врахувати вплив трьох груп факторів: 1) вартість засобів виробництва та предметів праці; 2) вартість робіт, послуг, насіння; 3) вартість послуг з переробки і реалізації продукції [8].

Ці фактори враховуються першочергово, але при формуванні цін на сільськогосподарську продукцію необхідно врахувати ще одну особливість – нееквівалентність міжгалузевого обміну і диспаритет цін. Через відсутність еквівалентності міжгалузевого обміну сільське господарство втрачає свої активи, різко знижуються можливості не тільки розширеного, а й простого відтворення виробництва. Ця тенденція заслуговує на увагу й оцінку з огляду на необхідність втручання на державному рівні.

Особливістю галузі є те, що виробництво продукції суттєво залежить від природно-кліматичних умов, а також часто спостерігаються відмінності в продуктивності худоби і земель. Виробничі витрати зумовлені як природними чинниками (клімат, рельєф, земля, опади тощо), так і економічними (забезпеченість ресурсами, розміри виробництва, ступінь еластичності попиту та пропозицій). Саме тому аграрний сектор потребує державного регулювання, оскільки регулюючи ціни, держава здійснює вплив на відтворювальний процес у сільському господарстві. Завдання державного регулювання цін полягає в тому, щоб не допустити високого рівня інфляції та забезпечити необхідну прибутковість виробникам сільськогосподарської продукції [3].

Л. М. Васильєва вважає, що особливістю формування цін на сільськогосподарську продукцію є залежність кон'юнктури ринку від таких факторів:

1) пора року. Наприклад, найнижчі ціни на овочі, картоплю припадають на період збирання врожаю (серпень-жовтень), тобто в цей період спостерігається збільшення пропозиції, найвищі ціни складаються з січня по липень, тому що у цей період додаються ще витрати на зберігання. Зниження цін на молочні продукти припадає на квітень-серпень. Саме в цей період спостерігається збільшення пропозиції, а в осінньо-зимовий період, коли надої зменшуються, а відповідно і пропозиція, ціни на молочні продукти підвищуються;

2) погодні умови. Ціни на продовольчі товари, а особливо на картоплю і овочі, залежать від сприятливих погодних умов. Якщо рік був врожайним на ці продукти ціни нижчі – це пояснюється великою пропозицією; і навпаки, якщо рік видався маловрожайним – ціни підвищуються (зменшення пропозиції);

3) місце реалізації. Ціни на міських ринках на продовольчі товари нижчі, ніж ціни в торговельній мережі. Це пояснюється тим, що на міські ринки надходить в основному продукція, вироблена в особистих підсобних господарствах населення;

4) рівень платоспроможності населення. В кінцевому результаті саме він формує попит і регулює пропозицію. Неплатоспроможність населення особливо простежується при реалізації м'яса і м'ясопродуктів, молокопродуктів [8].

Основними чинниками, що впливають на формування закупівельних цін, на думку В. С. Пінішка є: сезонне призупинення виробництва продукції (у рослинництві); кліматичні умови; ґрунтові умови; надзвичайно тривалий процес виведення нових видів біологічних, помологічних і товарних сортів сільськогосподарської продукції, в тому числі трансгенної; отримання врожаю деяких видів сільськогосподарської продукції без участі робочої сили і засобів виробництва; відсутність ринку землі як засобів виробництва [6, С. 59].

В. М. Мокляк зазначає такі чинники, що найбільше впливають на собівартість сільськогосподарської продукції: природні умови, родючість землі, рівень механізації праці, особливості вирощування культур, умови зберігання та транспортування продукції [5].

Враховуючи викладене, необхідно досліджувати процес формування ціни на сільськогосподарську продукцію при русі її через ОРСП. З рис. 1 видно, що зі сторони каналів постачання утворюється оптово-відпускна ціна сільськогосподарського виробника та оптова ціна імпортера.

Оптово-відпускна ціна сільськогосподарського виробника на ОРСП ($OЦ_{ОРСП}$) визначається за формулою:

$$OЦ_{ОРСП} = Ц_в + ТВ + ВЗ + П_{ОРСП} + П_в, \quad (1)$$

де $Ц_в$ – ціна сільськогосподарського виробника (закупівельна ціна) 1 т продукції, грн;

TB – транспортні витрати на доставку продукції на ОРСП у розрахунку на 1 т продукції, грн;

BZ – витрати на зберігання продукції на ОРСП у розрахунку на 1 т продукції, грн;

$P_{ОРСП}$ – маркетингові послуги ОРСП, грн;

$Pв$ – прибуток сільськогосподарського виробника у розрахунку на 1 т продукції, грн;

Оптова ціна імпортера ($ОЦ_{ім}$) визначається за наступною формулою:

$$ОЦ_{ім} = Ц_i + MЗ + TB + BZ + P_{ОРСП} + P_i \quad (2)$$

де $Ц_i$ – закупівельна ціна імпортера 1 т сільськогосподарської продукції, грн;

$MЗ$ – митні збори у розрахунку на 1 т продукції, грн;

TB – транспортні витрати на доставку продукції на ОРСП у розрахунку на 1 т продукції, грн;

BZ – витрати на зберігання продукції на ОРСП у розрахунку на 1 т продукції, грн;

$P_{ОРСП}$ – маркетингові послуги ОРСП у грн;

P_i – прибуток імпортера у розрахунку на 1 т сільськогосподарської продукції у грн.

За цими цінами сільськогосподарська продукція реалізується у торговельну мережу. Ці ціни впливають на кінцеві роздрібні ціни, темпи розвитку сільського господарства і сфери торгівлі та рівень оплати працівників цих галузей [3, С. 95]

Зі сторони каналів дистрибуції, в умовах ринкової економіки суб'єкти роздрібно торгівлі, щоб не допустити збиткової діяльності повинні визначитися з цінами закупівлі сільськогосподарської продукції через ОРСП. При цьому вони розраховують отримати прибуток від продажу цієї продукції і сплату ПДВ виходячи із роздрібно ціни на споживчому ринку.

Вигідну ціну закупівлі сільськогосподарської продукції ($ЦЗв$) можна визначити за формулою (3):

$$ЦЗв = \frac{PЦ}{(1 - ПДВ)} - TB_p - TH_p \quad (3)$$

де $PЦ$ – чинна чи прогнозована роздрібна ціна 1 т сільськогосподарської продукції з ПДВ, грн;

TB_p – транспортні витрати роздрібно підприємства при доставці продукції із ОРСП у розрахунку на 1 т сільськогосподарської продукції, грн;

TH_p – торговельна націнка підприємства роздрібно торгівлі на 1 т сільськогосподарської продукції, грн;

$ПДВ$ – податок на додану вартість за чинною ставкою у десяткових дробах.

Визначивши вигідну ціну закупівлі товару, торговельне підприємство приймає рішення чи здійснювати закупівлю сільськогосподарської продукції через ОРСП. За встановленими принципами, правилами, критеріями відповідно до яких формується ціна у сфері роздрібно торгівлі на сільськогосподарську продукцію торговельне підприємство орієнтується: по-перше, на необхідність формування такого рівня ціни, за якого можливо встановлення оптимального рівня торговельної націнки; по-

друге, на встановлення такої роздрібно ціни, за якої здійснюється позитивний вплив на споживачів і процес реалізації сільськогосподарської продукції на продовольчому ринку.

Висновки. Цінова політика учасниками ОРСП зі сторони постачання є ефективним механізмом формування попиту на сільськогосподарську продукцію, а зі сторони дистрибуції є механізмом отримання прибутку. Розбіжність між ефективним і неефективним ціноутворенням залежить від самого процесу формування ціни. Для досягнення максимально можливого і стабільного рівня рентабельності, ціноутворення повинно стати невід'ємною частиною стратегії продажу сільськогосподарського виробника, а не простою операцією з формування ціни. Тому важливо відшукати баланс між бажанням суб'єктів роздрібно торгівлі одержати потрібну вартість і необхідністю суб'єктів АПК покрити свої витрати й отримати прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії [Текст] : монографія / В. В. Апопій. — Львів : Видавництво ЛКА, 2007. — 368 с.
2. Васильєва Л. М. Ціноутворення на продукцію АПК в умовах ринку / Л. М. Васильєва // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/.../cgiirbis_64.exe?...
3. Литвиненко Я. В. Сучасна політика ціноутворення [Текст] : навч. посібник / Я. В. Литвиненко. — К. : МАУП, 2003. — 240 с.
4. Куцик П. О. Організаційно-економічний механізм функціонування оптової торгівлі в ринковому середовищі [Текст] : монографія / П. О. Куцик, М. Я. Вірт. — Львів : Вид-во ЛКА, 2011. — 320 с.
5. Мокляк М. В. Особливості ціноутворення на підприємствах агарного сектору / М. В. Мокляк // [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_99/26.pdf.
6. Пінішко В. С. Ціни і ціноутворення [Текст] : навч. посібник / В. С. Пінішко, О. С. Рудницька, О. І. Юсипович. — Львів : Вид-во ЛКА, 2013. — 192 с.
7. Шпикуляк О. Г. Концептуальні основи ціноутворення в умовах аграрної економіки : теоретико-методологічний аспект / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. — 2007. — № 2. — С.107-114.
8. Чаплінський Ю. Б. Особливості ціноутворення на ринку сільськогосподарської продукції / Ю. Б. Чаплінський, А. О. Томусяк // [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.rusnauka.com/5.../6_128662.doc.htm.
9. Про оптові ринки сільськогосподарської продукції : Закон України від 25.06.2009 р. № 1561-VI (зі змінами) // [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1561-17>.

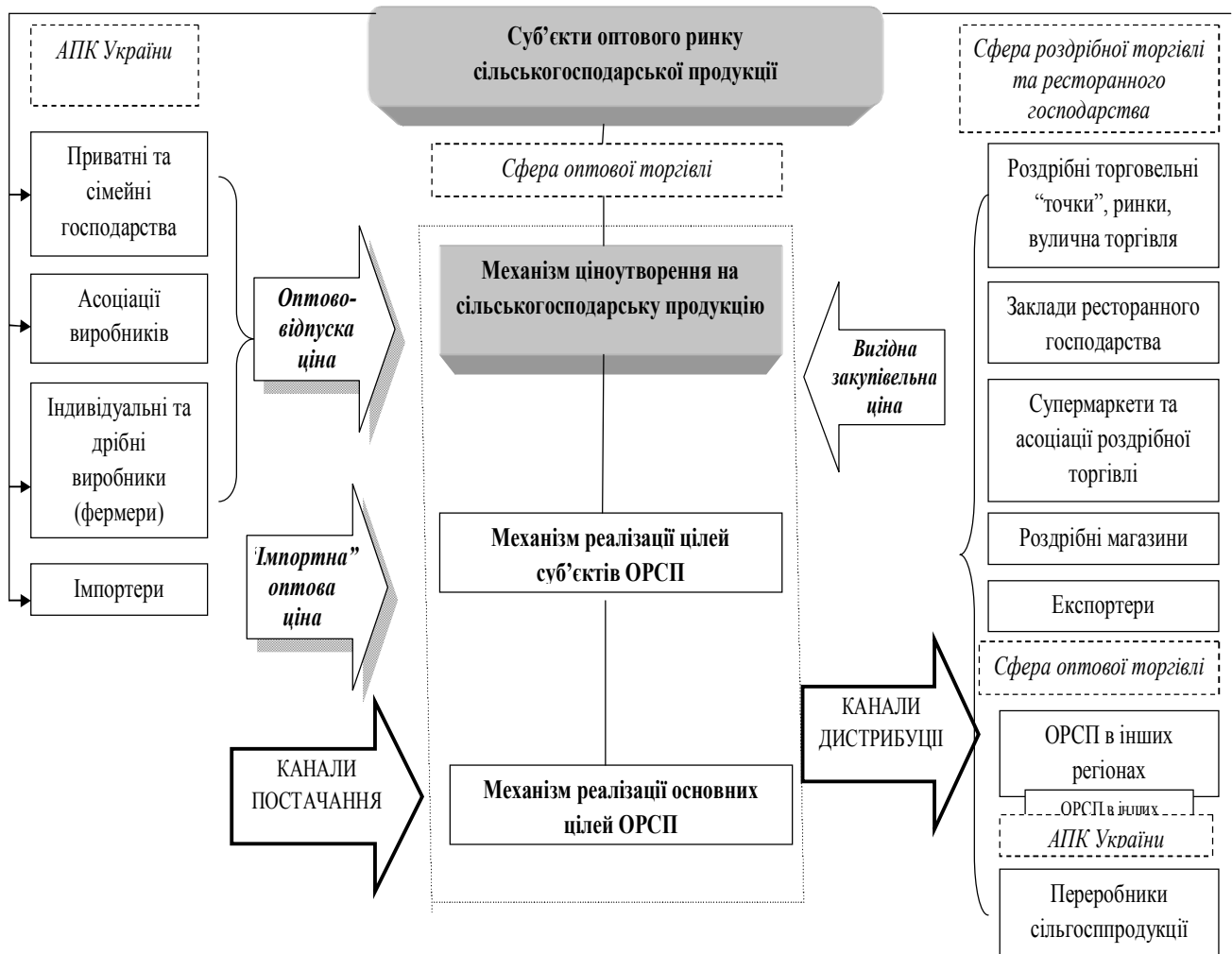


Рис. 1. Рух сільськогосподарської продукції через оптові ринки та формування ціни на неї (розробка автора)

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Охарактеризовано економічну суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Визначено перелік основних і додаткових послуг, які надаються готельно-ресторанними закладами.

Ключові слова: діяльність, готельно-ресторанний заклад, послуга, категорія закладу

Dombyk O.

ECONOMIC ESSENCE OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES ACTIVITIES

The economic essence of hotel and restaurant business enterprises is characterized. The list of basic and additional services provided by the hotel and restaurant facilities is defined.

Keywords: activities, hotel and restaurant facility, service, facility category

Вступ. Готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою сфери послуг, що пов'язаний з господарською діяльністю спеціалізованих підприємств, які пропонують на комерційній основі власні послуги із забезпечення клієнтів послугами з розміщення та харчування. У сучасних умовах господарювання впровадження передових організаційно-управлінських технологій у готельно-ресторанному бізнесі зумовлює перегляд теоретичних основ діяльності підприємств з метою ефективного їх функціонування.

Питання економічної суті діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу у своїх працях розглядали С. І. Байлик [1], Н. М. Гоблик-Маркович [3], К. В. Каленік [5], М. О. Корнілевська [6], Ю. А. Маначинська [7], Л. І. Нечаюк, П. Р. Пуцентейло [8], А. Е. Саак [9], Н. О.Телеш, М. В. Якименко [9] та ін. Проте проблемні аспекти, пов'язані з діяльністю підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах розвитку економічних відносин, потребують подальшого дослідження.

Виклад основного результату дослідження. В сучасному бізнесі зростає роль своєчасного та якісного надання послуг, активними учасниками якого є підприємства готельно-ресторанного бізнесу. Свого часу поняття “готельне господарство” співвідносилось з господарською діяльністю, що полягала у наданні платних послуг із розміщення в готелях. Згодом, із зростанням попиту на туристичні послуги й прагненням готелів до розширення комплексності обслуговування, послуги розміщення стали тісно пов'язуватись з харчуванням і реалізацією додаткових послуг. Це дало підстави для визначення поняття “готельно-ресторанний заклад”, що включає в себе проживання, харчування, транспортні та інші додаткові послуги.

На думку О. М. Головки, підприємства готельно-ресторанного господарства – заклади визначеної категорії, які забезпечують організацію розміщення та харчування за межами місця постійного проживання споживачів послуг [4]. Н. М. Гоблик-Маркович стверджує, що ринок готельно-ресторанних

послуг являється синтетичною категорією за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища [3, С. 247]. Це пояснюється певним способом організації економічного життя, ознаками якого є самостійність учасників процесу на основі комерційної співпраці.

На нашу думку, діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу передбачає здійснення фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання, яка полягає у створенні та реалізації послуг (проживання, харчування, зв'язку, транспорту тощо) з метою отримання економічних вигод.

Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу полягає у нематеріальному характері її діяльності. Оскільки, результатом діяльності є не готовий продукт, а пропозиція особливого виду послуг.

Готельно-ресторанна послуга – це господарська операція підприємства з метою задоволення вимог споживача, що пропонується при розміщенні та тимчасовому проживанні й харчуванні [7].

Послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу складаються з основних і додаткових послуг, які надаються споживачу при розміщенні та проживанні. Процес надання основної послуги можна умовно поділити на кілька основних етапів: інформація про надання комплексу послуг; резервування (бронювання) місць; реалізація послуг (проживання, харчування тощо); зустріч і проводи гостей (транспортні послуги); обслуговування під час перебування в готелі. Вихідна інформація про характер основних послуг міститься у назві та в інформації про місцезнаходження та категорії підприємства. Інші відомості, такі як: кількість і наявність вільних номерів; наближеність до туристичних центрів і берегу моря; пільги, що надаються певним категоріям споживачів (молодь, сім'ї з дітьми, учасники конгресів тощо) потенційні клієнти отримують із рекламних довідників.

До додаткових послуг відносять послуги, що не належать до основних послуг, а які замовляються і оплачуються споживачем додатково (табл. 1).

Додаткові послуги підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Назва послуги	Характеристика
Інформаційна	інформування про послуги, пропонувані готелем, транспортне обслуговування, пропозиції щодо придбання товарів, сувенірів тощо, наявність історико-культурних пам'яток і культурно-просвітницьких установ
Комунально-побутова	прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо
Посередницька	резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших місцях перебування тощо
Автотранспортна	гараж, стоянка, автомийка, дрібний ремонт транспортних засобів
Торговельна	продаж товарів, видань ЗМІ, сувенірів тощо
Інші	прокат спортивного, пляжного інвентарю, комп'ютерного обладнання, автомобілів, розмножувальної техніки, зберігання кореспонденції, цінних речей тощо

Примітка. Узагальнено автором

Результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що перелік таких послуг відрізняється у рівня суб'єктів дослідження, їх видів і категорій. Проте, готельно-ресторанні комплекси категорії “Люкс” або “5 зірок” повинні надавати всі додаткові послуги самостійно [2]. Для цього вони повинні мати розгалужену мережу підрозділів, що виробляють і реалізують велику кількість різноманітних додаткових послуг (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, магазин, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо).

Підприємства, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на надання відповідних послуг із комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами й закладами культури тощо.

Постійне збільшення основних і додаткових послуг, що надаються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, в залежності від рівня обслуговування, розміру та структури, обумовлює створення різної організаційної структури. Тому правильна градація (класифікація) досліджуваних підприємств – це запорука побудови достовірної системи обліку і контролю.

Виділення класифікаційних ознак підприємств готельно-ресторанного бізнесу – це групування за певними ознаками, які дають можливість нести відповідальність за якість послуг, характеризувати умови організації проживання і харчування споживачів, а також виділити центри відповідальності та центри витрат.

Різноманітність послуг на ринку готельно-ресторанного бізнесу потребує її систематизації відповідно до критеріїв попиту. М. Г. Бойко до таких критеріїв визначає відповідність обсягу та якості послуг їх ціні [2]. Тому, основою для класифікації досліджуваних підприємств є рівень комфорту.

У кожній країні, враховуючи соціально-економічні та історичні особливості розвитку, існує власний підхід до виділення класифікаційних ознак досліджуваних підприємств. У більшості Європейських країн найпоширеніша система класифікації готелів – кількість зірок. Проте, за півстолітнє існу-

вання такої системи, так і не виникло єдиних правил присвоєння певної категорії.

В Україні підприємства готельно-ресторанного бізнесу в більшості випадків класифікують за категоріями відповідно до загальної характеристики, яку визначають комплексом вимог до: стану матеріально-технічного оснащення; переліку послуг, що надаються; кваліфікації персоналу та рівня обслуговування.

Погоджуємось з думкою О. М. Головки, що значну частину питань з організації діяльності досліджуваних підприємств слід розглядати поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних і додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організаційної структури, типу і категорії підприємства, від організації системи управління тощо [4, С. 9].

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що економічне зростання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні стримується рядом причин. Це і економічна криза, і недоліки в діяльності фінансово-банківської системи, обмеження платоспроможності населення, недосконалість податкова система. Недоліком також є відсутність інструкцій та методичних рекомендацій, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному. Крім цього, потрібно враховувати відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних послуг, що в свою чергу, відображається на рівні якості обслуговування споживачів таких послуг.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельно-ресторанне підприємство, його належність до сфери туристичних послуг та відомчого підпорядкування [6]. Для розвитку досліджуваних підприємств, належного функціонування їх на ринку послуг доцільним є розробка законодавчих актів, які передбачали б привабливість інвестування у готельно-ресторанний бізнес, а це у свою чергу буде стимулятором розвитку туризму в країні.

Висновки. Таким чином, підприємства готельно-ресторанного бізнесу є складовою індустрією туризму (послуг). Результатом діяльності яких є продукт у формі своєрідного виду послуг – послуг гостинності. Така особливість зумовлює перетворення

організації й управління закладом на складний процес з точки зору забезпечення ефективності механізму обслуговування, ціноутворення та планування, що безпосередньо впливає на побудову системи управлінського обліку і внутрішнього контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание : [учеб. пособие] / С. И. Байлик. – К. : Дакор, 2008. – 288 с.
2. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : [підручник] / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К. : КНТЕУ, 2006. – 448 с.
3. Гоблик-Маркович Н. М. Теоретичні засади регіонального ринку готельно-ресторанного бізнесу / Н. М. Гоблик-Маркович, А. В. Грянило : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.hduht.edu.ua/News/tezi_18.10.12/14.pdf
4. Головка О. М. Організація готельного господарства : [навч. посібник] / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець. – К. : Кондор-Видавництво, 2012. – 338 с.
5. Каленік К. В. Сучасні моделі управління багатofункціональним туристично-готельним комплексом / К. В. Каленік, В. І. Федак : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.hduht.edu.ua/News/tezi_18.10.12/14.pdf
6. Корнілевська М. О. Управління готельним бізнесом та тенденції його розвитку / М. О. Корнілевська : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2009/Economics/47534.doc.htm
7. Маначинська Ю. А. Сутність і специфіка готельних послуг, класифікація засобів розміщення туристів / Маначинська Ю. А. // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2010. – Вип. 4. – С. 211-217.
8. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : [навч. посібник] / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
9. Саак А. Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) : [учеб. пособие] / А. Э. Саак, М. В. Якименко. – СПб. : Питер, 2007. – 432 с.

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА БУДІВНИЦТВА ОПТОВИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У 2010-2012 РОКАХ

Проаналізовано ефективність державної підтримки та регулювання функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні. Досліджено функції оптових ринків сільськогосподарської продукції, які дають змогу оптовим структурам присутнім на них, ефективно діяти в умовах сучасного конкурентного середовища. Розглянуто позитивні тенденції розвитку та діяльності ринків і охарактеризовано фактори впливу на їх функціонування.

Ключові слова: оптовий ринок, сільськогосподарська продукція, інвестор, регулювання, функції

Kuzmenkov O.

STATE SUPPORT OF CONSTRUCTING WHOLESALE MARKETS OF AGRICULTURAL PRODUCE IN 2010-2012

Effectiveness of state support and regulation of wholesale markets of agricultural produce in Ukraine is analyzed. Functions of wholesale markets of agricultural produce that enable wholesale structures present in them to operate effectively in current competitive environment are investigated. Positive trends in the development and operation of markets are considered and impacts on their functioning are characterized.

Keywords: wholesale market, agricultural produce, investor, regulation, functions

Вступ. На сьогоднішній день пріоритетом розвитку економіки з боку держави повинен стати розвиток елементів ринкової інфраструктури, їх реформування відповідно до світових стандартів, оновлення правової та технічної бази для забезпечення ефективності їх функціонування.

За сучасних умов економічного розвитку України впливає необхідність підтримки центральними та місцевими органами виконавчої влади розбудови і розвитку інфраструктури аграрного ринку, насамперед, регіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції (далі – ОРСП), сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів і розробка та впровадження комплексного плану заходів щодо законодавчого, інституційного й організаційного забезпечення розвитку ефективної оптової торгівлі на внутрішньому ринку.

Аналіз досліджень і публікацій. За сучасних умов створення системи безперебійного та ефективного просування продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції від товаровиробника до споживача, перехід нецивілізованих та неформальних ринків сільськогосподарської продукції до організованих і крупних – одна з важливих складових державної політики у агропромисловій сфері. Питаннями розвитку та діяльності оптових ринків сільськогосподарської діяльності у своїх працях частково досліджували: О. В. Алейнікова [9], В. Андрійчук, В. В. Апопій [10], П. О. Куцик [11], М. Я. Вірт [11], І. Лукінов, Н. А. Ринденко, В. Точилін, О. М. Федорчук [12], С. В. Шерстюк [13] та ін. Враховуючи результати та не применшуючи значення вже проведених досліджень, необхідно акцентувати увагу на проблемних питаннях,

які не знайшли свого вирішення, а саме потребують подальшого наукового дослідження особливості ефективності державної підтримки і державного регулювання розвитку та діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції.

Державна підтримка та регулювання функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції. Нагальною потребою сьогодні є необхідність систематизації законодавчих норм, що регулюють діяльність оптових ринків сільськогосподарської продукції. Так, 3 червня 2009 року Постановою Кабінету Міністрів України № 592 була затверджена Державна цільова програма створення оптових ринків сільськогосподарської продукції [1]. Постанова втратила чинність на підставі Постанови Кабінету Міністрів України № 704 від 22.06.2011 р. [2], на виконання Національного плану дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки “Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава”, затвердженого Указом Президента України від 27 квітня 2011 р. № 504/2011 [3]. Отже, дія Постанови Кабінету Міністрів України № 592 частково охоплює зазначений період дослідження.

Наказом Голови Контрольно-ревізійного управління України від 15.12.2005 р. № 444 було затверджено Методичні рекомендації щодо проведення органами державної контрольно-ревізійної служби аудиту ефективності виконання бюджетної програми [4]. Документом встановлено, що метою аудиту ефективності є здійснення оцінки досягнення запланованих показників (продукту, ефективності, якості), виявлення проблем у виконанні бюджетної програми та розробка пропозицій щодо підвищення

ефективності використання ресурсів держави. Основними завданнями є оцінка ефективності виконання бюджетних програм шляхом порівняння звітних даних щодо виконання програми (виконання результативних показників) із заданими параметрами, у тому числі зазначеними в паспорті бюджетної програми, порівняння рівня досягнутих показників з рівнем їх фінансування.

Виходячи із норм зазначених документів, проаналізуємо ефективність підтримки державою будівництва оптових ринків сільськогосподарської продукції у 2010-2012 роках через механізми Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції. Програмою передбачалося, що її виконання дасть змогу: 1) створити 25 оптових ринків сільськогосподарської продукції; 2) сформувати сучасну мережу ринків; 3) забезпечити товаровиробникам належні умови для продажу власної сільськогосподарської продукції на оптових ринках; 4) сприяти зниженню рівня споживчої інфляції; 5) збільшити обсяг виробництва плодоовочевої продукції; 6) створити близько 3 тис. робочих місць.

В сучасних умовах реально працюють лише декілька ОРСП і не на повну потужність. Завдання щодо створення 25 ОРСП не виконано. За винятком ОРСП “Шувар” (Львів), формування якого розпочалося задовго до прийняття зазначеної програми, та частково ринку “Столичний”. Більшість об’єктів, що отримали статус ОРСП, перебувають у стані будівництва чи планування. Тобто, говорити про сформовану мережу ОРСП немає підстав.

У багатьох країнах в основу діяльності оптових ринків закладався мережевий принцип через одну управлінську структуру, або через достатньо жорсткі механізми державного регулювання.

В Україні державне регулювання ОРСП є формально “абсолютно” ліберальним. Водночас, відсутня структура (державна чи недержавна), яка б здійснювала координацію діяльності ОРСП. Об’єднати ОРСП в мережу могла б Асоціація оптових ринків сільськогосподарської продукції України. Але фактична відсутність ринків не дає підстав говорити про їх вплив в межах країни на рівень споживчої інфляції. Водночас, локальний вплив діючого ринку “Шувар” на ціноутворення є відчутним. За оцінками окремих експертів гуртові ринки в Києві та Львові дали змогу знизити ціни поблизу місць, де вони розташовані, на 6-12% [6].

Як зазначалося у Державній цільовій програмі створення оптових ринків сільськогосподарської продукції, завдання і заходи з виконання Програми полягають у: 1) розробленні проектів нормативно-правових актів з питань діяльності оптових ринків сільськогосподарської продукції; 2) створенні мережі оптових ринків, зокрема за рахунок коштів державного бюджету у сумі 1200 млн. грн; 3) сприянні створенню об’єднання оптових ринків та їх подальшій інтеграції у міжнародні організації оптових ринків. Прогнозований обсяг коштів для виконання Програми становить 4 млрд. грн, у тому числі 1,2 млрд. грн за рахунок державного бюджету, решта – інші джерела (табл. 1).

Таблиця 1

Джерела та прогнози обсяги фінансування оптових ринків сільськогосподарської продукції в Україні у 2009-2013 роках

Джерела фінансування	Обсяги фінансування, млн. грн	Обсяги фінансування за роками, млн. грн				
		2009	2010	2011	2012	2013
Державний бюджет	1200		250	283	316	351
Інші джерела	2800	50	350	600	800	1000
Всього	4000	50	600	883	1116	1351

Примітка. Складено за даними джерел [1, 2, 3]

У широкому розмінні мережа – це об’єднання однорідних предметів ... людей, яке приносить правила поведінки всередині (між її членами) і ззовні мережі (до одиниці мережі або до сукупності), вимагає правил використання одиниць мережі та всієї мережі; однорідність членів мережі дає можливість оперувати кожним з них однобічним чином; об’єднання — дає можливість оперувати мережею як одним цільним об’єктом [5]. Мережі можуть бути членами загальнішої мережі, утворюючи таким чином ієрархію.

Сьогодні в Україні ОРСП створюються різними суб’єктами, часто з неоднозначним розумінням місці ОРСП. Відповідно вони стають різними як за стратегічними, так і тактичними цілями. Сукупність таких ОРСП не можна сприймати як систему, тобто, мережу.

У рамках реалізації програми в Україні у 2009 році була проведена реорганізація львівського ринку “Шувар” для отримання ним статусу оптового ринку сільськогосподарської продукції, у 2011 році було створено два оптові ринки сільгосппродукції: “Столичний” (м. Київ) і “Господар” (м. Донецьк). У 2012 році було завершено будівництво ще п’яти ринків сільгосппродукції в Одесі, Запоріжжі, Херсоні, Харкові та Чернігові. Наприкінці 2013 р. в м. Маріуполь відкрилася перша черга нового оптового ринку сільгосппродукції “Азовський”. На його будівництво було виділено 27 млн. грн з держбюджету, площа якого становитиме 10 га.

Статус оптового ринку сільгосппродукції надано 11 юридичним особам, зокрема, у Львівській області – “Шувар”, Київській – “Столичний”, Запо-

різькій – “Січовий”, Одеській – “Гектар”, Донецькій – “Господар”, Харківській – “Лелека”, Рівненській – “Шелен”, Херсонській, Луганській, Миколаївській областях і в Маріуполі – “Азовський”.

Наразі триває будівництво ОРСП “Гектар” в Одеській, “Січовий” у Запорізькій, “Азовський” у Маріуполі. А після завершення будівництва всіх ОРСП їх сумарна площа становитиме понад 400 га [7].

Однак на практиці кошти з державного бюджету виділялися далеко не в повному обсязі та неритмічно, що гальмувало й гальмує процес формування мережі ОРСП, зменшувало їхню привабливість для недержавних інвесторів. Практично не виділялися кошти з місцевих бюджетів. Так, за весь 2012 рік на розвиток і підтримку ОРСП було виділено 248 млн. грн, а всього за термін дії державної програми у розвиток ОРСП інвестовано 774 млн. грн [7].

Отже, Державну цільову програму створення оптових ринків сільськогосподарської продукції як механізм підтримки державою будівництва оптових ринків сільськогосподарської продукції не можна назвати ефективною.

Фактори, що впливають на розвиток та функціонування ОРСП.

Існуючі ОРСП виконують такі функції: 1) забезпечення облаштованого місця зустрічі продавців і покупців за доступну оплату; 3) формування інформації про тенденції та стан ринку; 4) групування продовольчих товарів із різноманітних джерел виробництва; 5) забезпечення формування великих партій стандартизованого товару; 6) надання послуг із складування, зберігання та доставки товару до дрібнооптових і роздрібних торговельних точок; 7) забезпечення контролю якості та безпеки продукції.

За сучасних умов розвитку внутрішньої торгівлі позитивними є тенденції щодо діяльності ОРСП, серед яких:

обрані оптимальні земельні ділянки з точки зору комунікації (вибір місця розташування у відповідності до принципів побудови ринків у світі);

доступ на оптовий ринок у період його експлуатації (нічні та ранкові години) зручний для продавців і покупців;

розмір ділянки дає можливість поетапного розвитку в найближчі роки;

на ОРСП у Львові, Києві, Донецьку, Запоріжжі було використано типовий проект критих торгових павільйонів, що знижує вартість проектування та будівництва;

земельні ділянки забезпечені достатніми потужностями в електроенергії, газопостачанні, водопостачанні та водовідведенні, зборі дощової води;

забезпечено фінансування для будівництва першої фази проектів;

інвестиції отримали підтримку держави (хоча не в повній мірі).

Незважаючи на ці позитивні тенденції, аналіз вказує на те, що ці ринки не працюють на прогнозовану потужність. Це може бути зумовлено: а) занадто оптимістичними припущеннями, не зас-

нованими на досвіді аналогічних проектів в інших країнах Європи; б) помилками на етапі проектування; в) можливо, занадто оптимістичними фінансовими прогнозами.

Також відчутний вплив на розвиток і функціонування ОРСП мають такі фактори:

по-перше, прийнятий принцип, що в одному і тому ж місці відбувається оптова та роздрібна торгівля. Ще кілька років тому, за часів розвитку концепції оптових сільськогосподарських ринків українською стороною, багато міжнародних експертів застерігали від наслідків такого рішення. Однак перевагу було надано, найбільш ймовірно, отриманню швидкої фінансової віддачі від інвестицій. Світовим Союзом оптових ринків (WUWM) [8] проводиться чітке розмежування оптових і роздрібних ринків, визначаючи їх рівно важливим для забезпечення соціально-економічних та політичних пріоритетів регіонів і країни, та представляючи інтереси обох типів об'єктів;

по-друге, проект оптових овочевих і квіткових павільйонів, а саме планування внутрішнього простору торгових залів не враховує майбутньої тенденції концентрації оптової торгівлі. Крім цього, проектування торгових залів, засноване на стандартних універсальних рішеннях, могло б дати можливість для використання приміщень на інші цілі (оренда логістичними компаніями, складські приміщення та ін.) за умови труднощів із заповненням торгових залів орендарями. Таким чином, оптовики могли б уникнути фінансових втрат, оскільки доходи від оренди логістично-дистрибуційними фірмами покрили б доходи, які планувалось одержати від орендарів. На жаль, існуюча структура торгових залів не відповідає цим умовам;

по-третє, новостворені оптові ринки не одержали підтримки від влади щодо перенесення оптової торгівлі з несанкціонованих для цього місць (дослідження свідчать, що у м. Києві поряд з ринком “Столичний” продовжує відбуватись оптова торгівля у житловому масиві на Троєщині). Місцева влада, державна санітарно-епідеміологічна служба, ветеринарна інспекція та інші органи не впливають належним чином на суб'єктів, що здійснюють торгівлю у несанкціонованих для цього місцях;

по-четверте, проекти для торгівлі м'ясною та рибною продукцією не відображають специфіку продажу даного товару. Приміщення таких об'єктів повинне бути спроектоване таким чином, що оператор пропонує орендарям об'єкт і поверхні, а орендар або оператор за кошти орендаря адаптує приміщення до відповідних потреб продажу даної продукції. Це впливає з того факту, що, наприклад, при оптовій торгівлі рибною, оптовик продаватиме оптові партії риби мороженої, свіжої, копченої, продукти рибної переробки та ін. Кожен з цих продуктів має специфічні вимоги у сфері торгівлі та складування;

по-п'яте, орендні ставки та експлуатаційні витрати на ОРСП за сучасних умов надто високі і не можуть конкурувати зі ставками та витратами, які потенційні орендарі платять в інших місцях;

по-шосте, інвестори оптових ринків використовують комерційні кредити з високими процентними ставками для реалізації інвестиційних проектів. Фінансування зі сторони держави відбувається непослідовно та не у повному обсязі. Це вимагає від інвестора пошуку нових шляхів продовження інвестування інфраструктурного об'єкту;

по-сьоме, не зацікавлені інвестиційними проектами крупні логістичні та оптові підприємства, які б могли на території оптових ринків будувати власні об'єкти. Така можливість у значній мірі прискорила б повернення коштів інвестиційних коштів.

Виправлення цих недоліків створить умови для прискороного розвитку ОРСП, які являтимуть собою сукупність функціонально і організаційно взаємопов'язаних об'єктів торгівлі й надання послуг, зосереджених у всіх регіонах України зі спільним органом управління, що дозволить збільшити оптовий продаж сільськогосподарської продукції, зменшити ризики потенційних інвесторів, ліквідувати "тіньову" економічну діяльність на ринках, перевести неорганізовану торгівлю у цивілізоване русло.

Висновки. Однією із актуальних проблем будівництва та розвитку оптових ринків сільськогосподарської продукції є неналежна державна підтримка та регуляторна політика. Створення та розвиток ОРСП повинен здійснюватись через регуляторну політику як у сфері торгівлі, так і сфері АПК на державному, міжрегіональному та регіональному рівнях.

Відсутність продуманої, науковообґрунтованої державної політики та належної державної підтримки будівництва і розвитку ОРСП не сприяла становленню цілісної системи цих ринків, як важливої сфери формування та стабілізації споживчого ринку і ринку сільськогосподарської продукції, координаційної ланки в системі міжгалузевих і регіональних зв'язків. Тому необхідним підґрунтям будівництва та розвитку ОРСП є розширення можливостей і функцій держави у сфері оптової торгівлі, здійснення дієвого контролю за дотриманням законодавчих і нормативних документів у сфері товарного обігу, надання фінансової підтримки для забезпечення пришвидшеного створення нових ОРСП.

СПИСОК ВИКОРИСТАННЯ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції : Постанова КМУ від 3 червня 2009 р. № 592 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/562-2009-%D0%BF>.

2. Про скорочення кількості та укрупнення державних цільових програм : Постанова КМУ від 22 червня 2011 р. № 704 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/704-2011-%D0%BF>.

3. Про Національний план дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки "Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава" : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.president.gov.ua/documents/13492.html.

4. Про вдосконалення проведення аудиту ефективності виконання бюджетних програм : наказ Голови Контрольно-ревізійного управління України від 15.12.2005 р. № 444 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.9597.2.

5. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.

6. Електронний ресурс. – Режим доступу : http://gazeta.ua/articles/business/_gurtovi-rinki-dalim-zmogu-zniziti-cini-na-6-12-minagropolitiki/447914.

7. Інформаційно-аналітичний бюлетень Кабінету Міністрів України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.info-kmu.com.ua/2013-12-20-000000pm/article/17428998.html>

8. World Union of Wholesale Markets : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wuwm.org/pages/newsletter.aspx>.

9. Алейнікова О. В. Система оптових ринків сільськогосподарської продукції: необхідність державного регулювання / О. В. Алейнікова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=178>

10. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії [Текст] : монографія / В. В. Апопій. — Львів : Вид-во ЛКА, 2007. — 368 с.

11. Куцук П. О. Організаційно-економічний механізм функціонування оптової торгівлі в ринковому середовищі [Текст] : монографія / П. О. Куцук, М. Я. Вірт. — Львів : Вид-во ЛКА, 2011. - 320 с.

12. Федорчук О. М. Щодо функціонування оптових ринків сільськогосподарської продукції / О. М. Федорчук // Вісник аграрної науки Причорномор'я. — 2008. - № 2. — С. 70-75.

13. Шерстюк С. В. Оптові ринки сільськогосподарської продукції / С. В. Шерстюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/.../334.pdf.

ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ І ЙОГО СТРУКТУРА: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Розглянуто суть економічного механізму та досліджено його структуру. Досліджено проблеми узгодженості державного регулювання і саморегулювання підприємств. Виділено функціональну і забезпечувальну підсистеми та економічні важелі підприємницької діяльності, дана їх характеристика.

Ключові слова: економічний механізм, структура, державне регулювання, саморегулювання

Kutsyk V., Pushchuk V.

ECONOMIC MECHANISM AND IT STRUCTURE: THEORETICAL ASPECTS

The essence of economic mechanism is considered and its structure is examined. The problems of coordination of enterprise state regulation and self-regulation are analyzed. Functional and protective subsystems are revealed; economic levers of entrepreneurial business are characterized.

Keywords: economic mechanism, structure, state regulation, self-regulation

Вступ. В умовах посилення процесу євроінтеграції висувуються нові вимоги до діяльності вітчизняних підприємств. Щоб підприємства могли впоратися з тиском на світовому ринку, необхідно, насамперед, ефективно сформувати економічний механізм діяльності. Адже, економічний механізм виступає ключовим у системі господарського механізму. Від його ефективності на підприємстві залежить розвиток економіки нашої держави.

Процес євроінтеграції спричиняє певні зміни у структурі економічного механізму, тобто змінюється значення кожного з елементів економічного механізму і сама структура дещо видозмінюється.

Дуже великий вплив на діяльність підприємств має співвідношення державного регулювання і саморегулювання підприємств, тобто проблеми їх узгодженості. Від того, як побудоване державне регулювання, залежать які функції буде виконувати саморегулювання підприємств, тобто друге прямо залежить від першого.

Аналіз досліджень і публікацій. Варто зазначити, що поняття “економічний механізм” почали використовувати лише на кінець ХХ – початок ХХІ ст., до того часу вживалося поняття “механізм” Сутності, структурі та аналізу економічного механізму були присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, серед яких: Е. Маскин, Б. Райзберг, В. Москаленко, Л. Павлова, Л. Гурвіц, І. Бухтоярова, О. Козлова, С. Воеводіна, Р. Майерсон, Ю. Лисенко, В. Москаленко та ін. Велику роль у дослідженні проблем узгодженості державного регулювання і саморегулювання відіграли такі вчені, як: А. Сміт, С. Серьогіна, Ф. Шахмалова, В. Мамутов, М. Чумаченко, А. Новиков та ін. Проте, на даний час, потребує вдосконалення поняття “економічний механізм” та визначення його структури в умовах посилення процесу євроін-

теграції, а також дослідження проблем узгодженості державного регулювання і саморегулювання підприємств.

Викладення основного матеріалу дослідження. Для того, щоб досліджувати поняття “економічний механізм”, насамперед необхідно визначитись у такому дискусійному питанні, як “взаємозалежність господарського і економічного механізму”. Одні науковці прирівнюють господарський механізм до економічного [6], інші запевняють, що господарський механізм складається з двох комбінацій: “організаційна структура управління” і “економічний механізм” [1]. На нашу думку, економічний механізм є найвагомішим господарським механізмом. Це можна пояснити, тим, що “економіка” – це мистецтво ведення господарства. Тому варто розглядати економічний механізм у межах господарського. Думки вчених щодо економічного механізму та його структури є різні (табл. 1).

Таким чином, розглянувши трактування поняття “економічний механізм” та визначивши склад його елементів, можна зауважити, що: по-перше, всі дослідники по-різному дають визначення досліджуваному поняттю; по-друге, деякі з вчених просто виділяють його як частину господарського механізму і зазначають склад, тобто не розкривають сутності.

На нашу думку, економічний механізм – це цілісна система, у межах господарського механізму, яка містить у своєму складі функціональну (аналіз, планування, облік і контроль, ціноутворення) та забезпечувальну (методи, норми, нормативи) підсистеми та економічні важелі (ціни, тарифи, пільги), які виступають орієнтиром підприємницької діяльності. Для більш поглибленого дослідження економічного механізму доцільно виділяти в окремий елемент - стимулюючі заходи, підґрунтям

яких є науково-технічні нововведення, управління за центрами відповідальності і якість продукції. Метою економічного механізму є одержання бажаного результату, за допомогою створення необхідних умов.

Варто зазначити, що в період посилення процесу євроінтеграції важливим індикатором успішності бізнесу посідає корпоративна культура, тому доречно буде в структурі економічного механізму виділяти ще корпоративну культуру. Метою останньої є забезпечення толерантного ведення бізнесу та формування нових якісних взаємозв'язків між бізнес-структурними елементами при вирішенні фірмових стратегій, а також отримання максимальної дохідності будь-якого підприємства.

При розгляді економічного механізму дуже важливим є дослідження проблем узгодженості державного регулювання і ринкових важелів саморегулювання підприємства. Насамперед доречно зазначити, що держава встановлює “правила гри” на ринку. Як свідчить практика багатьох країн та наш вітчизняний досвід, сучасне суспільство вимагає з'єднання ринкового саморегулювання із державним, адміністративним і законодавчим механізмом за допомогою, насамперед, фінансово-економічних важелів. Якщо розглядати економіку України, то варто зазначити, що для неї характерним є парадоксальне явище: з одного боку існує надмірний державний контроль над економічними процесами, а з другого – недостатність ефективного державного управління господарським комплексом [13].

Таблиця 1

Підходи вчених до визначення поняття “економічний механізм” та його структури

Автор і джерело	Сутність поняття	Структура (складові елементи)
Г. Я. Ільницька [4, С. 292]	основна частина господарського механізму підприємства, що включає економічні методи, способи, форми та інструменти впливу на економічні відносини і процеси	-
Й. С. Завадський [3, С. 81]	складовий елемент господарського механізму, що включає економічні стимули (державні економічні стимули виробництва й матеріальні стимули праці) та важелі (планування, госпрозрахунок, фінансування, умови реалізації продукції, виробничо-технічне обслуговування, умови господарювання, різні ліміти, собівартість продукції, рентабельність виробництва тощо	-
Л. Н. Павлова [12, С.11]	сукупність взаємозалежних важелів і методів планового впливу на виробництво, обмін, розподіл і споживання	складова частина господарського механізму включає в себе такі елементи: планування і прогнозування, організацію суспільного виробництва, економічне стимулювання, ціноутворення, фінансово-кредитний механізм
О. В. Козлова, В. П. Москаленко [10, С.173]	цілісна система, яка складається з двох взаємодіючих підсистем – функціональної та забезпечувальної	складова частина господарського механізму. Функціональна підсистема включає: планування, стимулювання та відповідальність, науково-технічний прогрес, керування якістю продукції, раціональне використання ресурсів, охорона навколишнього середовища. Забезпечувальна підсистема включала фінансування
Б. А. Райзберг [8, С.369]	цілісна система, яка обов'язково повинна мати економічні важелі та використовуватися в якості інструментів впливу на економічні процеси підприємства	складова частина господарського механізму економічні важелі включають: ціни, тарифи, відсоткові ставки, пільги, санкції та інше
С. О. Воеводін [2, С.3]	сукупність елементів, які включають в себе управління, нормування, облік результатів і витрат, відповідальність та матеріальне заохочення інформаційне, ресурсне, і організаційне забезпечення	складова частина господарського механізму
Ю. Лисенко [5, С.86]	перетворення процесу трудової діяльності (рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства) у рух засобів виробництва та його кінцевих результатів спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів	складова частина господарського механізму
Л. Гурвіц, Р. Майерсон, Е. Маскин [10]	взаємодія між суб'єктами та центром	складається з трьох стадій: центр, повідомлення, результат

Державне регулювання виконує певні функції, які саморегулювання ринкових важелів підприємства виконувати не в змозі, це, насамперед, правове забезпечення, а інколи – необхідне коригування з боку держави. Мета державного регулювання підприємницької діяльності суб'єктів господарювання реалізується через три основні функції:

1) створення умов цивілізованого функціонування ринку: визначення форми власності суб'єктів господарювання й управління; створення механізму забезпечення виконання господарських договорів; попередження суперечок між господарюючими суб'єктами і їх розгляд в судовому порядку; захист інтересів та споживачів продукції суб'єктів господарювання; встановлення грошової системи; встановлення стандартів тощо;

2) стратегічне планування науки й науково-технічного прогресу;

3) рішення макроекономічні проблеми: обсяг національного виробництва; пропорційність розвитку; темпи економічного зростання; зовнішньоекономічний баланс країни; рівень зайнятості працездатного населення; соціальний захист [14].

У ринковій економіці основна роль у координації господарської діяльності належить ринку. У системі вільного підприємництва, – пише П. Самуельсон, – ні окремі люди, ні організації спеціально не вирішують тріади економічних проблем... що, як і для кого виробляти. І наводить приклад міста Нью-Йорка, яке забезпечується різними товарами з різних штатів і різних куточків земної кулі з допомогою ринку. Усе це здійснюється без примусу та без централізованого керівництва якогось колективного органу [15].

Оскільки для України характерна змішана економіка, то важливим є поєднання державного регулювання і ринкових важелів саморегулювання підприємств.

Дискусії, щодо визначення місця державного регулювання і ринкового саморегулювання ринку не припиняються. Спробуємо визначити концепції щодо механізмів регулювання економічних систем та факторів, що впливають на співвідношення держави та ринку.

Одним із механізмів саморегулювання економіки є концепція класичної школи, де в умовах повної економічної свободи для суспільства характерним є формування механізму конкуренції. Даний механізм виконує функцію погодження економічних інтересів, А. Сміт назвав його “невидимою рукою ринкового регулювання” [9, С. 331]. За цих умов держава виконує роль забезпечення безпеки і правопорядку та захищення приватної власності. Отже, принципом класичної школи виступало невтручання держави в економіку, варто зазначити, що неокласики також були прихильниками представленої концепції.

З монополізацією виробництва, концентрацією та централізацією капіталу відбуваються зміни у механізмі функціонування економіки. З боку держави посилюється її регулювання, створюється концепція централізовано-планової економіки. За такого підходу до принципів функціонування держави в економіці можлива загроза свободі ринку.

Будь який бізнес націлений на прибуток і реалізує лише вигідні проекти, а проекти, які цим критеріям не відповідають лишаються поза увагою, що в свою чергу призводить до соціально-економічних проблем у суспільстві. За даних умов держава розширює свої функції регулювання економіки (“регулююча рука держави” [7, С. 94]). З цього випливає висновок, що державне регулювання і саморегулювання ринку доповнюють один одного та державне регулювання економіки розвивається разом із ринком.

Індустріальний тип розвитку ввів нові інтегруючі механізми, у яких формується громадське суспільство, для якого характерним є механізм саморегулювання поєднання особистих і громадських інтересів. Тут держава бере на себе роль забезпечення балансу суспільних інтересів, соціальної стабільності і захисту національних інтересів при проведенні внутрішньої та зовнішньої політики [7, С. 95]. Варто зазначити, що для громадського суспільства притаманною є регулююча функція.

Історія розвитку ринкової економіки – це історія пошуку оптимального співвідношення між масштабами і формами державного втручання в економіку та ступенем розповсюдження конкурентних, саморегулюючих механізмів [7, С. 96].

Проаналізувавши деякі засади узгодженості державного регулювання та ринкових важелів саморегулювання, можна стверджувати, що ситуація, яка склалася в Україні на даний час, виходить за межі воєвиявлення інтересів ринку, що пояснюється надмірним тиском з боку держави. Реформи, які проводяться державним регулюванням економіки, через незнання історичних особливостей своєї країни, не сприймаються суспільством.

Перехід до ринкової економіки передбачає у своєму складі певний перелік заходів, серед яких є дерегулювання. Деретулювання – форма державного впливу на суспільно-економічні процеси економіки, що полягає у запровадженні комплексу заходів, спрямованих на досягнення соціального та економічного ефекту в сфері підприємництва. Воно виявляється в обмеженні втручання органів виконавчої влади у фінансово-економічну діяльність суб'єктів господарювання, усуненні адміністративних і організаційних перешкод у розвитку підприємницької ініціативи, а також запровадженні ефективних механізмів державного регулювання економічних процесів у країні [16].

В Україні запровадження ринкової системи потребує паралельного розширення ринкового саморегулювання економіки та звуження її урядового регулювання. Це об'єктивна необхідність – витіснення адміністративних методів, які є суб'єктивними, неточними, помилковими, діють поза ринковими мотиваціями. Замість них повинні діяти непрямі методи урядового регулювання економіки, що посилюють дію ринкової системи і доповнюють саморегулювальні механізми.

Можна виділити такі перетворення у системі державного управління розвинутих країни: 1) скасовувався будь-який адміністративний розподіл товарів і послуг, заохочувалися збільшення виробництва споживчих благ і конкуренція; 2) вивільнення ціноутворення з-під адміністративного

тиску; 3) звужена сфера бюджетного перерозподілу фінансів економіки; 4) у Європі підприємства усіх форм власності були позбавлені бюджетних інвестицій та субсидій; 5) надання певної гнучкості ринку робочої сили, особливо у європейських країнах; 6) перетворення у кредитно-грошовій сфері у Європі. Центральні банки перестали штучно збільшувати грошову масу для задоволення соціальних чи державних потреб та девальвувати курс власної грошової одиниці; 7) країни Західної Європи з 1950-х років перейшли до трансформування своїх міжнародних економічних відносин (утворення єдиного економічного простору) [17].

Висновки. Якщо розглядати економіку України за представленим екскурсом, то варто зазначити, що для неї існує ряд недоліків, серед яких: митна політика; негативний вплив ПДВ на діяльність підприємств; залучення прямих європейських інвестицій та інші. Тому, в Україні необхідні об'єктивні перетворення, які повинні враховувати досвід розвинутих країн. А зважаючи на особливості нашої країни, все ж таки потрібно зміцнення ринкових важелів саморегулювання економіки і, відповідно, - підприємств.

Ефективність функціонування підприємств не можливе без постійного вдосконалення економічного механізму, який регулює їх діяльність. Економічний механізм посідає центральне місце у системі господарського механізму. Адже різні процеси, зокрема посилення євроінтеграції, висуває нові вимоги до якості управління діяльності підприємств. Важливим є скорочення державного регулювання діяльності та розширення саморегулювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артюх О. В. Роль експрес-діагностики фінансово-господарської діяльності в управлінні підприємством / О. В. Артюх // Формування ринкової економіки. – К. : КНЕУ, 2003. – С.345-353.
2. Воеводин С. А. Экономический механизм управления промышленным производством. Методика и практика организации : [науч. издан.] / С. А. Воеводин. – К. : Вища школа, 1991. – 159 с.
3. Завадський Й. С. Управління сільськогосподарським виробництвом у системі АПК : [підручник] / Й. С. Завадський. – К. : Вища школа, 1992. – 367 с.

4. Ільницька Г. Я. Формування фінансово-економічного механізму управління підприємством / Г. Я. Ільницька // Науковий вісник. Український державний лісотехнічний університет: Зб. наук.-техн. праць. – 2004. – Вип. 14.7. – С. 291–294.

5. Лисенко Ю. Організаційно-економічний механізм управління підприємством / Ю. Лисенко, П. Єгоров // Економіка України. – 1997. – № 1. – С. 86.

6. Павлов В. І. Економічний механізм функціонування підприємства: навч. посібник / В. І. Павлов, І. В. Кривов'язюк / [М. І. Долішній (ред.)] / Луцький державний технічний університет ; Інститут регіональних досліджень НАН України. – Луцьк : Настир'я, 1999. – 114 с.

7. Пилипенко Г. М. Характер взаємодії механізмів державного регулювання та саморегулювання у сучасній змішаній економіці / Г. М. Пилипенко, Ю. І. Пилипенко // Наукові праці ДонНТУ. – 2007. – Вип. 31-1. – С. 93-98. – (Серія Економічна).

8. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. М. Лозовский, Б. А. Стародубцева. – М. : ИНФРА – М, 1996. – 496 с.

9. Сміт А. Дослідження про природу та причини добробуту націй / Сміт А.; [пер. О. Васильєвої, М. Межевікіної, А. Малівського]. – К.Port-Royal, 2001. – 594 с.

10. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г. часть №1) (<http://institutions.com/theories/259-2007-1.html/>).

11. Теория управления социалистическим производством: [учебник для студентов экономических специальностей] / [под. ред. О. В. Козловой]. – М. : Экономика, 1979. – 368 с.

12. Фінансово-економічний словник / [под. ред. А. Г. Загороднього, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко], 2007.

13. <http://uchni.com.ua/pravo/131/index.html?page=4>

14. <http://bukvar.su/jekonomika/page,2,207440-Gosudarstvennoe-regulirovanie-i-samoregulirovanie-predprinimatel-skoiy-deyatel-nosti.html>

15. http://pidruchniki.ws/12210605/politekonomiya/derzhavne_regulyvannya_rinkovih_vidnosin

16. <http://cyclop.com.ua/content/view/1038/58/1/15/>

17. <http://www.epravda.com.ua/publications/2013/12/2/406320/>

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЕЙ ФІНАНСОВИХ СИСТЕМ

Стаття присвячена дослідженню особливостей моделей фінансових систем, визначенню їхніх переваг і недоліків, визначенню пріоритетів у розвитку фінансових систем та формуванні структури національної фінансової системи.

Ключові слова: фінансова система, еволюція фінансових систем, моделі фінансових систем, ознаки сучасної вітчизняної фінансової системи

Lukianets O.

FEATURES OF FINANCIAL SYSTEMS MODELS

The article deals with the investigation of features of the financial systems models, specifying their advantages and disadvantages, determining the priorities in the development of the financial systems and forming the structure of the national financial system.

Keywords: financial system, evolution of financial systems, models of financial systems, features of modern domestic financial system

Вступ. Дослідження історичного розвитку суспільства вказують на те, що особливості та відмінності національних фінансових систем виникають залежно від моделі економічної системи, рівня економічного розвитку країни, структури її економіки, політичних орієнтирів правлячих еліт, форм і методів використання фінансових ресурсів, що зумовлені видами форм власності, видів фінансових інституцій та ін. Світовий досвід свідчить, що успішному розвитку та зростанню економіки передують створення розвиненої фінансової системи і формування ефективного фінансового сектору. Фінансова система є своєрідним індикатором стану економіки, оскільки всі макроекономічні фактори – структура та інвестиційна політика держави, розвиток окремих галузей, демографічна ситуація, світова торгівля, науково-технічний прогрес певним чином впливають на тенденції розвитку фінансової системи. Таким чином, питання визначення пріоритетів у розвитку фінансових систем країн світу та формуванні структури національної фінансової системи є досить актуальними.

Аналіз основних публікацій та досліджень. Світова теорія і практика налічує чимало праць як зарубіжних, так і вітчизняних науковців, присвячених дослідженню розвитку, особливостей формування структури фінансової системи та її ефективного функціонування. Зокрема, аспекти формування і порівняння структур фінансових систем країн світу розглядали Дж. Бойд, З. Боді, Т. Бек, С. Брю, О.Дж. Говтвань, А. Гершенкрон, А. Деміргуч-Кунт, Л. Зінгалес, М. Каменських, Р. Левайн, К. Макконнелл, В. Максимовіч, Р. Мерстон, М. Муфтяхетдінова, В. Попов, Р. Райан, П. Трунін. Серед вітчизняних вчених окремі питання розглядали у своїх працях Л. Алексеєнко, Т. Васильєва, З. Ватаманюк, Н. Гребенюк, О. Дорош, О. Другов, В. Зимовець, С. Зубик, О. Кіреєв, С. Козьменко, В. Корнеєв, Т. Кублікова, С. Леонов, В. Лукашевич,

І. Лютий, С. Міщенко, С. Науменкова, В. Пилипів, О. Романенко, Н. Стукало, М. Шаповалова.

Згідно з інституційно-технологічним підходом до аналізу причин і сутності трансформації економічних систем та суспільств у процесі їх історичного розвитку, уся історія людства поділяється на три етапи: доіндустріальний, ідустріальний та постіндустріальний.

Разом з еволюцією економічної системи розвивалась і змінювалась фінансова система. Так, на доіндустріальному етапі фінансова система була досить слабкою, оскільки фінансовий ринок мав низький рівень організації, а кількість фінансових інституцій, основними представниками яких були лихварі, була незначною. Перші банки з'явилися лише в XVII столітті, однак їхніми послугами були переважно довіряче зберігання коштів та використання їх у формі надання кредитів [6, С. 39-40].

На ідустріальному етапі фінансова система, основним завданням якої стала підтримка виробництва через надання кредитів, обслуговування рахунків, здійснення емісій цінних паперів тощо – значно ускладнилась і стала основою економіки. Саме епоха ідустріалізації стала основою швидкого розвитку нових форм концентрації та централізації капіталу як у виробничій, так і фінансовій сфері. Це стосується таких ринкових інституцій, як акціонерний капітал та акціонерні банки, вивіз капіталу та інше [22, С. 66]. Банки перетворювались на фінансові центри, що контролювали як грошовий капітал, так і промислове виробництво. Зрощення банківського капіталу з промисловим зумовило формування фінансової олігархії.

Перехід від ідустріального до постіндустріального типу організації суспільства та стрімкий розвиток інформаційних технологій стали поштовхом для формування потужної глобальної фінансової системи, яка формує і підпорядковує собі інтереси економік різних країн [17, С. 44]. Як зазначає

І. Лютий, не економічні, а саме технологічні процеси визначають розвиток сучасної фінансової системи, викликають до життя окремі інститути, продукти, послуги фінансового ринку. Саме розвиток новітніх інформаційних технологій зумовлює появу на фінансовому ринку нових інститутів-посередників, якісно нових видів послуг [16, С. 24-25]. Нова роль фінансової системи на постіндустріальному етапі полягає у переході з обслуговувальної ланки виробництва на рівень інтегрованої частини економічної системи, яка є безпосереднім учасником та визначальним фактором економічних процесів, що викликано тісною взаємозалежністю реального і фінансового секторів економіки. Банки та інші фінансові установи часто є власниками не лише інших фінансових інституцій, які полегшують їхню діяльність і підвищують її ефективність, а й підприємств виробничої сфери, представників сфери послуг і, навпаки, промислові об'єднання створюють або купують банки та інших фінансових посередників для задоволення власних потреб у фінансових послугах [6, С. 37, 42].

Американські дослідники К. Макконнелл і С. Брю виокремлюють дві основні ознаки, якими від-різняються економічні системи розвинених країн світу: форма власності на засоби виробництва і методи узгодження та управління економічною діяльністю [27, С. 33]. Ці дві ознаки характеризують відмінності двох полярних економічних систем – командної і ринкової.

Відповідно, фінансова система у державах командної економіки є спрощеною і дещо примітивною, не всі її ланки достатньо розвинені, визначальну роль відіграє державний бюджет, через який безпосередньо відбувається перерозподіл фінансових ресурсів у державі, а фінансовий ринок – другорядну. Така фінансова система була притаманна Радянському Союзу, країнам Східної Європи та деяким країнам Азії, де головна роль відводилась державним фінансам, а фінансовий ринок і фінансові посередники тільки починали розвиватися. Слаборозвиненим економікам і тоталітарним режимам властиві однорівневі банківські системи, де центральний банк і комерційні банки перебувають на одному рівні як рівноправні, або всі банки є державними, філіями єдиного державного банку [4, С. 193].

У державах із ринковою економікою фінансові системи досягають своєї завершеності, однак можуть суттєво відрізнятись у розрізі деяких держав [19, С. 24]. Найчастіше фінансові системи розглядаються як сукупність фінансових ринків, фінансових інституцій, фінансових інструментів і саме фінансовому ринку належить досить важлива роль, оскільки саме він знаходиться у центрі перерозподілу тимчасово вільних фінансових ресурсів і перетворює їх на фінансові активи, що здатні принести власнику певний дохід. Банківська система ринкового типу дворівнева, складається з центрального банку та комерційних банків, що формують другий рівень банківської системи, вони є самостійними у своїй діяльності, але пов'язані з центральним банком.

Слід зазначити, що фінансова система ринкової економіки досягла наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. надзвичайно високого рівня розвитку як на національному, так і в міжнародному масштабі. Процеси глобалізації і регіоналізації стирають фінансові кордони між країнами, відбуваються зміни у світовій валютній системі. Швидке поглинання фінансовими системами розвинених країн світу (США та країн ЄС) відкритих до глобалізації систем інших країн призводить до створення та домінування на світовому рівні низки глобальних банків. Постійне зростання асиметрії в розмірі капіталізації економік провідних країн і країн третього світу та країн з перехідною економікою, збільшення політичної та економічної залежності слаборозвинених країн світу від високорозвинених внаслідок проведення політики надання державних позик підвищує можливість фактичного банкрутства країн шляхом оголошення дефолту. Крім того, зростання глобальних ризиків, спричинених масовим зростанням фіктивного капіталу призводить до фінансових криз (прикладом є світова фінансова криза 2007-2009 років).

Ознакою сучасності є все більший відрив глобальних фінансових систем від реальної економіки, щоденний обсяг валютних торгів в сотні разів перевищують обсяг реально обмінюваних товарів і послуг. Гроші виконують функцію засобу обслуговування віртуальної економіки. Таким чином, світ фінансів став фактично самостійним, втратив залежність від фізичної, економічної реальності, сукупна грошова маса не забезпечується матеріальним покриттям. У результаті сформовано глобальний фінансовий ринок, який характеризується тим, що гроші перетворились на товар, а спекуляція на зміні курсу валют є найбільш вигідною ринковою операцією [15, С. 161].

Результати проведеного дослідження. На сьогодні за наявності певних відмінностей можна говорити про існування чотирьох типів моделей фінансових систем, особливості яких полягають у ролі, що відіграє банківська система у процесі накопичення й розміщення капіталу в галузях економіки, а також у забезпеченні необхідних умов економічного зростання країни.

У рамках класифікації фінансових систем розвинутих країн, запропонованої американським економістом Гершенкроном А. та відповідно до двох шляхів руху коштів – через фінансові ринки (ринки акцій і облігацій) і через фінансових посередників, було виділено дві основні моделі фінансових систем (моделі фінансування економіки) – банківську (bank-based financial system, німецьку, систему універсального банківництва) і фондову (американську, британську, market-based financial system) [26]. Від типу фінансової системи залежить доступність та привабливість фінансових інструментів на ринку, розширення чи звуження можливостей функціонування фінансових інститутів [7, С. 61].

Банківська модель фінансової системи (європейська, банкоцентрична, банкоорієнтована, континентальна) – передбачає, що основними фінансовими посередниками є депозитні інститути (комер-

ційні та ощадні банки, кредитні спілки), що концентрують потоки заощаджень і на цій основі здійснюють фінансування інвестицій в економіці. Вважається, що головним джерелом запозичених коштів для економічних суб'єктів є банківські кредити [18]. Така система не сприяє розвитку інвестиційного посередництва, створюючи сприятливі умови для діяльності банків і договірних ощадних інститутів [7, С. 61]. Найбільш розповсюдженою банкоцентрична система є майже в усіх країнах Центрально-Східної Європи та континентальної Європи: Німеччина, Франція, Бельгія, Італія, Португалія, Іспанія, Фінляндія, Норвегія, а також в Індії, Індонезії, Японії. Еталомом банкоцентричної моделі вважається Німеччина.

Слід зазначити, що банкоцентричні системи можуть бути найефективнішими на певних етапах економічного розвитку і неадекватними на інших. Ці системи краще всього працюють на ранніх стадіях індустріалізації, в умовах фінансування капіталомістких об'єктів, а роль наукомістких галузей відносно невисока. Вони також краще проявляють себе у невеликих, закритих, однорідних економіках [13]. Крім того, в економічних дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених неодноразово підкреслювалось, що банкоцентрична модель найчастіше набуває поширення в економічних системах транзитивного типу, для яких характерною є недосконала правова система [1; 25; 28]. Відповідно, у країнах із слабкою правовою системою банківське фінансування не тільки є переважним, воно є єдиною можливістю [13].

Більшість вітчизняних і зарубіжних дослідників відносять фінансові системи посткомуністичних країн до банкоцентричної моделі фінансової системи, за основу якої взято німецьку модель універсального фінансування комерційними банками. Її втіленню сприяло, по перше, те, що банки функціонували і за радянських часів, а ринок цінних паперів та небанківські фінансові інститути потрібно було створювати заново; по друге, бажання країн швидше адаптувати власне банківське законодавство до директив Європейського Союзу стосовно ринку банківських і фінансових послуг з метою подальшої інтеграції в ЄС [4, С. 204].

Фондова модель фінансової системи (американська, англосаксонська, ринково орієнтована, модель "з широкою участю"), яскравим прикладом якої вважаються США, Великобританія, Австралія, а також Канада, Мексика, Туреччина, Гонконг, Малайзія, Сингапур – характеризується більш прямим зв'язком первинних власників капіталу (заощаджень) і підприємств через ринки капіталу. Основним фінансовим посередником даної моделі є фінансові установи (страхові компанії, пенсійні і взаємні фонди), що акумулюють ресурси через механізм ринку цінних паперів, а джерелом запозичених коштів для економічних суб'єктів є фінансові ресурси, залучені на фондовому ринку в результаті розміщення корпоративних цінних паперів [18, с. 5]. Вважається, що фінансова система американського типу створює набагато кращі умови для розвитку інвестиційного посередництва, ніж євро-

пейська [7, С. 62]. Роль банківської системи в механізмі економічного зростання вважається незначною.

Ринково-орієнтована фінансова система може функціонувати за умови добре розвинутого "законного примусу" та захищених прав власності. Тому країни з перехідною економікою, де законодавча та інституційна інфраструктура на нижчому рівні, створюють банківсько-орієнтовану фінансову систему [8, С. 507]. На думку Р. Райан, Л. Зінгалес, ринкові фінансові системи успішно працюють тільки там, де розкривається інформація компаніями і достатньо захищені інтереси інвесторів [29]. Обидва ці фактори знаходяться на примітивному рівні. Тому навіть в країнах із слабкими судово-правовими системами, стандартами звітності, могутні банки в змозі одержати об'єктивну інформацію від компаній і примусити їх дотримувати свої зобов'язання, тим самим сприяючи розвитку економіки [24].

На сучасному етапі відмінності між американською та європейською фінансовими системами стають менш відчутними, спостерігається тенденція конвергенції цих двох моделей фінансових систем. Наявність ознак банкоцентричної та ринкової моделей фінансових систем у багатьох країнах свідчить про існування третьої моделі фінансової системи – "змішаної", у якій поєднані риси двох попередніх. На цьому наголошують такі дослідники, як З. Ватаманюк, О. Дорош [3], В. Корнєєв [10], С. Леонов [14], С. Козьменко, С. Леонов, Т. Васильєва [9]. До країн, у яких сформувалася змішана модель, відносять Ірландію, Голландію, Японію, Швейцарію, Данію, Швецію, Нову Зеландію, Таїланд, Корею та Філіппіни [8, С. 507].

Четверта модель фінансової системи – ісламська, особливістю якої є відповідність шаріату – сукупності правил і законів, що стосуються управління економікою, соціальних, політичних і культурних аспектів ісламського суспільства. Ісламська фінансова система ґрунтується на п'яти принципах: 1) заборона процентної ставки, що спирається на уявлення про соціальну справедливість, рівність і права власності; 2) розподіл ризиків – власник фінансового капіталу і підприємець розділяють ризики для того, щоб розділити вигоди; 3) гроші як "потенційний" капітал – гроші стають реальним капіталом лише тоді, коли вкладаються у виробничу сферу; 4) відмова від спекуляцій – в ісламі забороняється діяльність, що характеризується великою невизначеністю та операції, яким властивий значний ризик; 5) непорушність угод – іслам проповідує виконання договірних зобов'язань як найважливіший обов'язок сторін угоди [23, С. 7-9].

Ісламська фінансова система включає ісламські банки, які є найважливішим елементом фінансової системи, небанківські фінансові інститути, страхування, ринок капіталу та його учасників, фінансову інфраструктуру.

Нині ісламський банкінг затребуваний, насамперед, в мусульманських країнах: в Південній, Південно-східній і Середній Азії і Африці, де сконцентрована велика частина потенційних клієнтів

цих банків. Проте наразі окрім країн з вказаних регіонів такі організації можна зустріти і в Європі, США і Австралії. Крім того, відзначено значне зростання ісламського фінансового сектору – 10-15% на рік. До того ж рейтингове агентство Standard&Poors відносить ісламські банки до розряду високоприбуткових. Однак, недолік інструментів хеджування обумовлює концентрацію ризиків в ісламських фінансових інститутах, а отже, нерегульований розвиток ісламських фінансових інститутів у рамках традиційної фінансової системи може призвести до зниження її стійкості і зростання фінансової нестабільності [23, С. 41-42, 78].

Необхідно зазначити, що в країнах СНД ісламський банкінг не отримав великого розвитку, що пов'язано як з перевагами економічних агентів, що історично склалися, так і з невисокою мірою інформованості клієнтів, банкірів і органів державної влади щодо ісламської фінансової системи. Однією з причин, що перешкоджають розвитку ісламських банків в СНД, є невідповідність принципів ісламського банкіngu національному законодавству. У той же час багато країн СНД є членами Ісламського банку розвитку – Азербайджан, Киргизія, Казахстан, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан [23, С. 54].

Україна, як і більшість країн Центральної і Східної Європи, обрала євроконтинентальну (банківсько-орієнтовану) модель фінансової системи, за основу якої взято німецьку модель універсального фінансування комерційними банками, пріоритетним напрямом якої є розвиток банківських установ як фінансових посередників, на відміну від англосаксонської (ринково орієнтованої) моделі, яка потребує більш розвинутої мережі небанківських посередницьких структур. Втіленню банківсько-орієнтованої моделі фінансової системи сприяло, по перше, те, що банки функціонували і за радянських часів, а ринок цінних паперів та небанківські фінансові інститути потрібно було створювати заново; по друге, бажання країн швидше адаптувати власне банківське законодавство до директив Європейського Союзу стосовно ринку банківських і фінансових послуг з метою подальшої інтеграції в ЄС [4, С. 204].

О. Дж. Говтваць зазначає, що економіка, яка базується на банківському фінансуванні, створює порівняно більше можливостей для регулювання в оперативному плані – вона не так залежна від інституціонального середовища, менш сприйнятлива до асиметрії економічної інформації і суттєво обмежує трансформацію ресурсів [5, С. 8]. Проте, деякі елементи вітчизняної фінансової системи формувались на основі англосаксонської моделі. Це стосується системи державного моніторингу учасників ринку цінних паперів, що створювалась за американським типом, та інфраструктурних інститутів, що створювались за принципами, близькими до директив Європейського співтовариства.

Гіпотезу про банкоцентричність вітчизняного фінансового ринку та провідну роль саме банківської системи, а не ринку цінних паперів у забезпеченні економічного зростання, на основі багато-

факторних регресійних залежностей у вигляді рядів Фур'є емпірично обґрунтовано та підтверджено вітчизняними науковцями С. Козьменком, С. Леонимом, Т. Васильєвою [9, С. 19].

Аргументами на користь банкоцентричності вітчизняної фінансової системи названо: низький рівень доходів на душу населення; існуюча інсайдерська структура корпоративної власності з переважанням крупних корпоративних власників [11; 12]; більша ефективність, структурованість і урегульованість банківської діяльності в Україні; стабільно висока питома вага банківського кредиту в сукупності фінансових інструментів (диференційовані частки суб'єктів господарювання і домогосподарств характеризуються як постійно варіативні). Ще одним аргументом на користь банкоцентричності вітчизняного фінансового ринку є той факт, що розвиток банківської системи потребує менше часу, ніж формування фондового ринку. В Україні банківські установи вже існують, та з часом вони здатні пристосовуватися до змін зовнішнього середовища й розвиватися, тоді як для появи і формування інститутів фондового ринку потрібен значний час [9, С. 15-16.].

Україна, як держава, що вже більше семи років за визнанням міжнародних інституцій (за рішенням Ради міністрів ЄС – з 30.12.2005 р., США – з 17.02.2006 р.) має статус країни з ринковою економікою, а з 16.05.2008 р. є членом Світової організації торгівлі та планує стати асоційованим членом Євросоюзу, повинна намагатися розвивати систему кредитних відносин на всіх рівнях. Необхідно наголосити, що держава є одним із найсильніших суб'єктів ринкових відносин, а тому має залучатися до цих процесів безпосередньо. Тим більше, що в країні з трансформаційною економікою, де ринкова інфраструктура, фінансово-кредитний сектор ще слабкі, роль держави в активізації і підтримці цих процесів має бути надзвичайно високою [16, С. 27]. Державна фінансова політика має бути національно зумовленою, інтернаціонально орієнтованою та соціально скоординованою, оскільки „політичні рішення, що приймаються у центрі глобальної системи, виходять з внутрішніх економічних пріоритетів відповідних країн” [20, С. 60-64]. Нажаль, Україна поки не може претендувати на роль країни, що приймає глобальні рішення, виходячи з національних інтересів, тому українська фінансова система має бути захищеною від небажаних наслідків зовнішнього впливу [21, С. 86]. Саме держава відіграє роль регулятивного органу фінансової системи, несе повну відповідальність за регулювання фінансової системи та використовує цю систему для досягнення інших цілей своєї політики [2, С. 99].

Висновки. Проведений аналіз засвідчує наявність на сучасному етапі чотирьох моделей фінансових систем: банкоцентричної, ринково орієнтованої, змішаної, ісламської. Особливості та відмінності фінансових систем пов'язані з моделлю економічної системи, рівнем розвитку та структурою економіки країни, політичними орієнтирами, формами власності, видами фінансових інституцій тощо.

Основними ознаками сучасної вітчизняної фінансової системи є порівняно низький рівень фінансового посередництва; домінування банківської системи; низька участь небанківських фінансових інститутів у фінансовому посередництві; незначна роль ринку цінних паперів. Саме низький рівень розвитку фінансових інститутів є однією з причин тісної залежності української фінансової системи від світової, причому не тільки порівняно з розвиненими країнами, а й з рядом тих, що розвиваються. Український фінансовий ринок продовжує залишатися малим за розмірами, залежить від зовнішнього фінансування, і, в тому числі, через малі розміри, схильний до захворювань, пов'язаних зі змінами умов і потоків зовнішнього фінансування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєнко Л. М. Ринок фінансового капіталу: становлення, проблеми та перспективи розвитку : монографія / Л. М. Алексеєнко. – К. : Максимум ; Тернопіль : Економічна думка, 2004. – 424 с.
2. Боди З. Финансы : науч. изд.; / Зви Боди, Роберт Мертон. – [пер. с англ.]– М. : Вильямс, 2004. – 592 с.
3. Ватаманюк З. Г. Небанківські фінансові інститути у країнах Західної Європи / З. Г. Ватаманюк, О. Л. Дорош // *Фінанси України*. – 2003. – № 12. – С. 98–106.
4. Вступ до економічної теорії : підручник / [за ред. З. Ватаманюка]. – Львів : Новий Світ - 2000, 2006. – 504 с.
5. Говтвань О. Дж. Перспективы развития российской финансовой системы / О. Дж. Говтвань // *Проблемы прогнозирования*. – 2004. – № 2. – С. 3-16.
6. Другов О. О. Фінансова система інвестиційного забезпечення регіонального розвитку економіки : [науч. изд.] / Другов О. О.; [за наук. ред. П. Ю. Беленького]. – К. : УБС НБУ, 2007. – 151 с.
7. Зимовець В. В. Фінансове посередництво : навч. посіб. / В. В. Зимовець, С. П. Зубик. – К. : КНЕУ, 2004. – 288 с.
8. Інституційні засади формування економічного системи України: теорія і практика : [наук. вид.] / [за ред. З. Ватаманюка]. – Львів : Новий Світ-2000, 2005. – 648 с.
9. Козьменко С. Використання рядів Фур'є для формалізації структури фінансового ринку України / С. Козьменко, С. Леонов, Т. Васильєва // *Економіст*. – 2011. – № 2. – С. 15-19.
10. Корнеєв В. Банкоцентрична основа фінансового ринку України / В. Корнеєв // *Економіка України*. – 2008. – № 9. – С. 18–26.
11. Корнеєв В. В. Кредитні та інвестиційні потоки капіталу на фінансових ринках: монографія. / Корнеєв В. В. – К. : НДФІ, 2003. – 376 с.
12. Корнеєв В. В. Фінансові посередники як інститути розвитку : монографія / В. В. Корнеєв. – К. : Основа. – 2007. – 192 с.
13. Кублікова Т. Аналіз моделей фінансових систем : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=32200
14. Леонов С. В. Інвестиційний потенціал банківської системи України: монографія / С. В. Леонов. – Суми : УАБС НБУ, 2009. – 375 с.
15. Лукашевич В. М. Глобалистика : [учеб. пособие] / В. М. Лукашевич. – [3-е издание, переработанное и дополненное]. – Львов : Новий Світ-2000, 2006. – 540 с.
16. Лютий І. О. Новітні тенденції розвитку фінансової системи держави / І. О. Лютий // *Фінанси України*. – 2004. – № 5. – С. 24-29.
17. Пилипів В. В. Методологічні аспекти визначення фінансового простору / В. В. Пилипів // *Продуктивні сили України*. — 2009. — № 1. — С. 44-55.
18. Питання функціонування та вдосконалення інфраструктури фондового ринку України : [інформаційно-аналітичні матеріали] / [за ред. О. І. Кіреєва, М. М. Шаповалової, Н. І. Гребеник]. – К. : Центр наукових досліджень НБУ, 2005. – 132 с.
19. Романенко О. Р. Фінанси : підручник О. Р. Романенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 312 с.
20. Сорос Дж. Новая глобальная финансовая архитектура / Дж. Сорос // *Вопросы экономики*. – 2000. – № 12. – С. 60-64.
21. Стукало Н. В. Оцінювання стану розвитку фінансової глобалізації: особливості для України. / Стукало Н. В. – 2006. – С. 81-100.
22. Трансформаційна економіка : навч. посіб. / [В. С. Савчук, Ю. К. Зайцев, І. Й. Малий та ін.; за ред. В. С. Савчука, Ю. К. Зайцева]. – К. : КНЕУ, 2006. – 612 с.
23. Трунин П. В. Исламская финансовая система: современное состояние и перспективы развития : науч. изд. / П. Трунин, М. Каменских, М. Муфтахетдинова. – М. : ИЭПП, 2009. – 88 с. – (Научные труды / Ин-т экономики переходного периода; № 122Р).
24. Beck T, Demircuc-Kunt A., Levine R., Maksimovic V. Financial Structure and Economic Development: Firm, Industry, and Country Evidence. June 14, 2000. World Bank, mimeo : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>.
25. Boyd J. H. The Co-Evolution of the Real and Financial Sectors in the Growth Process / J. H. Boyd, B. D. Smith // *World Bank Economic Review*. – № 10. – P. 371–396.
26. Gercshenkron A. Economic Backwardness in Historical Perspective. – Cambridge Mass.: Harvard University Press. – 1962.
27. McConnel Campbel R., Brue, Stanly L. Economics / Principles, Problems, and Politics. – Thirteen edition. – McCraw Hill, 1996. – 825 p.
28. Popov V. Economies: Anglo-American Versus German-Japanese Model / V. Popov // *Universität Kaiserslautern*, 1998. – 41 p.
29. Rajan R., Zingales L. Banks and markets: changing character European finance// national bureau economic research Working Paper 9595 March 2003. P. 23 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nber.org>.

ТРАНСФОРМАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА КРАЇН ЄС

В статті розглядаються основні тенденції розвитку вітчизняної і європейської роздрібної торгівлі, а також запропонована низка рекомендацій щодо стратегії і тактики розвитку українського ретейлу

Ключові слова: роздрібна торгівля, ретейл-оператор, формати торгівлі.

Antonyuk Y., Antonyuk H.

TRANSFORMATION OF UKRAINIAN AND EUROPEAN UNION COUNTRIES RETAIL

The article examines the main trends in development of domestic and European retail, proposed a number of recommendations on the strategy and tactics of Ukrainian retail development

Keywords: retail, retail operator, retail formats.

Вступ. В умовах європейського напрямку стратегічного розвитку української економіки важливе значення має перспектива вітчизняної роздрібної торгівлі. Остання як малокапіталоємна галузь піддається швидким змінам і вже сьогодні відповідає, в основному, європейським і світовим стандартам. Її завданням на сучасному етапі надзвичайно швидко здійснити структурну, форматну, технологічну і управлінську перебудову на базі найкращого світового досвіду і особливостей і вимог українського споживача.

Аналіз публікацій. Проблема порівняльного розвитку вітчизняної і європейської торгівлі присвячено ряд досліджень. Серед науковців, які досліджують цю проблему в монографічному плані є В. Андрійчук, А. Виноградська, Л. Лігоненко, А. Мокій, В. Апопій, а також ряд досліджень міжнародними консалтинговими фірмами. В роботах цих авторів показуються основні напрями розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі, визначається її місце в торгівлі провідних європейських країн. Основним висновком за результатами досліджень є однаковий класичний підхід стратегії і індивідуальна тактика розвитку роздрібної торгівлі в залежності від впливу зовнішніх внутрішніх факторів.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є порівняльний аналіз розвитку основних параметрів вітчизняної роздрібної торгівлі з торгівлею в Європі. В статті визначені основні тенденції, які повинні бути враховані українськими ретейлерами, а також розроблена низка рекомендацій щодо стратегії і тактики їхньої діяльності в умовах інтернаціоналізації.

Виклад основного матеріалу. Трансформація вітчизняної роздрібної торгівлі та європейських держав дозволяє визначити реальні стратегічні орієнтири для подальшого зростання цієї галузі. Аналіз найновіших досліджень з зазначеної проблематики свідчить про наявність спільних та відмінних тенденцій, притаманних вітчизняній та європейській роздрібній торгівлі.

В Україні протягом 2010-2012 рр. поступово збільшується питома вага операторів найбільших роздрібних мереж, які на сьогодні займають 55-60% ринку роздрібної торгівлі [5].

Тенденція зростання частки найбільших торгових мереж в Україні продовжується і в даний час. На основі підрахунків, зроблених Ліга-Бізнес Інформ, десятка найбільших торгових мереж відкрила в 2012 році 208 магазинів, в порівнянні з 246 – в 2011 році. Найбільше (120 магазинів) на власний рахунок записала компанія АТБ, другою стала Fozzy Group (31 магазин).

В той же час, незважаючи на відносно позитивну динаміку, яка спостерігається у секторі роздрібної торгівлі, більшість потенційних інвесторів зайняли вичікувальну позицію щодо входження на роздрібний ринок України. Це спричинено зниженням привабливості українського ринку в цілому через збереження високих внутрішніх і зовнішніх ризиків.

Як відзначають експерти, суттєвими факторами, що стримують активну експансію великих міжнародних ретейл-операторів є порівняно низький рівень доходів населення, складний інвестиційний клімат, істотні проблеми з отриманням землі і реалізацію дивелоперських проєктів, дефіцит професійних торговельних приміщень і високі орендні ставки на них. Тому іноземні ретейлери не готові працювати з усіма перерахованими складнощами, вважають за краще працювати з більш стабільними відносно новими ринками Польщі, Росії, Чехії. Деякі оператори зменшують кількість торгових об'єктів в Україні і обрали навіть не європейський простір. Згідно оцінок експертів А. Т. Кеарнеу у 2012 р. Україна в черговий раз навіть не увійшла до списку тридцяти найбільш перспективних країн світу з розвитку сектора роздрібної торгівлі. Цей список очолили Бразилія, Індія, Китай, Чилі та Уругвай [5].

Важливе значення в організації торгівлі має монополія основних операторів на території країни, що засвідчує про концентрацію мережі, єдиний

стиль управління і технології в обслуговуванні населення, можливості застосування інновацій в торгівлі. На рис. 1 відображена частка 10 найбільших мереж роздрібної торгівлі в країнах Східної і Центральної Європи в 2011 році. З графіку видно, що у Словенії рівень монополії ТОП-10 торгових мереж складає 99%, в Угорщині і Словаччині по 88%.

Серед наведених країн замикає список Україна з часткою найбільших торгових мереж - 50%. Це

об'єднати під своїм крилом більше 70 магазинів і 5 роздрібних брендів («Фуршет», «Арсен», «Союз», «Квартал» і Fresh-market).

Великі іноземні інвестори через економічну кризу, для виключення внутрішніх і зовнішніх ризиків зайняли вичікувальну позицію щодо участі в розвитку українського ретейлу, а в деяких випадках навпаки скорочують власну мережу (наприклад торгова компанія Метро).

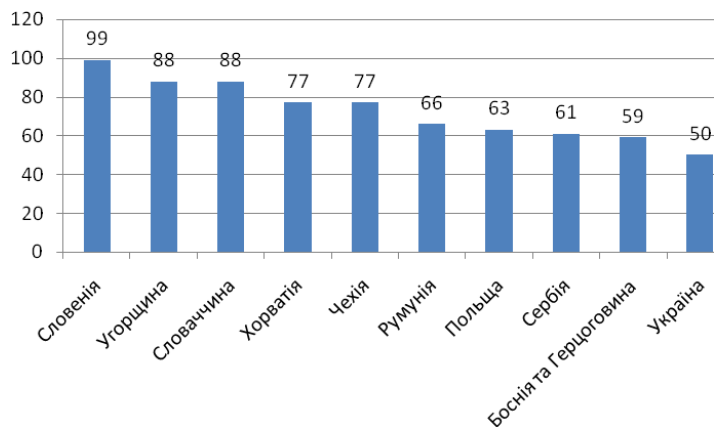


Рис. 1. Частка 10 найбільших мереж роздрібної торгівлі на внутрішньому ринку, %

Джерело: [2]

пояснюється тим, що в Україні переважають невеликі національні оператори, яких є більше 50 і для їх розвитку поки що є мало характерним поглинання одних мереж більш успішними. Останніми роками до великих ретейлерів України приєдналась в 2009 році тільки компанія «Євротек», яка зуміла завдяки декільком успішно реалізованим в останні два роки угодам М&А (злиття та поглинання)

Важливу роль у формуванні сучасних форматів торгівлі відіграють оператори, що здійснюють торгівлю продовольчими товарами. Аналіз статистичного матеріалу показав, що в різних європейських країнах використовуються для цього різні структура операторів (рис.2).

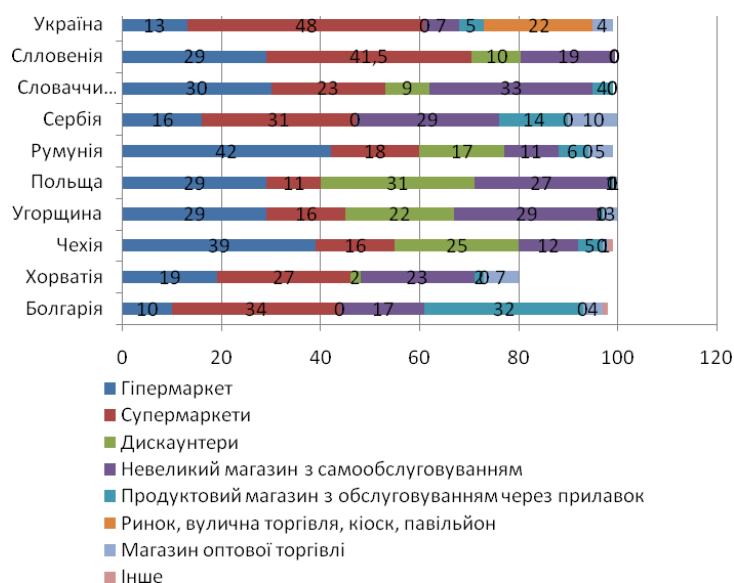


Рис 2. Основне місце покупок продовольчих товарів, 2009 р.

Джерело: [2]

Основну частку в покупці продовольчих товарів серед форматів торгівлі в Україні займають супермаркети. В таких магазинах здійснюється 48 відсотків покупок продовольства. Меншу перевагу вітчизняні покупці надають гіпермаркетам і домашнім магазинам. Характерно, що в Україні, покупка більше 10 відсотків продовольства здійснюється на ринках і підприємствах вуличної торгівлі. На відміну від України в Румунії і Чехії значна частка продажу продовольчих товарів здійснюється в гіпермаркетах. Гіпермаркети, які забезпечують широкий асортимент товарів за відносно низькими цінами, значно задовільняють потреби в продовольчих товарах в Польщі та Угорщині. Слід відмітити, що в Україні майже відсутні такі формати як дискаунтери, мета яких продавати товари за найнижчими цінами. Останні забезпечують значну частку покупок в Румунії, Польщі, Угорщині і Чехії. Слід зауважити, що в Болгарії, на відміну від інших країн, значна частка покупок робиться в продуктових магазинах через прилавок, які зовсім відсутні у Словенії і Польщі.

2006-2011 роки. Графіки показують, що визначальним в динаміці товарообороту є зміни в продажах продовольчих товарів. За досліджуваний період Україна зменшила загальний товарооборот в 2011 році в порівнянні з 2006 роком на 10,07%. Серед взятих нами для аналізу європейських країн гіршим як в Україні цей показник був в Угорщині та Іспанії.

Приріст загального роздрібно товарообороту спостерігався лише у Франції, Нідерландах, Польщі та Бельгії.

Позитивну тенденцію в динаміці товарообороту за рахунок збільшення товарообігу з продовольчих товарів мають Німеччина, Великобританія, Австрія.

Темпи зниження товарообороту з продовольчих товарів в Україні за 2006-2011 роки склав 7,74%. Аналіз показників, що характеризують зміни в роздрібному товарообороті, які приведені на згаданих вище графіках, дозволяє зробити висновок, що у всіх країнах зменшився товарооборот по непродовольчих товарах.

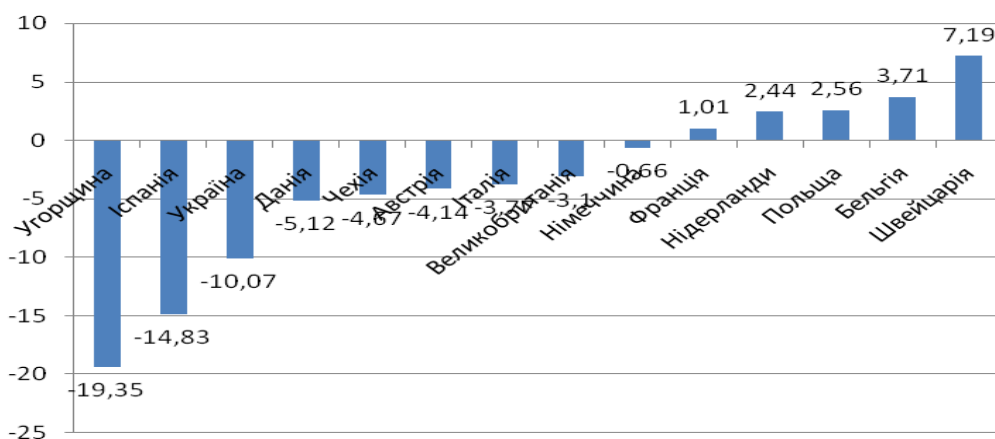


Рис 3. Ріст роздрібно торгівлі, 2006-2011 рр., %

Крім зміни фізичних показників роздрібно товарообороту заслуговує на науковий інтерес динаміка темпів зростання цього показника за останні роки в цілому і по продовольчих товарах зокрема. На рис. 3-4 показані зміни в товарообороті в основних країнах Євро спільноти і України за

Продаж непродовольчих товарів в 2011 році в розрізі окремих Європейських країн і окремих товарних груп показаний в табл. 1 Україна серед 14 Європейських країн за обсягом товарообігу непродовольчих товарів займає 11 місце і цей показник складає 24270 млн. дол. США.

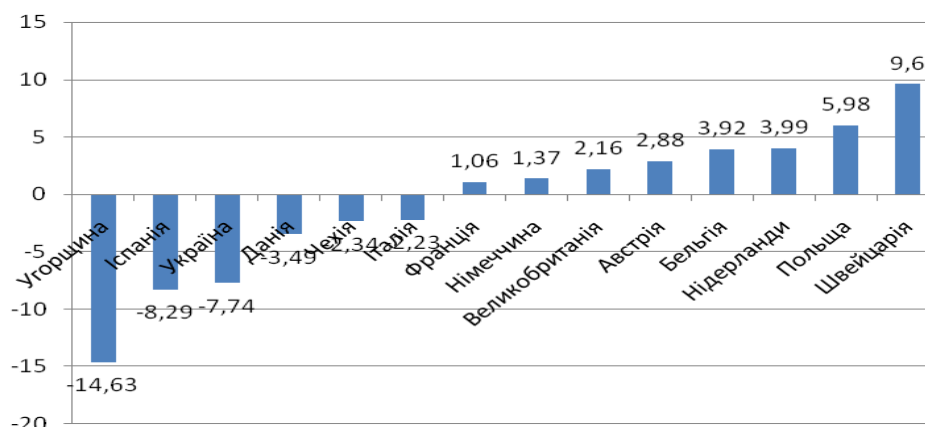


Рис 4. Ріст роздрібно торгівлі продовольчими товарами, 2006-2011 рр., %

Джерело: [2]

Продаж непродовольчих товарів 2011, млн. дол. США

Країна	різне	краса і здоров'я	одяг і взуття	дім і сад	електроніка	предмети розкошу	інші	загалом
Австрія	319	7303,2	7093,7	18465,6	5187,4	6444,4	2806,6	47619,9
Бельгія	1851,6	9974	10727,5	10203,7	6636,3	7535,8	2202,8	49131,6
Чехія	2893,8	4196,7	1857	4600,2	1797,2	2223,1	1817,4	19385,4
Данія	1069	3361,1	4658,2	4846,2	2067,5	2895,3	360	19257,3
Франція	11031,4	62874	36578,1	52652	23374,1	41314,4	5745,3	233569,4
Німеччина	12990,1	85161,9	41281,4	62315,3	28240,6	34155,2	1130,5	265275
Угорщина	1057,7	4163,2	1387,7	1768	1000,7	2579,9	1367,4	13324,5
Італія	4679,2	52375,1	53632,4	53414,6	13017,4	30177,5	25663,8	232960
Нідерланди	6409,2	13296	10392,6	19115,1	6164,2	10539,2	3144,9	69061,2
Польща	1261	9759,4	6521,9	8351,2	5626,2	7131,4	2106,4	40757,6
Іспанія	15304,5	26012,3	25677,1	22651,2	8937,2	31560,9	4025,8	134168,9
Швейцарія	5774,9	8186,1	10237,4	6609,2	4446,4	7004,4	8729,5	50987,9
Україна	194	3691,2	4947	3889,1	2485,3	1704,2	7359,4	24270,3
Великобританія	41612,8	26390,2	67242,2	40535,2	24534,6	40315	9149,5	249779,6

Джерело: [2]

Такі невеликі за площею і чисельністю населення країни, як Чехія, Данія і Угорщина мають показники нижчі за Україну. Враховуючи виробничий потенціал це опосередковано говорить про занепад виробництва непродовольчих товарів в Україні. Крім того, значну частку в роздрібній реалізації займають ще імпортовані товари. Серед товарних груп найбільшу частку в Україні займають одяг і взуття – 4947 млн. дол США, а також товари для краси і здоров'я, для саду і дому відповідно 3691,2 і 3889,1 млн. дол. США.

Найбільший товарообіг з непродовольчих товарів спостерігається у Великобританії – 249779,6 млн. дол. США, Німеччині – 2652,75 та Італії - 232960 млн. дол. США.

Внутрішньогрупова структура непродовольчого асортименту в кожній країні інша. В Німеччині, наприклад більше 30% в товарообороті країни складають товари для догляду за красою і здоров'ям і майже четверту частку в об'ємах продаж займають товари для дому і саду (Praktiker). У Великобританії 27% від загальної виручки в країні займають одяг та взуття. В Італії товарооборот приблизно рівномірно розподілений між такими товарними групами як товари для догляду за красою і здоров'ям, для дому і саду та одяг і взуття.

Товари з електроніки найбільшу частку займають в товарообороті Німеччини, Франції і Великобританії, а предмети розкошу переважають у Іспанії – майже 24%.

Таким чином Україна, яка за кількістю населення, площею, за виробничими можливостями серед європейських країн має значні переваги в розвитку товарообороту непродовольчими товарами,

зокрема, власного виробництва, не використовує свої можливості і тому займає незначну частку в реалізації непродовольчих товарів. У решті країнах, відображених в табл. 4 товарооборот з непродовольчих товарів складає від 400 до 600 млн. дол. США.

На сучасному етапі розвитку ринку спільною рисою як для вітчизняного так і європейського ретейлу є перехід операторів на нові формати організації торгівлі, а також якісний ріст галузі (удосконалення та збільшення спектру послуг, сервісів орієнтованих на попит споживачів), що пов'язано із змінами в чисельності працюючих в галузі.

Дослідження динаміки чисельності зайнятих в роздрібній торгівлі ЄС показує, що Україна за кількістю працюючих займає таку ж частку як в більшості Європейських країн. Зокрема в 2011 році цей показник в Україні склав 7,77 % і був приблизно таким як у Франції, Німеччині, Угорщині, Нідерландах, Чехії. Однак, слід зауважити, що в цих країнах чисельність працюючих в торгівлі за 2006-2011 рр. дещо знижується тоді як в Україні за цей час постійно зростає. Темп приросту складає 0,61%. Як показують дані табл. 2 більше як десяту частину від кількості зайнятих цей показник складає в Австрії, Великобританії і Польщі. Це найвищий показник в Європі, при цьому в перших двох країнах за період дослідження чисельність працюючих в галузі скорочується у той час, як в Польщі продовжує зростати на 1,18%. Найнижчою частка зайнятих в роздрібній торгівлі спостерігається в Данії і Бельгії (до 6%).

Кількість зайнятих у роздрібній торгівлі, %

Країна	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2011 до 2006
Австрія	11,57	11,7	11,23	11,34	10,77	10,12	-1,45
Бельгія	6,17	6,05	5,96	5,98	5,95	5,92	-0,25
Чехія	8,29	8,24	8,25	7,91	7,56	7,41	-0,88
Данія	4,55	4,74	4,87	5,05	5,21	5,26	0,71
Франція	7,19	7,23	7,28	7,32	7,2	7,17	-0,02
Німеччина	7,11	7,23	7,31	7,43	7,42	7,41	0,3
Угорщина	7,17	7,28	7,11	6,88	6,81	6,9	-0,27
Італія	9,13	9,11	9,08	9,04	8,83	8,7	-0,43
Нідерланди	7,66	7,51	7,39	7,3	7,69	7,49	-0,17
Польща	11,03	10,98	11,02	11,42	12	12,21	1,18
Іспанія	9,13	9,06	9,64	10,05	9,63	9,18	0,05
Швейцарія	7,8	7,75	7,79	7,62	7,49	7,34	-0,46
Україна	7,16	7,52	7,6	7,56	7,59	7,77	0,61
Великобританія	10,45	10,43	10,29	10,13	10,04	10,04	-0,41

Джерело: [2]

Така різноманітність в частці зайнятого населення викликана в першу чергу часткою роздрібної торгівлі у валовому продукті і у споживчих витратах (див. рис. 5-6). Як бачимо з рисунків, Україна займає найбільшу частку роздрібної торгівлі у ВВП (в 2011 р. -31,08%) і в споживчих витратах (47,3%). Такі перекося в структурі валового продукту пояснюються фінансовою кризою в економіці України, стримуванням власних та іноземних інвестицій в сферу агропромислового виробництва і зростанням у ВВП долі торговельних послуг. Як бачимо в більшості розвинених країн Європи, таких як Італія, Польща, Франція і Чехія цей показник знаходиться в межах 18,5-19,5%.

товарів і послуг. Так у 2012 р. порівняно з 2007 р. обсяги продажу товарів і послуг онлайн зросли в 2,2 рази (рис. 7).

Підсумовуючи зазначимо, що серед основних відмінностей між українським та європейським ринком роздрібної торгівлі варто виокремити такі:

1) Невисока частка національних операторів на ринку цивілізованої мережевої торгівлі. В Україні цей показник складає близько 25%, тоді як у Великобританії – 80%, Німеччині – 65%, Франції – 85% [5].

2) Поступове збільшення обсягів продажів продукції «private label» вітчизняними ретейлерами. Ціна на цю продукцію в середньому на 15% нижча

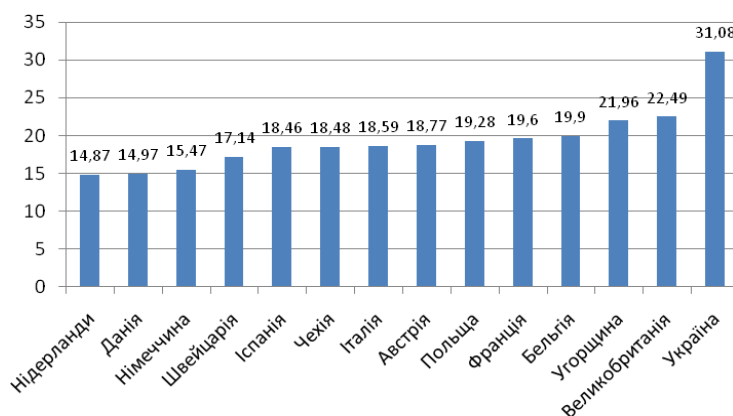


Рис. 5. Частка роздрібної торгівлі у ВВП, 2011 р.

Крім цього, як видно з рис. 6, витрати на покупку товарів в Україні займають майже половину споживчих видатків. У той же час в більшості країн Європи цей показник складає від 30 до 35%, що мав би послужити для нас орієнтиром.

Спільною тенденцією також є переміщення суттєвої кількості споживачів з традиційної «оффлайн» торгівлі до «он-лайн» каналів придбання

аналогів, при цьому її питома вага у загальному асортименті національних мереж залишається значно нижчою, ніж у європейських операторів. Наприклад Tesco продає продукцію аж під сімома власними торговими марками: Tesco Value, Tesco Finest, Tesco Organics, Tesco Healthy Living, Tesco Kids, Florence and Fred, Cherokee [5].

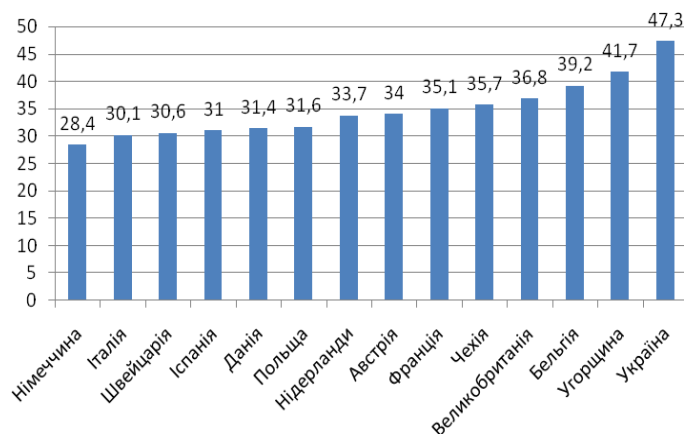


Рис. 6. Частка роздрібної торгівлі у споживчих витратах, 2011 р.

Джерело: [2]

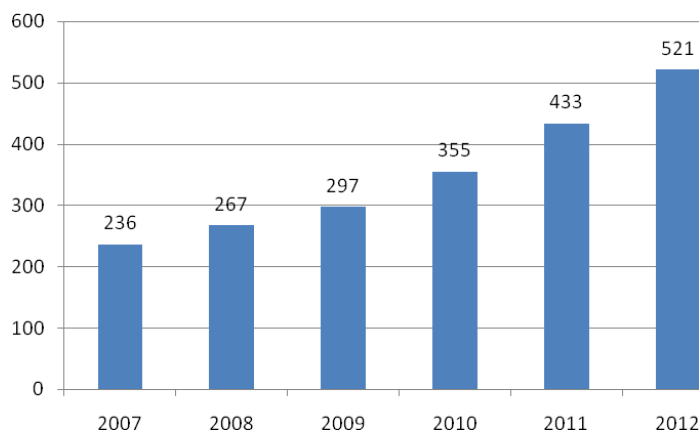


Рис. 7. Глобальна онлайн торгівля, обсяги продажу млрд. дол. США

Джерело: [6]

3) Частковий перехід європейських виробників і постачальників продукції на інші канали збуту продукції (дискаунтери, мінідискаунтери, магазини біля дому, лінійна роздрібна торгівля, традиційні ринки, виїзна торгівля). Низка підприємств активізували роботу зі створення власних мереж (фірмових магазинів).

4) Обмежений доступ вітчизняних операторів до кредитних ресурсів, необхідних для розвитку підприємств роздрібної торгівлі.

5) Суттєвий дефіцит якісних торговельних площ в Україні.

6) Невисока ефективність рекламних матеріалів. За результатами досліджень Shopping Monitor SSE 2012 60% респондентів в країнах Європи ознайомлюються з рекламними листівками, які вони отримують поштою від роздрібних мереж і роблять згідно з ними покупки, в Україні цей показник становить лише 9%.

7) Обмежений доступ до закордонних ринків. Вітчизняні мережі роздрібної торгівлі діють лише на внутрішньому ринку, тоді як європейським належить першість в освоєнні закордонних ринків, особливо це стосується французьких, британських і голландських мереж. Товарооборот за межами власної країни компаній «глобалістів» суттєво перевищує обсяги реалізації в країні походження. Так у Tesco цей показник складає 87% загального обсягу товарообороту.

8) Збереження позицій традиційних форматів роздрібної торгівлі. 22% українських споживачів все ще значною мірою надають перевагу у купівлі продовольчої продукції на ринку, тоді як серед європейських покупців цей відсоток значно нижчий.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Trends and strategies of the European retail [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cbi.eu/system/files/marketintel/Trends_and_strategies_EU_Retail.pdf

2. World retail data and statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.euromonitor.com/medialibrary/PDF/Book_WRDAS_Ed70.pdf

3. 2012 Global Retail Industry Trends [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.stores.org/stores%20magazine%20january%202012/2012-global-retail-industry-trends>

4. Муралі К. Мантрала Роздрібна торгівля у ХХІ столітті. Теперішні і майбутні тренди. / Муралі К. [пер. з англ.; під редакцією Л. Савицької]. – К.: Видавництво Олексія Капусти (підрозділ агенції «Стандарт»). – 2008. – 462 с.

5. Ринок роздрібної торгівлі України за 2012 р. Аналітичний огляд [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.credit-rating.ua/img/st_img/AS/2013/29.04.2013/Roznica_2012.pdf

6. The 2013 Global Retail E-Commerce Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.atkearney.com/documents/10192/3609951/Online+Retail+Is+Front+and+Center+in+the+Quest+for+Growth.pdf/f6693929-b2d6-459e-afaa-3a892adbf33e>

7. Annual Report on European SMEs [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm

НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.811:004.738.5

Березін О. В.

ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНКУ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Досліджено книжкову торгівлю як організатора книжкового ринку України, оцінено її сучасний стан. Виділено рівні використання Інтернет-технологій підприємствами книжкового бізнесу, запропоновано напрями вдосконалення системи реалізації книжкової продукції через мережу Інтернет.

Ключові слова: книжковий ринок, книжкова торгівля, електронна комерція, Інтернет-магазин

Berezin O.

USE OF INTERNET TECHNOLOGY AT THE MARKET OF BOOK PRODUCTION

Studied the book trade as the organizer of the book market of Ukraine is estimated her current state. Outlines the advantages and disadvantages of using E-book trade. High light the level of use of Internet technologies for the book business, suggested are as of improvement of the implementation books over the Internet.

Keywords: books market, books sales, e-commerce, e-shop

Вступ. Сучасний соціокультурний процес визначив основні напрями досліджень у сфері книжкової торгівлі, кожна зі складових якої спрямована на вивчення елементів “книга–споживач”, їхніх взаємозв’язків і взаємозалежностей. Вивчення потреб споживачів та їхнє задоволення було і залишається ключовим питанням видавництва, книготорговельних підприємств, бібліотек, з яким пов’язана проблема забезпечення комфортності та повноцінності обслуговування споживачів. Одним з критеріїв формування видавничих портфелів, пропозиції книготорговельних підприємств та бібліотечних фондів є забезпечення їхньої відповідності потребам суспільства. В епоху інформаційного суспільства, радикальних соціально-економічних перетворень важливим та необхідним є дослідження, аналіз, виявлення тенденцій застосування Інтернет-технологій на ринку книжкової продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу дослідження складають ідеї, підходи й концепції, викладені в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених у галузі економіки, книгознавства, соціальних комунікацій. Серед них праці О. Афоніна [1], Г. Глової, Л. Гурч, Я. Задвірного [4], О. Івашук, Г. Ключковської, І. Копистинської, Н. Кучиної, В. Лакизюк, М. Низового, А. Орловської [4], Н. Петрової, М. Сенченка, О. Сербіна, А. Соляник, М. Тимошика, Л. Швайки [7], Г. Швецової-Водки та ін. Досвід зарубіжних учених, що знайшов віддзеркалення в працях Е. Бейверстока, Я. Влодарчика, Г. Гордона, Л. Шацкіна й інших авторів, містить важливий матеріал для по-

шуку закономірностей і шляхів використання таких організаційно-управлінських технологій як Інтернет, логістика, франчайзинг з метою оптимізації функціонування системи реалізації книжкової продукції в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є викладення результатів дослідження стану та проблем застосування Інтернет-технологій на ринку книжкової продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Офіційна статистика роздрібного продажу книг в Україні не ведеться, тому оцінити виручку роздрібною книжковою торгівлю можна тільки експертним шляхом. У зв’язку з цим Українською асоціацією видавців та книгорозповсюджувачів (УАВК) було проведено опитування видавців. У результаті опитування було з’ясовано, що роздрібний продаж книг загалом становив близько 1,8 млрд. грн. у 2010 і 1,6 млрд. грн. у 2011 році. За попередніми прогнозними оцінками, загальний обсяг продажів у 2012 році зменшився порівняно з 2011 роком приблизно на 10% [1, с. 7].

УАВК оцінює структуру внутрішнього книжкового ринку країни таким чином:

- книги, видані в Україні українською, російською мовами та мовами національних меншин - 20–23%;
- книги, імпортовані з усіх країн, крім Росії - близько 5%;
- книги з Росії (імпортовані легально, контрабанда і піратське додрукування) - 73–75% [1, с. 7].

Наголосимо, що в різні роки частка вітчизняних видань на книжковому ринку України колива-

лась в межах від 5–7% до нинішніх 20–23%, однак, у минулі роки на ринку завжди превалювали книги російських видавництв [3, с. 45].

В Україні все більшого розвитку набуває реалізація книжкової продукції не у формі безпосереднього контакту продавця з покупцем. Контакт може бути опосередкований різними засобами зв'язку, що забезпечують доведення до покупців інформації щодо пропонуваного книготорговельними підприємствами книг та умов їх придбання. Основними засобами передачі такої інформації із пропозицією товарів є друковані та електронні каталоги. З друкованими каталогами працюють книжкові клуби і поштово-посилкові відділення видавництв, оптових підприємств і книгарень. За допомогою електронних каталогів, розміщених в Інтернет-мережі, здійснюють свою діяльність віртуальні книжкові магазини (Інтернет-магазини).

Сучасний електронний магазин являє собою web-сайт, на якому є каталог товарів і віртуальний «кошик» покупця, куди він ці товари збирає. Оплата товарів і послуг може здійснюватися за допомогою готівкових грошей або кредитної картки.

Варто виокремити наступні рівні використання можливостей Інтернету підприємствами у сфері книжкового бізнесу:

1) застосування Інтернету в якості засобу пошуку інформації та замовлення будь-яких товарів для потреб підприємства;

2) створення web-сайту підприємства з інформацією про нього і пропоновані ним товари (на цьому рівні покупцеві не надається можливість замовлення та оплати товарів);

3) використання Інтернету в якості одного з логістичних каналів просування товару на додаток до основних каналів розподілу (на цьому рівні структура основного бізнесу підприємства зберігається, а Інтернет дозволяє підвищити його ефективність шляхом підвищення привабливості підприємства для споживачів; підвищення ефективності реклами товарів за рахунок оперативного поширення інформації про події на книжковому ринку та новинки пропозиції книжкової продукції; залучення нових покупців);

4) виділення Інтернет-підрозділу у самостійний бізнес (як приклад самостійних Інтернет-магазинів можна навести «Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля»», «Книгарня С», «Yakabo» тощо) [5, с. 72].

При опосередкованому контакті покупець і продавець розділені в просторі та часі. Слід наголосити на перевагах таких контактів. Це дає можливість покупцеві не витрачати час на відвідування торговельного об'єкта, а вибрати товар (книгу) і зробити замовлення вдома в зручний для нього час. Важливе значення мають зазначені форми реалізації книжкової продукції для тих покупців, які проживають в місцях, де немає стаціонарних книгарень або асортимент їх пропозиції обмежений.

Оскільки покупець вибирає книги на основі каталогу, то успіх і результативність реалізації продукції багато в чому залежать від якості його складання. Не менш важливими факторами є швидкість і гарантованість виконання замовлень, вартість придбаних товарів з урахуванням їх доставки.

Процес розвитку Інтернет-магазину можна прослідкувати на прикладі дистрибуційного центру ком-

панії «Книжковий Клуб «Клуб сімейного дозвілля», який належить Direct Group Bertelsmann міжнародного медіа-холдингу і перебуває на ринку України дев'ять років. За час роботи у книжковому бізнесі вона розвивалася та вдосконалювала бізнес-процеси, що дозволило компанії «Клуб сімейного дозвілля» стати одним з лідерів на українському ринку друкованої продукції. Вона випускає книжкову продукцію у великому спектрі напрямків: від художньої літератури до різноманітних довідників і poradників. Компанія самостійно організує збут своєї продукції по трьох головних каналах: поштою, через мережу Інтернет, через власну мережу магазинів у різних містах України. Крім того, частково продукція клубу продається в книгарнях великих міст.

Традиційно діяльність компанії починалася з поштових продажів, орієнтація на них збереглася й зараз; саме від цього виду продажів компанія отримує найбільший прибуток. Водночас, такий спосіб продажу книжкової продукції має ряд недоліків: високі витрати на поштову пересилку замовлених товарів, покладені на споживача, негативно позначаються на обсягах продажів, так само, як і затримки в часі при пересилці. Перевагою даного виду продажів для покупців є відсутність необхідності відвідувати торговельне підприємство при бажанні придбати книгу і можливість робити вибір у спокійній домашній обстановці. Покупців приваблює можливість зручного і швидкого вибору та порівняння товарів, пропонованих торговельними підприємствами, практично по всьому світу з екрану комп'ютера. Вони можуть легко отримати те, що вони хочуть, а не те, що є в торговій залі магазину. Натомість, перевагами покупки в стаціонарному магазині є миттєвість одержання замовлення та можливість детально розглянути й самостійно ознайомитися зі змістом книги або іншого товару.

Таким чином, компанія «Клуб сімейного дозвілля» займається поштовими, магазинними й Інтернет-продажами книжкової продукції населенню України. При цьому основна маса покупців зосереджена у великих містах, у деяких з яких перебувають і «клубні» магазини.

Особливий інтерес для розуміння привабливості Інтернет-магазинів для потенційних покупців книжкової продукції являють результати їх опитувань. Переважна більшість (40%) респондентів відзначили таку характеристику, як «порівняно низькі ціни» в якості найбільш привабливої риси Інтернет-магазину. Близько третини респондентів (33%) відзначили високу якість обслуговування. За зручне розташування, як за найбільш привабливу характеристику існуючого магазину «Клубу», висловилося всього 27% опитаних [6]. Отримання замовлення поштою найбільш зручним вважають 15% споживачів у віці до 25 років і 25% споживачів у віці від 26 до 60 років. Незручними поштової покупки вважають лише 2% респондентів кожної вікової категорії, хоча не завжди вони є зручними для людей у віці від 41 до 60 років. Це можна пояснити бажанням споживачів старшого віку бути впевненими в тому, що вони купують вибраний товар і в тому, що це відповідає їхнім потребам, а також тим, що потреби споживачів молодшого віку більш різноманітні [6].

Особливістю Інтернет-продажів і продажів поштою є те, що процеси продажу і купівлі розділені в часі. Продаж в Інтернет-магазині відбувається відразу ж після вибору покупцем товару, а купівля здійснюється лише тоді, коли покупець отримує товар. Саме це і стримує швидкий розвиток Інтернет-торгівлі.

Як і в реальних магазинах, у віртуальних, незважаючи на важливість інформаційних потоків, основним логістичним потоком залишається товарний, а основними логістичними процесами є приймання та виконання замовлень покупців. При цьому якість виконання замовлення (надійність, швидкість і т. д.) стає основною конкурентною перевагою Інтернет-магазину: багато підприємств можуть створити сайт та розмістити на ньому достатньо великий каталог видань та пропозиції книг, однак, не всі з них можуть гарантувати швидке, якісне і дешеве виконання замовлень покупців. При цьому покупцеві не важливо, де знаходиться продавець, якщо його задовольняють ціна і якість товару, а продавцеві теж неважливо, де замовник. Інтернет-магазин може вести бізнес без фізичної присутності на ринку, якщо, залучаючи партнерів, організовує постачання і сервісне обслуговування товару [2, с. 45]. Таким чином, логістична система Інтернет-магазину функціонує у відповідності до замовлень покупців.

Серйозною перевагою електронної торгівлі є можливість мінімізації товарних запасів. Проте наголосимо: скорочення запасів можна досягти тільки в результаті чіткої взаємодії всіх ланок логістичного ланцюга: виробників, посередників, продавців. Інтернет-технології забезпечують взаємну інформаційну прозорість логістичної діяльності учасників ланцюга щодо наявності запасів, обсягів продажів, терміну поставок, цін, якості товарів і т. д. Тісні взаємини з партнерами, постачання точно в строк, мінімізація запасів, найкоротші терміни виконання замовлень покупців при високій якості, надання додаткових логістичних послуг – ось основні тенденції розвитку будь-якої функціональної області логістики в книжковій справі, незалежно від способу надходження інформації про товари до покупців [2, с. 45].

Таким чином, використання можливостей Інтернет-мережі дозволяє віртуальним книгарням працювати цілодобово без участі продавця, забезпечує продаж товарів без посередників, за нижчими цінами, ніж в стаціонарній торговельній мережі. Інтернет-технології дозволяють скоротити витрати, пов'язані з реалізацією книжкової продукції, її рекламою, значно розширити географію збуту і, в кінцевому підсумку, збільшити обсяг товарообороту і чисельність покупців.

Висновки. Вивчення особливостей розвитку Інтернет-торгівлі дозволяє виділити наступні напрями її вдосконалення:

- 1) раціоналізація цінової політики;
- 2) максимальна деталізація інформації про позицію книг: повний бібліографічний опис, фотографії обкладинки, окремих ілюстрацій і т. д.;
- 3) розміщення відгуків на книгу, опублікованих у пресі, отриманих від відомих людей, експертів, видавців;

4) інтерактивність віртуальної книготоргівлі, що дозволяє споживачу не лише отримати повну інформацію про книгу, а й висловити про неї свою думку, прийняти участь у вільній дискусії відвідувачів сайту;

5) організація прямого спілкування автора і читачів, проведення Інтернет-конференцій;

6) надання додаткових послуг (як правило, безкоштовних): розміщення оголошень про продаж чи обмін книг; проведення конкурсів та вікторин з призами тощо;

7) формування лояльності покупців шляхом введення пільг в оплаті покупок для постійних покупців та активних учасників обговорень книг.

Становлення України як європейської держави, населення якої потребує якісної книжкової продукції, зростання потреби українського суспільства в системі реалізації книжкової продукції, здатної на високому рівні повно й оперативно їх задовольнити в даний час і в даному місці вимагає розвитку електронної комерції в Україні як цілісної системи із зовнішніми та внутрішніми взаємозв'язками. Серед зовнішніх факторів, що впливають на розвиток книжкової торгівлі в Інтернет-мережі, можна виділити: законодавчу базу, політичну та соціально-економічну ситуацію в державі, стан і рівень розвитку науки, освіти, культури тощо. Внутрішніми факторами впливу є: техніко-технологічні зміни, які забезпечують комп'ютеризацію процесів на всіх етапах розповсюдження книжкової продукції; організаційно-управлінські трансформації, які передбачають розвиток нових каналів, форм і засобів книгрозповсюдження та використання сучасних організаційних технологій, спрямованих на оптимізацію управління, зокрема, маркетингу, логістики, франчайзингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афонін О. В. Українська книга 2011: рух по східках вниз / О. Афонін // Вісник книжкової палати. – 2012. – № 3. – С. 6-8.
2. Гресь А. М. Проблеми організації доставки товарів та послуг в електронній торгівлі / Гресь А. М. // Наука молода.– Тернопіль : ТАНГ, 2003. – № 1. – С. 44-48.
3. Григорова З. Добре забуте старе? (ще раз про книжкову торгівлю в Україні) / З. Григорова, Ж. Ковба, О. Барзилович // Вісник книжкової палати. – 2010. – № 1. – С. 7-11.
4. Задвірний Я. Використання можливостей електронної комерції у процесі ведення бізнесу / Я. Задвірний, А. Орловська // Формування ринкової економіки в Україні. – 2008. – № 18. – С. 70-75.
5. Луків Т. Книгарня вашої мрії / Т. Луків // Книжковий огляд. – 2001. – № 4. – С. 33.
6. Книжкова торгівля та шляхи її розвитку за даними підприємства [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://e-works.com.ua/work/4740_Knijkova_torgivlya_ta_shlyahi_ii_rozvitku_za_danimi_pidpriemstva.html (дата звернення 20 листопада 2013). – Назва з екрана.
7. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва : монографія / Швайка Л. А. – Львів : УАД, 2005. – 432 с.

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ В ФУНКЦІОНУВАННІ ЕКОНОМІКИ ДЕРЖАВИ

Висвітлено сутність валютного ринку України, охарактеризовано необхідність та значення валютних ринків в економіці країни. Прокоментовано структуру, та необхідність суб'єктів валютного ринку України.

Ключові слова: валютний ринок, міжнародні розрахунки, валютні ризики, валютні резерви, страхування валютних і кредитних ризиків, курси валют, кореспондентський рахунок, валютна інтервенція, резидент, нерезидент.

Babiychuck T.

A ROLE AND VALUE OF CURRENCY MARKET ARE IN FUNCTIONING OF ECONOMY OF THE STATE

Essence of currency market of Ukraine is reflected, anecessity and value of currency markets are described forthe economy of country. Commented on a structure, andnecessity subects of currency roar of Ukraine.

Keywords: currency market, international calculations, currency risks, currency backlogs, insurances of currencyand credit risks, courses of currencies, correspondent account, currency intervention, resident, non-resident.

Вступ. З врахуванням інтегрованості сучасної світової економіки, стає поширеною співпраця між суб'єктами господарювання різних держав. Важливим елементом у здійсненні зовнішньоекономічних договорів є взаєморозрахунки між сторонами – резидентами різних країн, які прийнято називати міжнародними розрахунками. Тому моменти ,пов'язані з технологією їх здійснення, форми і засоби розрахунків, особливості організації міжнародного кредитування, банківські гарантії та поручительства, методи управління ризиками, є актуальною проблемою сьогодення.

Розбудова в Україні відкритої ринкової економіки, її інтеграція у світовий економічний простір, автоматично передбачають вихід більшості суб'єктів підприємництва на світовий ринок, їхню активну участь у міжнародних розрахунках та діяльність на світових валютних ринках. Безперерійні розрахунки з іноземними партнерами, купівля чи продаж іноземної валюти стали повсякденною практикою для підприємств та організацій, учасників міжнародних розрахунків. В перспективі, ця діяльність стане ще активнішою та актуальнішою, в міру розвитку валютного ринку і розширення його можливостей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню теоретичних та методологічних засад, розробці практичних аспектів функціонування валютних ринків присвячено наукові праці відомих зарубіжних учених: Дж. Вільямсона, Дж. М. Кейнса, Р. Манделла, П. Самуельсона та ін. У вітчизняній економічній літературі ці проблеми відображені у працях С. Боринця, І. Бураковського, Ф. Журавки, В. Міщенко, О. Плотнікова та ін.

Відаючи належне дослідникам та не применшуючи значущості отриманих ними наукових результатів, сьогодні ще недостатньо розкриті проблемні аспекти функціонування валютного ринку в сучасних умовах.

Постановка завдання. Мета статті полягає у висвітленні сучасного стану та проблемних аспектів функціонування валютного ринку України, ризиків, з якими стикаються учасники валютного ринку при здійсненні валютних операцій та зміні валютного курсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останні події в світі демонструють важливість впливу валютної сфери на економіку. Розвиток кризи в світовому масштабі показав наскільки тісно переплітається валютна та фінансова сфера, наскільки важливими можуть бути процеси, що відбуваються в них, наскільки глобальним може бути їх вплив на основні сфери економічної діяльності [2].

В сучасних умовах з'являється необхідність проведення узгоджених дій, координації економічної, зокрема валютно-кредитної і фінансової, політики держав. Звідси спроби знайти оптимальне поєднання ринкових механізмів, національного і міжнародного регулювання.

Валютний ринок у широкому розумінні – це сфера зовнішньоекономічних відносин, які проявляються при здійсненні операцій купівлі-продажу іноземної валюти та цінних паперів в іноземній валюті, експортно-імпортних операцій між резидентами та нерезидентами, а також операцій з інвестування валютного капіталу та залучення і розміщення вільних валютних коштів. Це сукупність комерційних і центральних банків, бірж, брокерсь-

ких фірм, корпорацій (особливо транснаціональних), міжнародних валютно-кредитних і фінансових організацій. Це офіційні центри, де відбувається купівля-продаж іноземних валют на основі попиту та пропозиції. Вони обслуговують міжнародний платіжний обіг, пов'язаний з оплатою грошових зобов'язань юридичних або фізичних осіб різних країн.[1]

Функціями валютних ринків є:

- забезпечення своєчасності здійснення міжнародних розрахунків, страхування валютних ризиків;
- диверсифікація валютних резервів банків, підприємств, держав, регулювання валютних курсів;
- страхування валютних і кредитних ризиків;
- взаємозв'язок світових валютних, кредитних і фінансових ринків;
- отримання спекулятивного прибутку учасниками ринку у вигляді різниці курсів валют;
- регулювання економіки.

Основні особливості сучасних валютних ринків:

- посилення інтернаціоналізації валютних ринків на базі інтернаціоналізації господарських зв'язків;
- широке використання електронних засобів зв'язку і здійснення операцій і розрахунків їх каналами;
- операції здійснюються безперервно протягом доби по черзі в різних країнах світу;

- техніка валютних операцій уніфікована та ґрунтується на записках на кореспондентських рахунках банків;

- широкий розвиток операцій з метою страхування валютних та кредитних ризиків;
- спекулятивні та арбітражні операції набагато перевершують комерційні валютні операції;
- нестабільність курсів валют;
- високий ступінь довіри;
- децентралізований характер здійснення валютних операцій.

Система взаємовідносин на валютному ринку (рис. 1):

- між комерційними банками та їх клієнтами;
 - між комерційними банками однієї й тієї ж країни;
 - між комерційними банками різних країн;
 - між комерційними та центральними емісійними банками;
 - між центральними емісійними банками.
- Учасниками валютного ринку України є [1,3]:
- Національний банк України.
 - Уповноважені банки та валютно-кредитні установи.

- Резиденти та нерезиденти, які здійснюють у встановленому НБУ порядку операції через уповноважені банки.

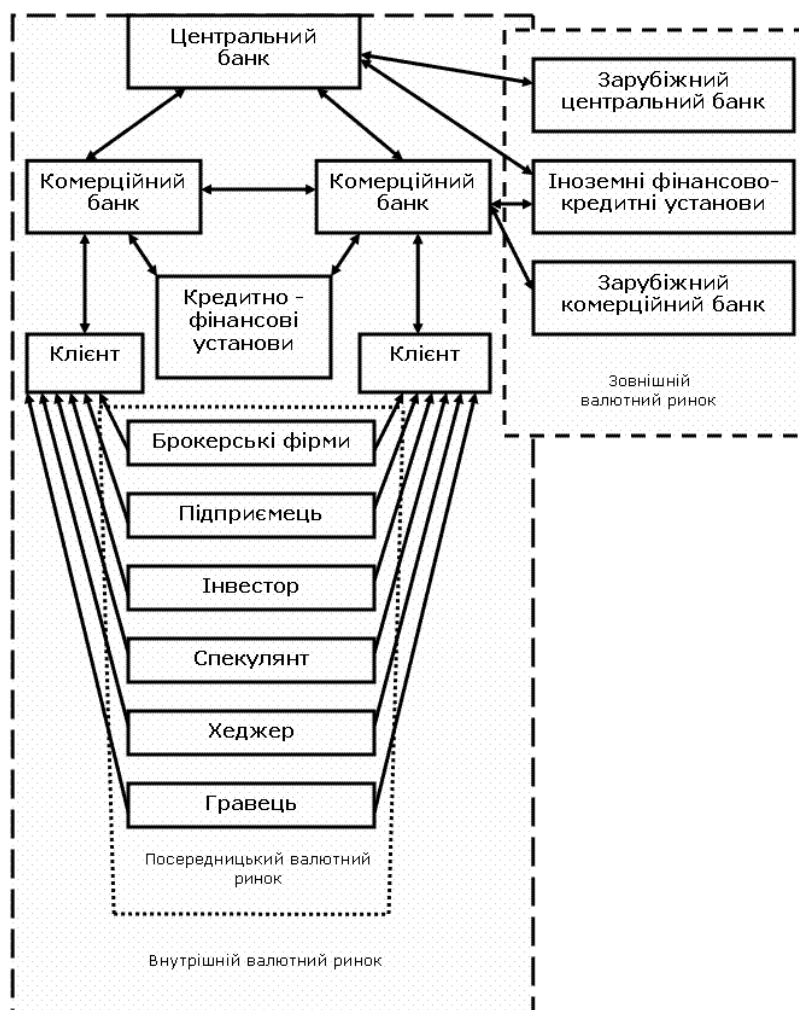


Рис. 1. Взаємовідносини учасників валютного ринку

1. Центральні банки виходять на валютний ринок з двох причин:

- з метою залучення іноземної валюти від імені свого уряду (наприклад, для поповнення федерального резерву);

- з метою створення впливу на валютний курс шляхом здійснення валютних інтервенцій.

Валютна інтервенція – це втручання центрального банку в операції на валютному ринку з метою впливу на курс національної валюти за допомогою купівлі-продажу іноземної валюти. В цілях підвищення курсу національної валюти центральний банк продає іноземну валюту, а для зниження курсу своєї валюти скуповує іноземну валюту в обмін на національну. Валютна інтервенція здійснюється за рахунок золотовалютних резервів країни або кредитів по міжбанківських угодах «своп».

2. Комерційні банки. Банки, яким надано право на проведення валютних операцій, називаються уповноваженими. В Україні це будь-який комерційний банк, офіційно зареєстрований на території країни, що має ліцензію Національного банку України на виконання валютних операцій, а також здійснює валютний контроль за операціями своїх клієнтів.

3. Фінансові установи (фонди хеджування, пенсійні фонди) — установи, які виступають на ринку через посередництво банків. Уповноваженими кредитно-фінансовими установами називаються ті, що отримали ліцензію НБУ на проведення валютних операцій (наприклад, Українська фінансова група, Кредитно-фінансова спілка та ін.).

4. Резиденти і нерезиденти.

Резиденти:

- фізичні особи (громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства), які мають постійне місце проживання на території України, у тому числі ті, що тимчасово перебувають за кордоном;

- юридичні особи, суб'єкти підприємницької діяльності, що не мають статусу юридичної особи (філії, представництва тощо), з місцезнаходженням на території України, які здійснюють свою діяльність на підставі законів України;

- дипломатичні, консульські, торговельні та інші офіційні представництва України за кордоном, які мають імунітет і дипломатичні привілеї, а також філії та представництва підприємств і організацій України за кордоном, що не здійснюють підприємницької діяльності.

Нерезиденти:

- фізичні особи (іноземні громадяни, громадяни України, особи без громадянства), які мають постійне місце проживання за межами України, в тому числі ті, що тимчасово перебувають на території України;

- юридичні особи, суб'єкти підприємницької діяльності, що не мають статусу юридичної особи (філії, представництва тощо), з місцезнаходженням за межами України, які створені й діють відповідно до законодавства іноземної держави, у тому числі юридичні особи та інші суб'єкти підприємницької діяльності з участю юридичних осіб та інших суб'єктів підприємницької діяльності України;

- розташовані на території України іноземні дипломатичні, консульські, торговельні та інші офіційні представництва, міжнародні організації та їх філії, що мають імунітет і дипломатичні привілеї, а також представництва інших організацій і фірм, які не здійснюють підприємницької діяльності на підставі законів України.

Сьогодні структура валютного ринку України включає два сегменти— міжбанківський ринок і ринок продажу готівки (рис. 2). Починаючи з 2000 р. НБУ проголосив політику плаваючого курсу, під яку було сформовано нині діючу структуру валютного ринку і систему здійснення валютних операцій.

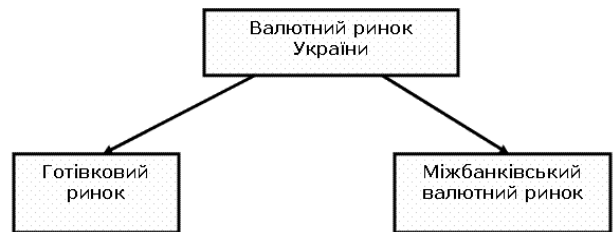


Рис. 2. Структура валютного ринку України

Ринок продажу готівки обслуговує готівковий оборот, і суб'єктами цього ринку є резиденти та нерезиденти, які купують валюту в обмінних пунктах безпосередньо.

Міжбанківський валютний ринок України – це сукупність відносин у сфері торгівлі іноземною валютою в Україні між суб'єктами ринку, між суб'єктами ринку та їх клієнтами (у тому числі банками-нерезидентами), а також між суб'єктами ринку і Національним банком (рис. 3).



Рис. 3. Схема міжбанківського валютного ринку України

Суб'єкти міжбанківського валютного ринку України:

- Національний банк України;

- уповноважені банки (комерційні банки, які отримали ліцензію Національного банку України на право здійснення операцій з валютними цінностями);

- уповноважені кредитно-фінансові установи (які отримали ліцензію Національного банку України на здійснення операцій з валютними цінностями);

- валютні біржі.

Головними виконавчими органами валютного регулювання є Національний банк України та Кабінету Міністрів України у сфері валютного регулювання [2].

Національний банк України у сфері валютного регулювання:

- здійснює валютну політику виходячи з принципів загальної економічної політики України;

- складає разом з Кабінетом Міністрів України платіжний баланс України;

- контролює дотримання затвердженого Верховною Радою України ліміту зовнішнього державного боргу України;

- визначає у разі необхідності ліміти заборгованості в іноземній валюті уповноважених банків нерезидентам;

- видає у межах, передбачених цим Декретом, обов'язкові для виконання нормативні акти щодо здійснення операцій на валютному ринку України;

- нагромаджує, зберігає і використовує резерви валютних цінностей для здійснення державної валютної політики;

- видає ліцензії на здійснення валютних операцій та приймає рішення про їх скасування;

- установлює способи визначення і використання валютних (обмінних) курсів іноземних валют, виражених у валюті України, курсів валютних цінностей, виражених у іноземній валюті або розрахункових (клірингових) одиницях;

- установлює за погодженням з Міністерством статистики України єдині форми обліку, звітності та документації про валютні операції, порядок контролю за їх достовірністю та своєчасним поданням;

- забезпечує публікацію банківських звітів про власні операції та операції уповноважених банків.

Кабінет Міністрів України у сфері валютного регулювання:

- визначає і подає на затвердження до Верховної Ради України ліміт зовнішнього державного боргу України;

- бере участь у складанні платіжного балансу України;

- забезпечує виконання бюджетної та податкової політики в частині, що стосується руху валютних цінностей;

- забезпечує формування і виступає розпорядником Державного валютного фонду України;

- визначає порядок використання надходжень у міжнародних розрахункових (клірингових) одиницях, які використовуються у торговельному обороті з іноземними державами, а також у неконвертованих іноземних валютах, які використовуються у не-торговельному обороті з іноземними державами на підставі положень міжнародних договорів України.

Розбудова повноцінного валютного ринку та ефективна організація валютних відносин в Україні визначаються необхідністю їх належного регулювання з боку держави. Одне з ключових місць у цьому процесі належить механізму реалізації валютної політики, що охоплює всі необхідні важелі впливу на валютні відносини і є одним із найважливіших елементів у загальній системі заходів щодо підтримання макроекономічної стабільності в країні, стимулювання економічного зростання та підвищення добробуту населення.

Валютна політика як одна з головних форм регулювання зовнішньоекономічних відносин набуває ключового значення у практичній реалізації державного впливу на перебіг усіх господарських

процесів з метою реалізації стратегії економічного розвитку та розбудови в Україні ефективно функціонуючого ринкового механізму.

Головним елементом валютної політики слід вважати валютне регулювання – діяльність держави та уповноважених нею органів, спрямована на регламентацію міжнародних розрахунків і порядку здійснення операцій з валютними цінностями.

Залежно від виду використовуваних державою у процесі валютного регулювання інструментів валютне регулювання може бути прямим або опосередкованим.

Пряме валютне регулювання полягає в корекції поведінки суб'єктів ринку через застосування обмежувачих законодавчих актів і втручання органів виконавчої влади. Опосередковане валютне регулювання полягає у використанні економічних, зокрема валютно-кредитних, методів впливу на поведінку економічних агентів ринку.

Переважання прямих чи опосередкованих засобів валютного регулювання визначають, таким чином, його характер – адміністративний або ліберальний.

В умовах сучасної світової кризи Національний банк України, як головний виконавчий орган валютного регулювання, використовує жорстке адміністративне валютне регулювання задля обмеження відтоку капіталів за кордон та паралельного підтримання пропозиції валюти на внутрішньому ринку.

Посилення важелів державного регулювання в Україні базується на зваженій та продуманій антикризовій стратегії валютно-фінансового регулювання, що з одного боку, враховує світовий досвід регулювання та специфіку поточної ситуації у світовому господарстві, а з іншого – пріоритети та особливості розвитку України.

Висновки. Отже, на основі вищевикладеного, можна зробити висновок, що для збалансування об'ємів іноземної валюти, Національному банку України, необхідно проводити активні валютні інтервенції шляхом купівлі-продажу валюти, а для зменшення попиту на іноземну валюту та зменшення девальваційних очікувань, необхідно проводити цільові валютні аукціони із продажу іноземної валюти, для задоволення потреб клієнтів банків – фізичних осіб.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бураковський І. В. Глобальна фінансова криза: уроки для світу та України [Текст] : навчальний посібник / І. В. Бураковський, О. В. Плотніков – Харків : Фоліо, 2009. – 299с. – ISBN 978-966-03-4825-7.

2. Журавка Ф. О. Методологічні підходи до вивчення поняття «валютний ринок» / Ф. О. Журавка // Вісник науковця – 2009 р. : збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (2 квітня 209 р.) – Миколаїв : НУК, 2009. – С. 40-42

3. Сорос Дж. Кризис мирового капитализма. Открытое общество в опасности. / Сорос Дж.; [пер. с англ.] – М.: ИНФРА-М, 1999. – XXVI, 262 с. ISBN 1-891620-27-4 (англ.) ISBN 5-16-000002-x (русск.)

4. Ющенко В. А. Управління валютними кризами. / Ющенко В. А., Міщенко В. І. – К.: Знання, КОО, 1998. – 238 с.

АВТОМАТИЗОВАНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЯМИ

У статті визначено основні задачі підприємств готельного бізнесу, розглянуто структуру та функції найбільш поширених автоматизованих систем управління готельними комплексами, проведено аналіз призначення та функціональних можливостей цих систем.

Ключові слова: автоматизовані системи, управління підприємством готельного бізнесу, програмний комплекс.

Gudzovata O.

HOTEL'S MANAGEMENT AUTOMATED SYSTEMS

In this article the author highlights the main tasks of the hotel business enterprises, describes the structure and functions of the most widely used hotel's management automated systems and analyses the appropriation and functional feasibility of these systems.

Keywords: automated systems, management of hotel business enterprises, program complex.

Вступ. За останнє десятиліття у вітчизняній індустрії гостинності виразно намітилася тенденція до іміджевої частини. Сьогодні в позиціонуванні готелю на перший план висуваються вже не такі суто матеріальні чинники як ціна або інтер'єр номерів, а міжособистісні характеристики - рівень сервісу, індивідуальний підхід до клієнта, максимальний комфорт і зручність гостя. Сучасна світова тенденція - прискорення процесу роботи з гостями: бронювання, швидкий заїзд, check-in і check-out (реєстрація та від'їзд).

Велика роль у наданні цих «невловимих» послуг належить системам автоматизації діяльності готелів. Застосування інформаційних технологій дозволяє зробити основні процеси життєдіяльності готелю максимально ефективними за досить короткий час, а також автоматизувати не лише всі етапи роботи з гостем, а й більшість сфер господарської діяльності готелю. Ці системи стають одним з визначальних факторів репутації і престижу готелю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних засад індустрії гостинності присвячені праці таких науковців як Архіпова В. В., Мостової Л. М., Новікової О. В., Мальської М. П., Пандяка І. Г. та ін. Проблеми автоматизації діяльності

підприємств готельного бізнесу висвітлено в роботах Вдовина В. М., Морозова М. А., Пророчука Ж. А., Роглева Х. Р. та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз автоматизованих систем, призначених для розв'язання функціональних задач діяльності готелю, а також підвищення їх конкурентоспроможності. В процесі дослідження були вирішені наступні завдання: визначені особливості діяльності підприємств готельного бізнесу; проведено загальний огляд автоматизованих системи управління готелем; проаналізовано діючі системи автоматизації діяльності готелів; визначено їх перспективи.

Вклад основного матеріалу. Сучасний готель є складним комплексом функціональних ланок, від злагодженості роботи якого залежить успішність існування підприємства на ринку. Враховуючи сучасні тенденції у сфері гостинності та конкуренцію, що посилюється, підвищується необхідність забезпечення оперативності і точності роботи персоналу та готельного комплексу в цілому. Рішення даної проблеми можливе лише за рахунок впровадження систем автоматизації роботи готелю, тобто впровадження Автоматизованих Систем Управління (АСУ) готелем (в англійському варіанті - Property Management System (PMS)).

АСУ для готельних комплексів є комплексом інтегрованих підсистем, що створюють ефективне середовище взаємодії співробітників, клієнтів і ділових партнерів - туристичних агентств, корпоративних клієнтів і туроператорів. І хоча ціна таких систем висока, згідно з дослідженнями корпорації Microsoft, більшість готелів на Заході (особливо мережевих) періодично встановлюють нову систему управління. Це викликано темпами зростання конкурентної боротьби і технологічного прогресу - якщо раніше готелі змінювали технічне оснащення в середньому кожні 7-9 років, то сьогодні - кожні 3-5 років, і тенденція скорочення цього терміну зберігається [7].

Найбільш популярними на цьому ринку є західні системи - "Micros Fidelio", "Lodging Touch LIBICA", Hospitality Enterprise Resource Planning "Cenium", Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA; російські розробки - "Nimeta", "Едельвейс", "Готель 3", "KEI Hotel", "UCS Shelter", відповідні модулі корпоративних систем Галактика і Парус.

Практично всі західні постачальники програмного забезпечення для готелів мають версію своїх PMS, спеціально розраховану під віддалене використання. Ці системи розроблені з застосуванням інтернет-технологій: ASP (Application Server Provi-

der) і “клієнт сервер” на основі SQL (Standart Query Language). У Росії ці продукти представлені системами KEI Hotel і Nimeta.

Впровадження автоматизованих систем у готелях України розпочалося з середини 90-х років. Щодо процесів автоматизації діяльності вітчизняний готельний бізнес поступається західній індустрії гостинності. Так, у складі корпорації Маріотт близько 300 висококваліфікованих фахівців з програмування займаються підтримкою і розвитком програмних продуктів, які визначають технології роботи та звітність виконавчих дирекцій готелів, розкиданих по земній кулі. При цьому лише розробка таких продуктів складає близько 120 мільйонів доларів щорічно, що вважається економією з розрахунку витрат на один готель [3].

Існують три основні критерії оцінки доцільності інвестицій в автоматизовані системи управління готелями:

1. Досягнення конкурентної переваги.
2. Підвищення продуктивності роботи.
3. Максимальне використання наявних ресурсів готелю.

Основними вимогами готелів до систем автоматизації є:

- Потужні функціональні можливості управління тарифною політикою, номерним фондом і обслуговуванням гостей.

- Використання всіх існуючих каналів продажів готельних послуг (інтернет, GDS (Global Distribution System), call-центри).

- Широкі можливості фінансового контролю та аудиту.

- Управління центрами прибутку (номерний фонд, ресторани, бари, фітнес, пральня, бізнес центр).

- Організація проведення заходів (конгресів, банкетів, конференцій).

- Наявність інтерфейсів із системами автоматичної авторизації кредитних карток.

- Наявність інтерфейсів з периферійними системами (інтерактивне ТБ, телефонія, замки, мінібари, управління енергетикою).

- Можливість реалізації програм постійних гостей і участі в бонусних програмах авіакомпаній.

- Розрахунок належних турагентствам комісійних платежів.

- Можливість здійснювати групове бронювання з гнучкою системою індивідуальних розрахунків з гостями.

- Надійність і відмовостійкість.

- Супровід та цілодобова підтримка.

- Постійний розвиток систем відповідно до вимог ринку.

Всі перераховані задачі вирішуються засобами автоматизованих систем. Вибір системи залежить

від багатьох параметрів готелю: розміру номерного фонду, наявності додаткових послуг (зв'язок, платні телеканали, електронні ключі, спа), місцезнаходження, контингенту гостей тощо.

Для надання готелем послуг зв'язку призначені програмовані АТС (Alcatel, Ericsson, Siemens, NEC, Definity, Meridian, GDX, Bosch, Panasonic). За наявності в АТС спеціального програмного забезпечення для готелів система може підтримувати функції управління станцією: online тарифікація дзвінків з одночасною фіксацією.

Серед систем контролю доступу до платних телеканалів поширеними є General Satellite і Guest-Link.

Все більшою популярністю користуються системи контролю доступу в номери (електронні замки). З найбільш відомих систем у цій галузі можна назвати американську VingCard, шведську Timelox, іспанську TESA, італійську CISA.

Проте основою будь-якої готельної АСУ є PMS, або система управління номерним фондом. Вона зосереджує в собі інформацію про його поточний стан, проживання, очікуваних гостей і їх рахунки.

На сьогоднішній день найбільш поширеними автоматизованими готельними системами, що застосовуються в світовій практиці, є (табл.1):

- Система управління готелем (PMS - Property Management System);

- Система управління рестораном (Point Of Sales);

- Система управління заходами (Sales & Catering);

- Система телефонного сервісу (Telephone Management System);

- Система електронних ключів (Key System);

- Система електронних мінібарів (Mini bar System);

- Система інтерактивного телебачення (Video Services System);

- Система енергозбереження (Energy Management System);

- Система обробки кредитних карт (Credit Card Authorization System);

- Система складського обліку та калькуляції (Food & Beverage);

- Система фінансово бухгалтерського обліку (Accounting System);

- Система центрального бронювання (Central Reservation System);

- Система інтернет бронювання (Web Reservation System);

- Система кадрового обліку (Human Resource System);

- Система безпеки (Security System).

Автоматизовані системи управління готелями

АСУ готельних комплексів	Англомовний аналог	Основні представники
Система управління готелем	Property Management System (PMS)	Micros Fidelio, Lodging Touch LIBICA, Epitome PMS, Amadeus PMS, OPERA, Optima, Cenium, Nimeta, Едельвейс, Готель3, KEI Hotel, UCS Shelter, Парус-Готель, Галактика
Система управління рестораном	Point Of Sales (POS)	Epitome POS, InfoGenesis POS, Rkeeper, Micros, Парус-Ресторан, 1С: Підприємство 8. Ресторан
Система управління заходами	Sales & Catering (S&C)	Skyware Hospitality Solutions Sales and Catering, OPERA Sales & Catering Full Service
Система телефонного сервісу	Telephone Management System (TMS)	Alcatel, Ericsson, Siemens, NEC, Definity, Meridian, GDX, Bosch, Panasonic
Система електронних ключів	Key System (KS)	VingCard, Timelox, TESA, CISA, Salto, Onity, Messerschmitt, Saflok, Inhova
Система електронних мінібарів	Mini bar System (MBS)	Fidelio Suite8, Opera Property Interfaces
Система інтерактивного телебачення	Video Services System (VSS)	General Satellite, GuestLink
Система енергозбереження	Energy Management System (EMS)	StruxureWare software, Powerstar, Hotelstar
Система обробки кредитних карт	Credit Card Authorization System (CCAS)	Mercury Payment Systems, Tsys Acquiring Solutions, Heartland Payment Systems
Система складського обліку та калькуляції	Food & Beverage (F&B)	Quintiq, Libra F&B
Система фінансово бухгалтерського обліку	Accounting System (AS)	Scala, Navision, 1С
Система центрального бронювання	Central Reservation System (CRS)	Amadeus, Sabre, Apollo, Galileo, Worldspan, Abacus, Infini, Core CRO
Система інтернет бронювання	Web Reservation System (WRS)	Genares, Pegasus IDS Systems
Система кадрового обліку	Human Resource System (HRS)	Faraon, mySAP HR, Scala HR, E-Staff, 1С
Система безпеки	Security System (SS)	Access Control Systems, 2-WAY 9000 Remote Start

Бізнес-процеси, що підлягають автоматизації в готелі, можна поділити на два блоки: фронт-офіс (зовнішні бізнес-процеси) та бек-офіс (внутрішні бізнес-процеси) (рис.1). Під фронт-офісом готелів розуміють структурні підрозділи, співробітників, які безпосередньо взаємодіють з клієнтами – служби маркетингу, прийому і розміщення, бронювання і продажів, супроводу та обслуговування. Однак, в основі бізнесу завжди лежать внутрішні бек-офісні процеси – структурні підрозділи, співробітники готелю, що, зазвичай, не взаємодіють з клієнтами безпосередньо – служби виробництва готельних послуг, фінансів, персоналу, постачання, логістики тощо.

Розглядаючи готельне підприємство як сукупність функціональних відділів, отримаємо наступну структуру автоматизованої системи управління готелем:

- База даних на сервері;
- Модуль портъе (модуль номерного фонду);
- Модуль ресторану;
- Адміністративний модуль;
- Модуль бухгалтерії;
- Додаткові функціональні модулі .

Автоматизовані робочі місця об'єднуються локальною комп'ютерною мережею, забезпечуючи комплексне управління всіма відділами та службами готелю.

Ядром системи автоматизації готелю є Модуль номерного фонду (АРМ портъе), основними задачами якого є наступні:

- подача запиту з інформацією про бронювання (ім'я та координати гостя, терміни і параметри броні, її ідентифікатор);

- пошук номера, що задовольняє запиту, його резервування;

- приїзд клієнта, його ідентифікація реєстрація;
- контроль регулярного обслуговування (прибирання, доставка преси, сніданків тощо);

- інформація про оплату проживання, послуг, внесених депозитів (баланс рахунку гостя);

- попередження про закінчення терміну проживання і процедура виселення і розрахунку, або продовження строку подання послуг розміщення.

В інструментарій типової автоматизованої системи управління входять інформаційне сховище, засоби багатовимірної аналітичної обробки MOLAP і бібліотека стандартних форм звітності та аналізу. Крім того, такі системи містять систему бізнес аналітики (Business Intelligence), призначену для здійснення багатовимірного аналізу та стратегічного планування бізнесу в рамках всього підприємства. Використання такого набору інструментів дозволяє своєчасно отримувати необхідну інформацію для проведення маркетингу і стратегічного аналізу діяльності підприємства з метою розширення частки ринку, збільшення доходів та підвищення заповнюваності готелю.

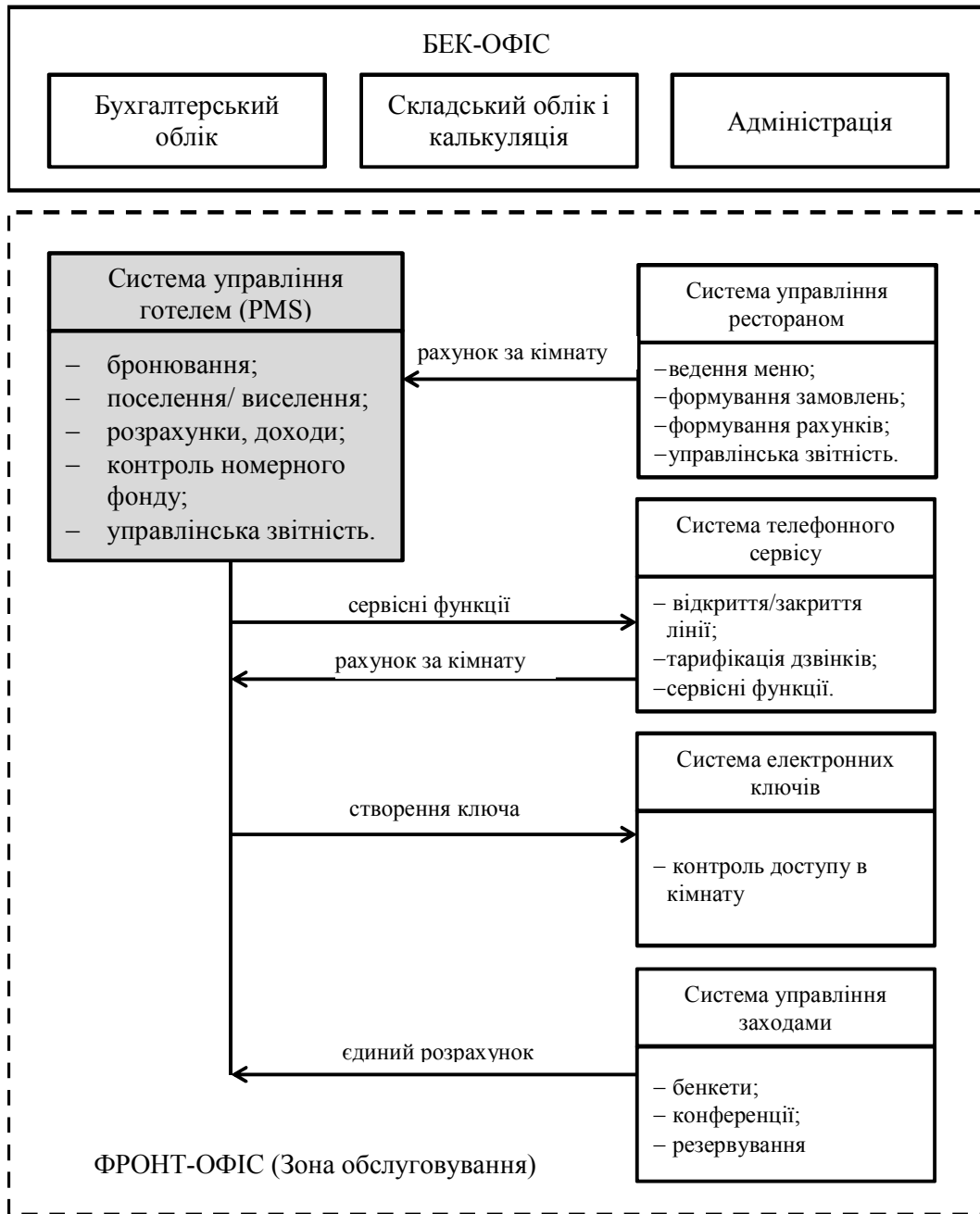


Рис.1. Автоматизація основних бізнес-процесів у готельному бізнесі

Для оцінки роботи готелю система бізнес-аналітики використовує ключові показники діяльності, які застосовуються в готельній індустрії, такі як середній дохід на номер (RevPAR), середній дохід на гостя (RevPAC), середній відпускний тариф (ADR). Крім того, система дозволяє розглядати показники діяльності готелю в різних зрізах з гнучкими можливостями деталізації інформації.

Таким чином, сучасні комплексні автоматизовані системи управління, що об'єднують у єдиний цикл усі життєво важливі елементи готельного бізнесу, дозволяють мінімізувати втрати прибутку на всіх етапах, ефективно контролювати роботу персоналу, підвищувати якість обслуговування.

При цьому найбільшої віддачі при використанні сучасних комп'ютерних систем управління можна очікувати від підвищення ефективності прийняття управлінських рішень щодо позиціонування готелю, динаміки та розвитку галузі.

Перспективним напрямком автоматизації готельної індустрії, що активно розвивається, є концепція «Розумний дім», яка означає ще тіснішу взаємодію систем управління готелів з АСУ інженерних мереж, енергозбереженням тощо.

На сьогоднішній день більшість вітчизняних готелів впроваджують системи автоматизації, які відповідають сучасним вимогам. Функціональна частина різних систем схожа, відмінності лише в підході до вирішення однакових завдань. При цьо-

му особлива цінність АСУ полягає в інтеграції засобів автоматизації в глобальні системи бронювання (GDS). До них належать чотири основні світові системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 000 терміналів, встановлених в готелях по всьому світу, що складає близько 90 % ринку: не випадково їх називають "золотою четвіркою". В Україні найпоширенішою з цих систем є Amadeus.

Висновки. Індустрія гостинності – важлива складова економіки багатьох країн світу. Сучасну індустрію гостинності характеризують швидка змінюваність економічних умов, підвищення якості послуг, безперервний вступ на ринок нових учасників, у тому числі іноземних. Ці зміни мають сильний вплив на фінансове становище українських підприємств індустрії гостинності. Конкурентна перевага підприємств індустрії гостинності залежить від нововведень в області інформаційних технологій, таких як: по-перше, комплексних систем автоматизованого управління, а по-друге – систем, пов'язаних зі зберіганням та інтелектуальною обробкою даних.

Для готелів питання комплексної автоматизації процесів бронювання місць, розрахунків з гостями, агентами і туроператорами, проблеми безпеки об'єкту та господарської діяльності стають все більш актуальними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вдовин В. М. Предметно-ориентированные экономические информационные системы: учеб. пос. / В. М. Вдовин, Л. Е. Суркова, А. А. Шурупов. – М. : Изд.-торг. корпорация «Дашков и К°», 2009. – 388 с.
2. Гудзовата О. О. Автоматизовані системи управління підприємствами ресторанного бізнесу / О. О. Гудзовата // Торгівля, комерція, підприємництво / Збірник наукових праць. – Вип. 14. – Львів : ЛКА. – 2012, – С. 76-82.
3. Информационные системы управления гостиничными комплексами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.stroimhotel.ru/files/pdf/metodology/metod/02.pdf
4. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика: підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : ЦУЛ, 2010. – 472 с.
5. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. – М. : Академия, 2002. – 345 с.
6. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навч. пос. / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 344 с.
7. Роглев Х. Р. Основы готельного менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.library.tneu.edu.ua>

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ НА ВИЩОМУ РІВНІ УПРАВЛІННЯ

Розглянуто основні підходи стратегічного управління товарними запасами на вищому рівні структурної організації (торговельного підприємства)

Ключові слова: товарні запаси, рівні управління, стратегічне управління, стратегія виживання, стратегія стабілізації, стратегія зростання (росту)

Zayarna N., Vasyuta N.

THEORETICAL ASPECTS OF THE HIGH LEVEL INVENTORY MANAGEMENT

Considered the basic approach of strategic inventory management at the highest level of structural organization (commercial enterprise)

Keywords: inventory, level of management, strategic management, strategy survival, strategy stability, strategy growth (growth)

Вступ. Трансформаційні зміни розвитку і ускладнення економічних відносин, що зумовлені глобальною фінансовою кризою, в конкретному правовому і, відповідно, економічному полі насамперед проявляються в роздрібній торгівлі, яка є найважливішим видом економічної діяльності у сфері товарного обігу. Формування умов стійкого економічного зростання торгової галузі, забезпечення все більш повного задоволення потреб покупців і безперервного здійснення торгово-операційного процесу значною мірою пов'язано з підвищенням ефективності управління товарними запасами в підприємствах роздрібною торгівлі. Рішення цього завдання досягається шляхом пошуку підходів до удосконалення системи управління запасами, що ґрунтуються на стратегічних методах і носять комплексний характер щодо регулювання товарооборотом, товарними запасами та їх забезпеченням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєве значення для дослідження проблем функціонування та розвитку торгівлі загалом та різних аспектів управління діяльності торговельних підприємств зокрема мають праці таких відомих вітчизняних учених як В. Апоп'я, М. Баканова, Г. Башнянина, І. Бланка, Д. Кравченко, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, В. Марціна, Б. Мізюка, Н. Міценко, А. Садекова, Л. Саркісяна, Н. Ушакової, О. Шубіна та ін. Незважаючи на глибину проведених досліджень виникає необхідність більше уваги приділити удосконаленню управління товарними запасами з огляду на те, що саме вони з одного боку являються формуючим фактором товарообороту, а з іншого – займають найбільшу питому вагу у вартості активів і є основним джерелом поповнення власних засобів торговельного підприємства. Тому вивчення товарних ресурсів загалом, їх стану, динаміки, структурних змін, ефективності використання є необхідною умовою управління торговим процесом і вказує на важ-

ливу економічну роль товарних запасів у торгівлі.

Теоретичні і практичні аспекти проблеми досліджено у роботах відомих вітчизняних вчених: І. Королькова, М. Виноградського, П. Балабана, зарубіжних науковців Дж. Букана, Е. Кенігсберга, П. Зерматі, П. Мілгрона, Дж. Робертса, А. Гаджинського, Ю. Гризанова, М. Дарбіяна, Л. Наговиціної, Ю. Рижикова, В. Сергеева та ін. Вивчення наукових праць вітчизняних та зарубіжних науковців, практика господарської діяльності торговельних підприємств, свідчить про те, що залишається дискусійною низка теоретичних і практичних положень щодо удосконалення управління товарними запасами, які потребують окремого розгляду і підтверджує актуальність дослідження.

Постановка завдання. Управління підприємством в умовах дестабілізації економіки, яка є ознакою її посткризового стану, неможливе без планування господарської діяльності на всіх рівнях. Найважливішим є стратегічний рівень, на якому приймаються життєво важливі для подальшого розвитку підприємства управлінські рішення. Метою статті є розглянути процес управління товарними запасами в контексті загальної стратегії розвитку торговельного підприємства на вищому рівні управління.

Вклад основного матеріалу дослідження. Управління товарними запасами торговельного підприємства здійснюється на різних рівнях та включає в себе комплекс заходів, спрямованих на формування та підтримання їх оптимального обсягу. Беручи до уваги, що основними функціями управління є організація, планування, мотивація і контроль, цілком зрозуміло, що процес управління товарними запасами доцільно здійснювати за підсистемами якісно різного рівня структурної організації та в послідовності, представленої на рис. 1.

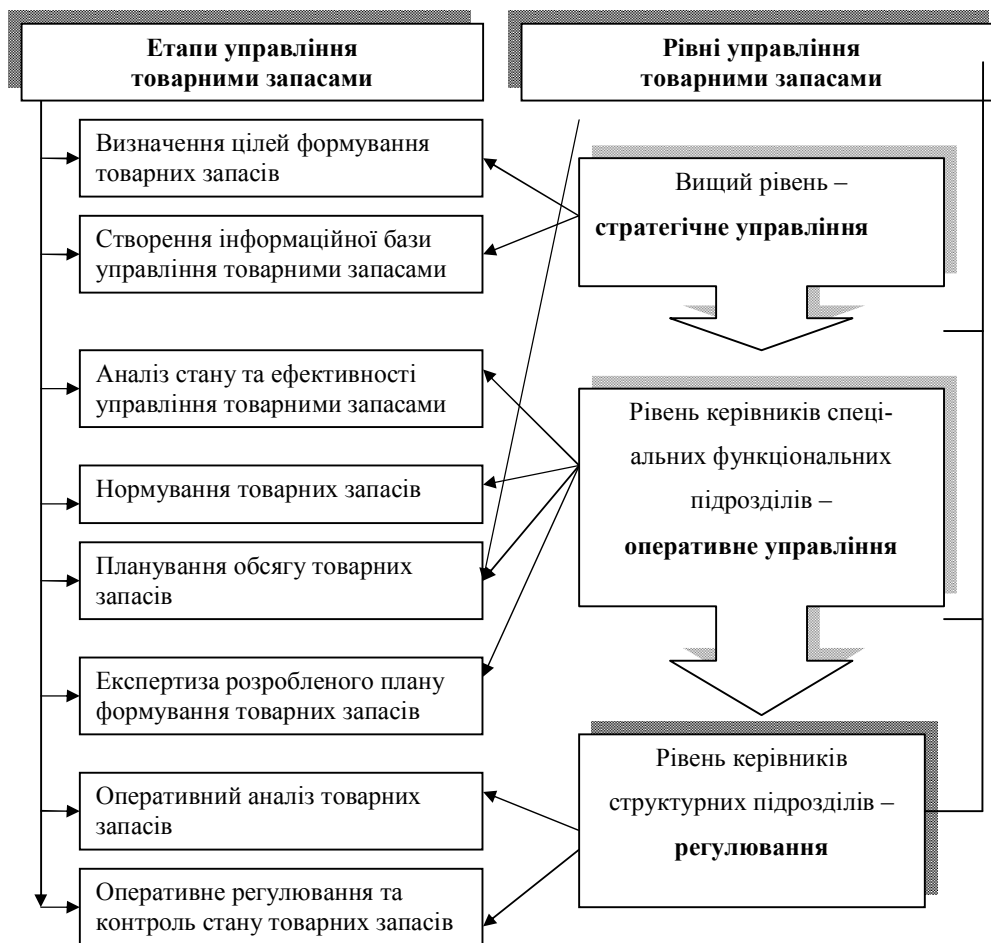


Рис. 1. Управління товарними запасами торговельного підприємства

До кола завдань стратегічного управління товарними запасами насамперед слід відносити прийняття рішень на перспективу через вивчення можливостей взяття підприємством зобов'язань та передбачення наслідків їх прийняття. Таким чином стратегічне управління товарними запасами - це дослідницький процес, який, на нашу думку, повинен носити безперервний характер, спрямованість на стабілізацію фінансового стану торговельного підприємства шляхом оптимізації товарних запасів як в цілому, так і за асортиментними групами внаслідок моніторингу співвідношення попиту і пропозиції на локальному споживчому ринку, а також розвитку конкуренції на ньому.

З огляду на це, на рівні стратегічного управління товарними запасами доцільно виділити три основних підходи, які дають можливість чітко окреслити стратегічні процеси розвитку торговельного підприємства, а саме:

– стратегія виживання – це процес прийняття управлінських рішень стосовно виходу підприємства з економічної кризи. Дана стратегія спрямована на зменшення збиткового рівня реалізації товарних запасів через кардинальні зміни в системі управління, фінансів та маркетингу. Метою стратегії виживання є зноннайшвидше фінансове оздоровлення підприємства, зменшення збитків, підвищення рентабельності та перехід до наступного виду стратегії – стабілізації. Торговельне підприємство, яке застосовує стратегію виживання, повинно насамперед визначитися із асортиментом товарних запасів, з'ясувати реалізація якого виду товарних запасів гальмує процес виходу з кризи і чи доцільно його реалізовувати. Іноді навіть необхідно змінити напрямок діяльності, особливо для торговельних підприємств, що розташовані в сільській місцевості;

– стратегія стабілізації – це процес прийняття рішень в умовах нестабільності та невизначеності. Умовами застосування даної стратегії є постійні коливання товарообороту та постійна зміна доходу. Метою даної стратегії є отримання постійного доходу і прибутку. Разом з тим, торговельне підприємство, яке застосовує стратегію стабілізації, в подальшому планує перейти до стратегії зростання;

– стратегія зростання (росту) – характеризується постійним ростом обсягу реалізації товарних запасів, прибутку, зменшенням бартерних операцій. Дотримуючись даної стратегії торговельне підприємство має можливість постійно нарощувати обсяги товарообороту, розширювати асортимент товарних запасів, розвивати співпрацю з іншими підприємствами-постачальниками. На можливість впровадження стратегії зростання, як правило, вказує стабільність в отриманні прибутку.

На рівні стратегічного управління товарними запасами також здійснюється порівняння стану самого підприємства та його конкурентів щодо рівня

і тенденції зміни реальних витрат, пов'язаних із закупівлею, зберіганням та реалізацією товарних запасів, моніторингу товарної пропозиції (збутової та цінової політики постачальників), обсягів товарообороту, в т.ч. і за асортиментом, використання матеріальних та фінансових ресурсів, зокрема інтенсивності потоку обігових коштів. Результати проведеної роботи слугують підґрунтям при розробці та контролі за реалізацією обраної економічної стратегії управління товарними запасами підприємства.

Висновок. Дослідження процесу управління товарними запасами дало можливість виділити підсистеми якісно різного рівня структурної організації (торговельного підприємства), а саме: вищий рівень – стратегічне управління, рівень керівників функціональних підрозділів, рівень керівників структурних підрозділів.

Найскладнішим і найвідповідальнішим слід вважати стратегічне управління, оскільки прийняті рішення щодо управління товарними запасами з одного боку орієнтовані на майбутнє, носять глобальний характер, з іншого - мають високий рівень невизначеності.

З огляду на те, що стратегічне управління товарними запасами є логічним продовженням оперативного управління на рівні керівників функціо-

нальних та структурних підрозділів, складовими управління товарними запасами є: система постачання; можливість відтворення запасів; функція витрат; обмеження; оперативні стратегії управління запасами. Особливості здійснення оперативного управління товарними запасами передбачено розглянути в подальших дослідженнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Заярна Н. М. Особливості регулювання товарними запасами торговельного підприємства на основі маркетингу / Н. М. Заярна, Г. В. Кульма-тицька // Економіка і управління : погляд молоді : зб. Матеріалів ІУ Всеук. Наук. студент. Конф., 1-2 березня 2012 р. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – Т.2. – С. 57-59.

2. Міценко Н. Г. Проблеми управління товарними запасами торговельних підприємств / Н. Г. Міценко, Н. Б. Миколів // Науковий вісник НЛУУ : Зб. наук.-техн. праць. – Вип. 21.3. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2011. – С. 314-317.

3. Хоменко Н. В. Товарні запаси: проблеми обліку, контролю та звітності [Текст] : монографія / Н. В. Хоменко, О. В. Карпенко, Ю. А. Верига. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 153 с. - ISBN 978-966-184-015-6

ЗНАЧЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Розглянуто сучасний стан туристичної сфери в Україні, як однієї зі сфер національної економіки. Визначено основні параметри конкурентоспроможності підприємств, складові конкурентних переваг та напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, підприємства галузі міжнародного туризму, конкурентоспроможність туристичних підприємств, конкурентні переваги.

Kylyn O., Sveleba N.

THE IMPORTANCE OF INTERNATIONAL TOURIS IN TERMS OF INCREASING UKRAINE'S COMPETITIVENESS

In this paper a study of modern state of tourism in Ukraine, as one of the areas of the national economy. The main parameters of the competitiveness of enterprises that constitute competitive advantages and ways to increase the competitiveness of the international tourism industry.

Keywords: international tourism, the industry of international tourism, tourist enterprises competitiveness, competitive advantage.

Вступ. Глобалізація світової економіки активізує процеси інтеграції України в міжнародний простір, де туристичний бізнес займає третє місце серед найприбутковіших видів економічної діяльності, що характеризуються динамічним розвитком. З урахуванням географічних, природних і культурних особливостей України туристичний бізнес повинен стати перспективною сферою вітчизняної та регіональних економік, каталізатором соціально-економічного розвитку і зростання добробуту населення. Сьогодні в Україні та її регіонах за наявності потужного потенціалу спостерігається отримання незначних економічних результатів від туристичної діяльності, що свідчить про неефективне позиціонування та функціонування туристичного сектору і розбалансованість пропозиції послуг на міжнародному ринку.

Неспроможність української пропозиції досягти відповідних економічних вигод вимагає глибокого дослідження туристичних потоків у регіонах і розроблення програм із ліквідації перепон для розвитку туризму та формування механізму реалізації наявного туристичного потенціалу на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аспекти конкурентоспроможності підприємств туристичної діяльності у своїх працях досліджували такі вчені, як В. Воскресенський, Д. Елканова, А. Ліманський, М. Немоляєва, Д. Осипова, Г. Папіряна, Я. Ружковський та Л. Хадоркова. Серед українських науковців розвиток туризму та його економічне значення вивчали О. О. Бейдик, Л. П. Дядечко, В. Ф. Кифяк, І. М. Школа.

Постановка завдання. Метою роботи є обґрунтування необхідності підвищення конкуренто-

спроможності підприємств галузі міжнародного туризму в Україні, виділення основних елементів формування конкурентних переваг та визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму.

Виклад основного матеріалу. Туризм виступає важливою частиною світової економіки. За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 9 % та близько 30 % в світовому експорті послуг та 6 % від обсягів світової торгівлі. У галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник. В 2011 році послугами туристичної галузі скористалося близько 983 млн. міжнародних туристів, в 2012 році їх кількість перевищила 1 млрд. осіб. Загальний товарообіг світового туризму в 2012 році склав 1,2 трильйонів дол. США (в 2011 році - 1,03 трильйонів дол. США) [5].

За оцінками Світової ради з туризму та подорожей непрямий дохід туристичної галузі в 2011 році склав 3 трильйонів дол. США, а опосередкований дохід становив 22,8 трильйонів дол. США. Доходи від туристичної галузі в 2011 році перевищили доходи від автомобільної промисловості. Кількість працюючих в галузі перевищила 260 млн. осіб. [2, с 17]. За останні двадцять років туристичні потоки в світі зросли майже в 2,2 рази, з 435 млн. осіб в 1990 році до 675 млн. осіб в 2000 році та 940 осіб в 2010 році. В 2012 році за даними UNWTO у світі подорожувало більш ніж трильйон осіб. Всі зазначені фактори зробили туристичну сферу однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Відповідно зростає увага до туризму з боку світових організацій [6].

Таблиця 1

Динаміка розвитку світової туристичної галузі (млн. осіб)

Регіони світу	Роки						
	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011
Світ	435,0	528,0	674,0	799,0	883,0	940,0	983,0
Розвинуті країни	296,0	334,0	417,0	455,0	475,0	499,0	523,0
Країни, що розвиваються	139,0	193,0	256,0	344,0	408,0	441,0	460,0
Європа	261,5	304,0	385,0	440,7	461,7	474,8	504,0
Азія і Тихоокеанський регіон	55,8	82,0	110,1	153,6	181,1	204,4	217,0
Америка	92,8	109,0	128,2	133,3	141,7	150,7	156,6
Африка	14,8	18,8	26,2	34,8	45,9	49,7	50,2
Близький Схід	9,6	13,7	24,1	36,3	52,8	60,3	55,4

У національній економіці України туризм визнано однією з пріоритетних галузей народногосподарського комплексу. За даними Світового економічного форуму в 2010 році в рейтингу країн за розвитком туристичної сфери Україна посіла 85-те місце серед 124 країн світу (78-ме місце – у 2007 році, 77-ме – у 2008, 2009 роках).

За даними Державної служби статистики України щодо туристичних потоків в Україні спостерігається позитивна динаміка розвитку галузі міжнародного туризму (за напрямком в'їзного туризму) та зниження туристичних потоків за напрямком внутрішнього туризму (табл. 2).

2002–2010 роки» в'їзний туризм визнаний одним з пріоритетних напрямків розвитку туризму, який є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені [3].

В'їзний туризм є формою міжнародного туризму, що становить собою подорожі в межах України осіб-нерезидентів. Отже, підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери України значною мірою залежить від розвитку галузі міжнародного туризму.

Таблиця 2

Динаміка туристичних потоків в Україні за 2005–2011 роки

Рік	Туристичні потоки в'їзного туризму	Туристичні потоки виїзного туризму	Туристичні потоки внутрішнього туризму
2005	326389	566942	932318
2006	299125	868228	1039145
2007	372455	336049	2155316
2008	372752	1282023	1386880
2009	282287	913640	1094170
2010	335835	1295623	649299
2011	343511	1395257	604728

Завдяки проведенню в Україні Чемпіонату Євро-2012 збільшення туристичного потоку в'їзного туризму у 2012 році було визначено на 30-40% більше, ніж у 2011 році. Але, незважаючи на позитивні прогнози, в Державній програмі економічного і соціального розвитку України зазначено, що туристична галузь України є неконкурентоспроможною завдяки моральному та фізичному зносу туристичної інфраструктури, незавершеності процесів сертифікації та категоризації послуг, невідповідності обслуговуючого персоналу до надання послуг на рівні світових стандартів [3].

Відповідно до Постанови № 583 «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на

Основною конкурентоспроможності галузі міжнародного туризму є конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – юридичних та фізичних осіб, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг. Особливої уваги потребують питання підвищення конкурентоспроможності таких підприємств як туристичні оператори та туристичні агентства, які беруть участь у створенні та реалізації туристичних продуктів. Зі всіх операторів, які отримали ліцензію на ведення діяльності в туристичному бізнесі, фактично працюють лише 66,0 % (табл. 3) [8].

Таблиця 3

Динаміка кількості ліцензіатів за 2006-2010 рр.

Показники	Роки				
	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість ліцензіатів, всього	3670	4508	5338	6106	7322
Кількість фактично діючих ліцензіатів	2828	3502	3833	4631	4829

У науковій літературі під конкурентоспроможністю туристичного підприємства розуміють узагальнюючу характеристику стійкості підприємства, що обумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати більш привабливі за ціновими та неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища [6]. Чим вище ступінь задоволення туристських потреб, який характеризується кількісними та якісними параметрами, тим більш конкурентоспроможний продукт випускає підприємство. До параметрів конкурентоспроможності підприємства відносяться кількісні характеристики властивостей продуктів, які враховують специфіку галузі міжнародного туризму [7]:

- технічні – характеризують технічні та фізичні властивості продукту відповідно до специфіки галузі;
- економічні – характеризують собівартість вироблених продуктів та споживчі ціни через витрати на купівлю, обслуговування, споживання та утилізацію товарів;
- нормативні – характеризують відповідність товарів встановленим нормам, стандартам відповідно до нормативних документів.

Технічні параметри конкурентоспроможності туристичних підприємств відображають особливості туристичного продукту, а тому характеризуються відсутністю матеріально-речової форми, що призводить до необхідності підвищення якості послуг, які надаються споживачам. А сутність поняття туристичний продукт розкривається його наступним визначенням: «туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менш ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)» [7].

Отже, головними критеріями конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму є якість і витрати у процесі виробництва туристичного продукту, які є складовими конкурентних переваг.

Складовими конкурентних переваг підприємств галузі міжнародного туризму також є переваги туристичного продукту, які пов'язані або з порівняно нижчими цінами, або з високою якістю продукції, відповідно до обраної ринкової стратегії.

До факторів, що впливають на ефективне використання конкурентних переваг, належать:

- наявні конкурентні переваги;
- ринкова конкуренція;
- туристський попит;
- витрати на створення туристичного продукту;
- цінова стратегія;
- використання інноваційних впроваджень у створення та просування туристичного продукту на міжнародний туристичний ринок.

Конкурентні переваги можна оцінювати за показниками, що характеризують частку ринку (збільшення або зменшення частки ринку, що обслуговує туристичне підприємство); цінову політику; рівень якості та асортименту туристичних продуктів; рівень розвитку та застосування системи маркетингу тощо.

Водночас, при формуванні напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств міжнародної туристичної індустрії необхідно враховувати, що однією з найбільш значущих тенденцій розвитку світового туризму є різке посилення конкуренції на ринку туристичної пропозиції та, як наслідок, перенасичення на ринку туристичної пропозиції. В результаті цього країни, що прагнуть зберегти або зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, здійснюють планування туризму на основі принципів сталого розвитку, передбачають довгострокові інвестиції в дану сферу та мають чіткі державні стратегії розвитку туризму. Відповідно, підвищується роль державної політики розвитку туризму країни в цілому, а також просування окремих туристських продуктів на вітчизняному та міжнародному ринках.

Висновки. Таким чином, розвиток підприємств міжнародного туризму як рентабельної галузі економіки є одним з головних факторів економічного росту країни. Міжнародний туризм в Україні на сучасному етапі знаходиться на початковій стадії розвитку, тому цікавим є досвід зарубіжних країн, де ця галузь має високий рівень конкурентоспроможності.

Крім того, слід відзначити, що основним напрямком підвищення конкурентоспроможності підприємств міжнародного туризму є вдосконалення системи маркетингу за допомогою використання інновацій. За сучасних умов інновації в туризмі полягають у застосуванні розробок для покращення системи менеджменту туристичних підприємств та підвищення прибутковості за рахунок оптимізації наданих послуг. Спираючись на якісну систему маркетингу, підприємства міжнародної туристичної індустрії отримують можливість вивчати ключові зовнішні фактори – ринкову конкуренцію та споживчий туристський попит, тим самим формуючи обґрунтовану стратегію підвищення конкурентоспроможності власної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. NWTOT World Tourism Barometr, Volume 10, January 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.
2. Туристичні потоки (2002–2011 pp.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Постанова «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324%2F95-%E2%F0>.
4. Україна. Закона. Про туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324%2F95-%E2%F0>.
5. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org>.
6. Travel & Tourism 2011 / World Travel & Tourism Council / London / 2011 - 44 с.
7. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.
8. Єсіпова К. А. «Тенденції розвитку сучасних туристичних підприємств» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnaukacom/25_NNR_2011/Ekonomics/10_91676.doc.htm.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ МЕНЕДЖМЕНТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Розглянуто різні аспекти і прояви відповідальності в управлінській діяльності. Досліджено структуру соціальної відповідальності менеджера та вимоги до компетенції менеджера з соціальної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, інстанція відповідальності, менеджер, управління, організація.

Kolyanko O.

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MANAGEMENT OF ORGANIZATION

Different aspects and manifestations of responsibility in management. The structure of social responsibility manager and requirements for the competence of the manager of social responsibility.

Keywords: Social responsibility, responsible authority, manager, management, organization.

Вступ. Одним із найбільш важливих аргументів на користь необхідності впровадження соціальної відповідальності у практику діяльності впровадження соціальної відповідальності підприємства є те, що традиційно соціальна відповідальність визначається як активний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства та, водночас, як ефективна стратегія зростання добробуту населення та досягнення збалансованого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зарубіжній літературі широко висвітлюються питання корпоративної соціальної відповідальності, на відміну від вітчизняної. Зокрема можна відзначити Джорж Р. Т., Котлер Ф., О. М. Петрос, В. М. Колот та низку нормативно-законодавчих актів.

Постановка завдання. Метою статті є визначити різні аспекти та прояви корпоративної відповідальності в управлінській діяльності, дослідити структуру соціальної відповідальності менеджера та визначити вимоги до компетенції менеджера з соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідальність – це усвідомлення індивідом, соціальною групою, народом свого обов'язку перед суспільством, людством, розгляд крізь призму цього обов'язку суті і значення своїх вчинків, діяльності, узгодження їх із обов'язками і завданнями, що виникають у зв'язку з потребами суспільного розвитку. У діяльності керівника відповідальність проявляється як:

- прийняття належності, необхідності, зобов'язання, обов'язку з-поміж різних варіантів внутрішньої позиції та поведінки;
- добір, оцінювання, відсіювання засобів досягнення цілей, виконання зобов'язань;
- зміна або зміщення цілей;
- призупинення діяльності, поведінки, незважаючи на її успішне здійснення.

Відповідальність трактують і як покладене на кого-небудь чи взяте ким-небудь зобов'язання звітувати про свої дії і визнати себе винним за можливі їх наслідки. В управлінській діяльності відповідальність має різні аспекти і прояви.

Психологічний аспект відповідальності базується на можливості вибору, тобто свідомої переваги певної лінії поведінки. При цьому вибір може здійснюватися як в умовах співпраці, взаєморозуміння, так і в умовах конфронтації, конфлікту, де стикаються у протиставленні інтереси особистості, групи або й організації.

Певні стратегії поведінки, які формуються залежно від цього, називають локусом контролю. Локус (лат. locus – місце, місцеположення) контролю (фр. controle – перевірка) – це якість, яка характеризує схильність людини приписувати відповідальність за результати своєї діяльності зовнішнім силам чи власним здібностям і зусиллям. За своїми спрямованістю та функціями він буває зовнішнім і внутрішнім. Зовнішній локус контролю означає, що людина сприймає своє життя як контрольоване зовнішніми силами, випадком, а внутрішній локус контролю – це контроль ізсередини за допомогою власних зусиль і дій. Наскільки компетентним і ефективним почуває себе керівник, залежить від того, як він ставиться до своїх невдач. Керівник, який встигає все вчасно зробити, найімовірніше, оцінює їх як випадковість і пропонує новий підхід або варіант розв'язання управлінської проблеми. А той, хто вважає себе жертвою обставин, як правило, перекладає відповідальність за свою невдачу на інших людей чи зовнішні сили.

Юридична відповідальність в управлінській діяльності виражається у неприємних, небажаних, невідповідних для особи наслідках, у застосуванні до неї, якщо вона порушила закон, державних санкцій та заходів громадського осуду, примусового обмеження або позбавлення певних благ.

Усвідомлення учасниками спільної діяльності своєї відповідальності визначається різноманітними психологічними чинниками: мотиваційними, пізнавальними, характерологічними, ситуативними та ін.

Мотиваційну сферу відповідальної поведінки керівників-підприємців з погляду ієрархії потреб утворюють такі групи мотивів:

1. Прагматичні мотиви (намагання розглядати свою поведінку, управлінські вчинки крізь призму користі, насамперед для себе; виявляється у задоволенні власних потреб).

2. Соціальні мотиви (оскільки робота керівника є однією з відповідальних у суспільстві, то багато управлінців прагнуть діяти відповідально, дбаючи про наслідки своїх учинків для суспільства, намагаються поведінкою, справами принести користь державі).

3. Мотиви самопізнання, саморозвитку, самоаналізу, саморегуляції, самореалізації (зумовлені потребою реалізувати у конкретній спільній справі свої управлінські можливості й здібності, пов'язані з необхідністю пізнати себе, оцінити свої сили і вміння).

4. Мотиви морального самоствердження (зумовлені прагненням утвердити себе в статусі керівника – моральної особистості).

5. Правові мотиви (погляд на свою управлінську діяльність і відповідальність з позицій закону).

6. Мотиви спілкування і взаємодії (вони є однією з передумов спільної управлінської діяльності).

7. Мотиви егоїстичного самоствердження (викликані намаганням привернути до себе увагу, продемонструвати свою перевагу над іншими).

8. Мотиви, пов'язані із специфічними особливостями особистості керівника (залежність керівника від вищого управлінського апарату, який нав'язує свій варіант розв'язання управлінської проблеми; намагання уникнути критики, покарання, осуду тощо).

Домінують у цій структурі соціальні й прагматичні мотиви, вони свідчать, що більшість керівників у спільній управлінській діяльності діють відповідально тоді, коли одночасно задовольняють власні потреби і потреби суспільства.

Існує принаймні чотири мотиваційних джерела осмислення відповідальності в управлінні:

1. Завдяки здатності й можливості пізнання вічних і конкретно-історичних цінностей особистість у структурі управління осмислює свої обов'язки, завдання, доручення.

2. Система моральних цінностей, норм і принципів, совість як внутрішні спонуки і цінності, сформовані в ранньому віці завдяки сім'ї та найближчому соціальному середовищу, задають напрям осмислення відповідальності.

3. Задоволення учасниками спільної діяльності актуальних потреб у самостверженні, самовираженні й самореалізації в процесі виконання завдань сприяє поглибленню особистісного сенсу обов'язків у управлінні.

4. Актуальні та потенційні впливи інших людей (груп, організацій), управлінської культури.

Існує інстанція відповідальності, перед якою суб'єкт звітує про свої дії та виконання свого обов'язку. Йдеться про зовнішню (суспільство, група, конкретна людина) та внутрішню (власне сумління, совість) інстанції.

До важливих складників відповідальності належить совість. Совість – здатність особистості здійснювати моральний самоконтроль, самостійно формулювати для себе моральні обов'язки, вимагати від себе їх виконання і здійснювати самооцінку вчинків. Вона є одним із виявів морального аспекту відповідальності керівника та його підлеглих і набуває як форми раціонального усвідомлення моральної значущості здійснених вчинків, так і форми емоційних переживань.

Відповідальність керівників і підлеглих в організації виявляється в таких сферах:

- відповідальність особистості за власні дії і вчинки, за становлення і саморозвиток, професійне і духовне зростання;

- відповідальність керівника за дії та вчинки персоналу;

- відповідальність керівника за дії та вчинки організації загалом;

- відповідальність працівників за стан справ в організації.

Усвідомлення відповідальності – це відображення в суб'єкті буття соціальної необхідності, тобто розуміння смислу і значення дій і їх наслідків. Усвідомлення відповідальності є життєвою необхідністю оцінювати результати діяльності з погляду норм, правил, законів.

Загалом *соціальна відповідальність менеджера* відображає правовий аспект відповідальності, тому що регулюється певними правовими нормами та низкою обов'язків, які часто безпосередньо вказуються у кваліфікаційних характеристиках цієї професії. Права та відповідальність менеджера є більш універсальними ознаками кар'єри, ніж посада. Рухаючись у ході кар'єри від однієї посади до іншої, менеджер фактично рухається від одного обсягу прав та відповідальності до іншого. У випадку успішної кар'єри, новий обсяг прав буде більшим, ніж попередній. Водночас юридична відповідальність менеджера не обмежується лише декларуванням відповідальності за результати керування. Керівник, як і всі громадяни, не звільнений від кримінальної та цивільної відповідальності на загальних підставах.

На сьогодні існують дві протилежні точки зору щодо сутності соціальної відповідальності менеджера організації. Одна з них проголошує, що коли менеджер дотримується принципу отримання максимального прибутку, не порушуючи при цьому законів та норм державного регулювання, то він є соціально відповідальним. В цьому випадку сутність соціальної відповідальності нівелюється, вона зводиться до елементарної юридичної відповідальності. Інша позиція розуміє поняття соціальної відповідальності менеджера як врахування не тільки економічних та правових норм, але й людських та

соціальних аспектів професійної діяльності менеджера. Кожна організація є частиною суспільства, тому відповідальний керівник повинен дбати, щоб його організація активно діяла у таких сферах, як захист навколишнього середовища, соціальне забезпечення та допомога малозабезпеченим верствам населення, благоустрій навколишньої території тощо. Отже, основна різниця між юридичною та соціальною відповідальністю полягає в тому, що остання розуміється як добровільний відгук на соціальні проблеми своїх працівників, жителів міста, країни, світу.

Структура соціальної відповідальності менеджера, з огляду на її об'єкт, складається з кількох рівнів:

- відповідальність перед споживачем,
- відповідальність перед підлеглими,
- відповідальність перед суспільством, країною,
- відповідальність перед акціонерами чи компаньйонами.

Вимогами до компетенції менеджера з соціальної відповідальності є:

✓ обізнаність – менеджер повинен бути ознайомлений з ролями різних гравців в суспільстві та внеском, що вони його здійснюють своєю власною справою,

✓ розуміння – менеджер повинен відчувати тенденції в соціальній та економічній сферах та яким чином вони впливають на ведення бізнесу,

✓ застосування – менеджер повинен активно залучатися до справжнього втілення та забезпечення соціальних та екологічних інтересів в бізнесі,

✓ інтеграція – менеджер повинен відповідати за управлінські рішення, які визначають та свідчать про соціальний та екологічний вплив організації,

✓ лідерство – менеджер повинен розробляти бізнес стратегії, які, з одного боку, відповідають законодавству, а з іншого – закріплюють більш суттєві вимоги.

Як справедливо зазначав Генрі Форд, спочатку – користь для суспільства, потім – закономірне підвищення власного добробуту. Менеджмент майбутнього спиратиметься саме на таку філософію, саме на таку систему цінностей.

Поряд із зовнішніми аспектами відповідальності менеджерів (юридична та соціальна відповідальність), внутрішня відповідальність є важливим інтегруючим та регулюючим джерелом її зовнішнього прояву. І якщо обсяг зовнішньої відповідальності менеджера можна виміряти кількісно, наприклад, як можливий розмір збитків, то оцінити рівень відповідальності як особистісної риси можна лише за її стійкого виявлення в процесі виконання професійної діяльності.

Існує така закономірність: чим більший обсяг повноважень надається менеджеріві, тим вищі вимоги ставляться до рівня його внутрішньої відповідальності. Особиста відповідальність завжди пов'язана з мотиваційною сферою особистості, її інтелектуальним потенціалом, морально-етичним світоглядом. Тому у багатьох соціально-психологічних дослідженнях вона розглядається як морально-етична відповідальність, що підкреслює її

внутрішню усвідомлену сутність. Саме відповідальність є інтегральною якістю, яка визначає поведінку та діяльність людини передусім на основі усвідомленості прийняття нею об'єктивного факту залежності індивіда від суспільних цілей та цінностей. Сформованість внутрішньої відповідальності є головним критерієм оцінки рівня моральної зрілості особистості в цілому.

Висновки. Отже, високий рівень професійної відповідальності менеджерів у її правовому, соціальному та морально-етичному аспектах є визначальним чинником забезпечення ефективності роботи організацій в цілому та адекватності управління вимогам соціуму.

Соціально-адекватний менеджмент – це інтегральна характеристика високоефективної моделі управління на основі її адаптованості для функціонування в суспільній системі, з найвищою мірою соціальної відповідальності, врахуванням провідних інтересів суспільного розвитку та найбільш значимих ментальних установок соціуму в цілому та його регіональних складових. Останні дослідження психології менеджерів засвідчили, що лише 38,7 % респондентів назвали відповідальність серед найбільш значущих якостей особистості керівника. Однак, у Гарвардській школі бізнесу, яка є найавторитетнішим навчальним закладом з підготовки менеджерів вищої ланки, центральним завданням базової професійної дисципліни «менеджмент» є саме виховання відповідальності за прийняте рішення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Загальна декларація прав людини: Прийнята і проголошена резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 року // Офіційний вісник України від 15.12.2008 р. – 2008. – № 93. – С. 89. – Ст. 3103 [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://zakon1.rada.gov.ua/cgi_bin/laws/main.cgi?nreg=995_015.

2. Європейська соціальна хартія (переглянута) // ВВР. – 2006. – № 43. – Ст.418.

3. Джордж Р. Т. Деловая этика / Джордж Р. Т.; [пер. с англ. Р. И. Стопера]. – СПб. : “Экономическая школа”, - М. : Издат. группа “Прогресс”, 2001. Т.1. – 406 с.

4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства [Текст] / Ф. Котлер, Н. Лі. / [пер. з англ. С. Яринич]. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.

5. Петроє О. М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної політики сучасних підприємств в Україні [Текст] : навч. посібник / Петроє О. М. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 60 с.

6. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: розуміння та впровадження [Текст]. – К., 2005. – 48 с.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЛЬВІВЩИНИ

У статті розкрито сутність поняття туристичної інфраструктури та визначено її особливості у Львівській області. Для цього проаналізовано особливості, проблеми та перспективи розвитку туристичної інфраструктури Львівщини

Ключові слова: туристична інфраструктура, туристичний продукт, конкурентоспроможність туристичного продукту.

Batkovec G., Landa O.

DEVELOPMENT OF TOURISM INFRASTRUCTURE IN LVIV REGION

The article deals with the essence of the concept of tourism infrastructure and its characteristics defined in the Lviv region. For this particular analysis, problems and prospects of development of tourism infrastructure in Lviv region

Keywords: tourism infrastructure, tourism product, tourism product competitiveness.

Вступ. Стрімкі геополітичні та соціально-економічні зміни створюють передумови для якісно нових підходів організації і функціонування туристичної галузі, адаптації її інфраструктури до сучасних вимог обслуговування міжнародних туристичних потоків. Отож, туристична галузь України трансформується у багатогалузеву індустрію, спрямовану на задоволення різноманітних потреб подорожуючих за світовими стандартами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Львівська область посідає одне з провідних місць в Україні за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами, здатними генерувати інтерес у вітчизняних та іноземних подорожуючих, однак регіональний туристичний продукт, як засвідчує більшість дослідників цієї тематики, має низьку ефективність [2, 4, 6]. Так, О. В. Музиченко-Козловська підкреслює, що одним з основних чинників впливу на конкурентоспроможність туристичного продукту є якісний розвиток інфраструктури галузі, що потребує змін суттєвих технологічних та організаційних змін [6]. Вказані процеси вимагають наукового осмислення, розробки теоретичних положень і методологічних підходів формування інфраструктури, що й визначає актуальність цього дослідження.

Постановка завдання. Відтак, метою статті було охарактеризувати сутність поняття туристичної інфраструктури та визначити її особливості у Львівській області. Відповідно, в процесі дослідження вирішено завдання:

1) проаналізувати особливості сучасної туристичної інфраструктури;

2) дослідити стан, нагальні проблеми та перспективи розвитку туристичної інфраструктури Львівщини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туристична інфраструктура, яка пов'язує різні сектори туристичної галузі, розглядається авторами під різними кутами зору. Так, В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух вважають її сукупністю штуч-

но створених рекреаційних закладів та супутніх об'єктів, побудованих за рахунок державного інвестування [3]. У той же час, В. С. Кравців, Л. С. Гринів та ін. відзначають, що вона є матеріальним і організаційним підґрунтям розвитку туризму, охоплюючи об'єкти розміщення, харчування, супутню та комунікаційну сферу [7], а також представляють історичну та культурну спадщину [4]. Зустрічається також доволі спірна, на наш погляд, думка щодо віднесення до туристичної інфраструктури об'єктів природного походження, які, скоріше, можна вважати інфраструктурними ресурсами.

Ми вважаємо, що туристична інфраструктура – це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (заклади гостинного господарства, санаторно-курортні та оздоровчі заклади, підприємства харчування, транспорту, інженерні мережі, а також заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів.

Індустріальний підхід до задоволення туристичного попиту сформував індустрію туризму як міжгалузевий комплекс із домінуючими внутрішніми організаційно-виробничими та фінансово-інформаційними зв'язками, з єдиною політикою кадрового забезпечення, яка ґрунтується на уніфікованих виробничих технологіях. Масове виробництво забезпечує здешевлення турпродукції, поставленої «на потік», навіть при індивідуалізації процесу споживання. Індивідуалізація турпродукту, тобто пристосування масового турпродукту до вимог і потреб конкретного споживача, все одно забезпечується системою маркетингових впливів, спрямованих на формування певного попиту (вид, місце відпочинку, сезон, термін, клас та інші параметри туру задаються виробником і пропагуються серед споживачів). Індустріалізація діяльності на ринку виробника обумовлює формування масових турпотоків, забезпечених відповідною транспортною інфраструктурою. На масовий туристичний потік розраховані сучасні засоби розміщення. Навіть потуж-

ності структурних складових індустрії туризму пов'язані між собою, наприклад місткість літаків та місткість готелів – збільшення попиту на авіаперевезення стимулювало створення аеробусів значної місткості і, відповідно, готельних комплексів, сконцентрованих у курортних зонах. Тобто масовий попит, який створюється й регулюється індустрією туризму шляхом проведення рекламних кампаній та інших маркетингових заходів, забезпечується інтегрованими транспортними, готельними, туроператорами, дозвілєвими структурами, які діють на конкурентній основі, і взаємодіють організаційно-технологічно як ланки одного стандартизованого обслуговуючого процесу. Такі організаційні форми діяльності позначилися і на просторовій організації туризму, зокрема шляхом формування курортних зон, районів, вузлів, оскільки територіальна концентрація виробництва також спрямована на зменшення витрат і здешевлення одиниці продукції.

ня, з точки зору системного підходу дозволяють виокремити функціонально-стадійні підсистеми, представлені сполученнями різномірних функціонально-галузевих елементів інфраструктури, що виконують однорідні функції в сфері туризму (табл. 1).

Завданням туристичної інфраструктури є забезпечення технологічної єдності транспортного, туристичного, культурного обслуговування, організації харчування, інших допоміжних операцій. Якість послуг значною мірою забезпечується належним рівнем підготовки кадрів, застосуванням сучасних технологій, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності підприємств на туристичному ринку, доступом до інженерних мереж тощо. Масштабність туристичного руху на теренах Західного регіону України обумовлює необхідність обов'язкового впровадження уніфікованих технологій і стандартів та контролю якості, що дозволить забезпечити відповідність тенденціям світового ринку послуг.

Таблиця 1

Компоненти туристичної інфраструктури [5, с. 312]

Підсистеми	Структури	Компоненти
Інституційно-організаційна	Правова	1. Законодавча і нормативна база 2. Митна служба 3. Консульська служба
	Фінансово-економічна	1. Система оподаткування 2. Система страхування 3. Фінансова система та обмінний курс валют
	Кадрова	1. Система підготовки кадрів 2. Система наукових досліджень і науково-дослідних розробок
Функціонально-господарська	Гостинності	1. Готельне господарство 2. Громадське харчування 3. Галузі сфери послуг з надання додаткових послуг
	Транспорту	1. Авіаційний 2. Автомобільний 3. Залізничний 4. Водний
	Туристичної та оздоровчої діяльності	1. Туристичні підприємства 2. Екскурсійні бюро 3. Санаторно-курортні установи 4. Оздоровчі заклади
Територіально-господарська	Туристичні ресурси	1. Природно-рекреаційні 2. Культурно-історичні 3. Інфраструктурні
	Соціально-демографічні	1. Населення 2. Розселення та історія формування території 3. Традиційна етнічна культура населення
	Господарські	1. Господарський комплекс території 2. Інфраструктурні системи 3. Адміністративно-територіальний устрій і система управління

Індустрія туризму на сьогоднішній день є міжгалузевим комплексом, який є елементом функціонально-компонентної структури господарства і інтегрованою системою галузей, виробництв та видів діяльності, об'єднаних загальною метою задоволення потреб споживачів. В основі виокремлення туристичної інфраструктури покладено об'єктивні системні функціональні, синергетичні, еволюційні та управлінські відносини, які характеризуються взаємопов'язаністю компонентів.

Комплексні зв'язки між підприємствами різних галузей, причетних до організації туристичного продукту, відповідно до етапів процесу обслуговуван-

Останніми роками Львівська область демонструє стрімкий розвиток елементів туристичної інфраструктури, чому особливо посприяло ефективне інвестування галузі в рамках підготовки до проведення великої міжнародної спортивної події у 2012 р. На розвитку підприємництва сфери туристичної інфраструктури в цілому позитивно позначилися процеси підготовки до чемпіонату Європи з футболу, однак попри жорсткі вимоги УЄФА, рівень якості послуг принципово не підвищився. Так, Т. О. Скрипко зазначає, що лише до 10% вітчизняних готелів відповідають міжнародним стандартам, а введена ще у 2008 р. обов'язкова сертифікація містить стан-

дарті, розроблені без урахування європейського досвіду [9]. Серед основних проблем розбудови туристичної інфраструктури автор називає невідповідність внутрішніх і зовнішніх механізмів регулювання розвитку, невизначеність подальшого використання об'єктів для окупності інвестиційних проектів. До того ж, майже повне фінансування з держбюджету розвитку інфраструктури звело нанівець бажання суб'єктів господарювання запроваджувати власні проекти. Підготовка до міжнародного заходу спонукала до зниження рівня оподаткування відповідних підприємств. Однак, попри достатньо низький рівень сервісу й комфорту, вартість проживання у вітчизняних готелях для іноземних гостей виявилися в 3-5 разів дорожчою, аніж у Польщі.

Серед гострих проблем туристичної галузі Львівщини необхідно особливо виділити невідповідність наявної туристичної інфраструктури світовому рівню та сучасним вимогам споживачів туристичного ринку. Значимо, що ускладнюють ситуацію вівозі, митні та прикордонні процедури, які не відповідають загальноприйнятій міжнародній практиці. Наявність великої кількості дрібних приватних санаторно-курортних, рекреаційних та інших закладів розміщення ускладнює стандартизацію туристичних послуг, контроль їх якості та гальмує впровадження ефективних механізмів регулювання розвитку.

Як показало дослідження, властивостями туристичної інфраструктури Львівщини є:

- ієрархія цілей функціонування компонентів і елементів;
- складність внутрішньої побудови;
- різноманітність зовнішніх та багаторівневість внутрішніх виробничо-технологічних, інформаційних, організаційно-управлінських, фінансово-економічних комплексують зв'язків;
- поетапність споживання та організації обслуговування.

Вивчення туристичної інфраструктури Львівщини засвідчило, що досліджуваний регіон характеризується розвинутим оздоровчо-відпочинковим комплексом (понад 250 закладів, кількість оздоровлених за останні 3 роки склала майже 1 млн. осіб), потужною гірськолижною базою та різноманітним спектром форм туризму – культурологічний, кваліфікований, релігійний, екотуризм та агротуризм.

На території Львівщини зареєстровано понад 4000 пам'яток історії та культури, половина з яких зосереджена у Львові. На її території знаходяться Національні парки “Сколівські Бескиди” та “Яворівський”, спеціальні економічні зони “Курорт-поліс Трускавець” та “Яворів” [2].

Функціонально-господарські (виробничо-технологічні, інформаційно-комунікативні, фінансово-економічні) зв'язки, задіяні у створенні та реалізації туристичного продукту, здійснюються системою підприємств з надання послуг гостинності, транспорту та посередницьких послуг з організації туристичної подорожі, які складають ядро інфраструктури індустрії туризму. Саме ці горизонтальні функціонально-інтегративні за сутністю зв'язки визначають названу підсистему як туристичну галузь.

Стан транспортної інфраструктури Львівщини характеризується високою щільністю транспортної мережі, проте незадовільним технічним станом і невідпо-

відністю світовим стандартам. Це вимагає розробки цільової програми формування транспортних полімагістралей із розвинутою інфраструктурно-логістичною системою, здатною опрацьовувати зростаючий транспортний потік з мінімальними витратами часу.

Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини охоплює також специфічні інформаційні системи зв'язку і комунікацій, що забезпечує покращення логістики різноманітних служб сервісу та організацію культурно-розважального обслуговування.

Висновки. Таким чином, туристична інфраструктура має інтегративно-диверсифікаційний характер, а якість туристичного продукту напряму залежить від ступеня її розвиненості. Регіональний туристичний комплекс є одночасно ресурсом і умовою розвитку індустрії туризму на території Західного регіону України, а також чинником формування територіальної структури національного туристичного продукту. Відтак, серед нагальних питань інфраструктурної розбудови визнано покращення економіко-правових та організаційних умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, активізація інформаційно-рекламної з метою створення єдиної інформаційно-туристичної інфраструктури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України від 01.08.1995 – 1995 р., № 31, стаття 241. В редакції Закону № 1282-IV від 18.11.2003, із змінами, внесеними згідно із Законом № 1276-VI від 16.04.
2. Гарбера О. Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України. / О. Є. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. – 2009 – № 23. – С. 29-31.
3. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / [упоряд. В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух]. – К.: Слово, 2006. – 372 с.
4. Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму [Електронний ресурс] / Д. А. Корнева. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyruzsm.pdf.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.
6. Музиченко-Козловська О. В. Розвиток туристичної інфраструктури – визначальний чинник туристичної привабливості території / О. В. Музиченко-Козловська // Вісник НУ «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку – 2011. – №. 714. – С. 229-237.
7. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери / [В. С. Кравців, Л. С. Гринів, М. В. Копац, С. П. Кузик]. – Львів: НАН України. – 1999.
8. Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011-2013 роки, рішення Львівської облради від 24.05.2011 № 136. – http://www.oblrada.lviv.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=78&Itemid=48.
9. Скрипко Т. О. Шляхи підвищення конкурентоспроможності малого підприємництва за результатами чемпіонату ЄВРО-2012 / Т. О. Скрипко // Наук. вісник НЛУУ, 2012. – Вип. 22.9. – С.162-166.

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ СИСТЕМ

Обґрунтована доцільність застосування логістичного менеджменту при формуванні інтегрованих систем в АПК України. Запропоновані логістичні підходи до управління потоковими процесами в межах окремих учасників інтегрованої системи та в межах логістичного ланцюга. Удосконалена методологія логістичного менеджменту та її складові.

Ключові слова: інтегрована система, логістичний менеджмент, учасники інтегрованої системи, логістична система, логістичний ланцюг

Mitsenko N.

LOGISTIC MANAGEMENT - INSTRUMENT OF INTEGRATED SYSTEMS EFFECTIVE FUNCTIONING FORMING AND PROVIDING

Grounded expedience of logistic management application at Ukraine APC integrated systems forming is grounded. The logistic ways of streaming processes management within the limits of integrated system separate participants and within the limits of logistic chain are offered. The methodology of logistic management and its constituents are improved.

Keywords: integrated system, logistic management, integrated system participants, logistic system, logistic chain

Вступ. Стратегічна роль в забезпеченні функціонування будь-яких підприємств в сучасній економіці належить логістичному менеджменту. Це стосується, передусім, тих суб'єктів господарювання, діяльність яких пов'язана з організацією руху матеріальних, інформаційних, фінансових та інших потоків. Формування інтегрованих систем із замкнутим технологічним циклом в АПК України та забезпечення їх ефективного функціонування вимагає пошуку шляхів узгодження економічних інтересів і господарських зв'язків як між ланками єдиного технологічного циклу, так і між окремими учасниками системи. Вважаємо, що дієвим інструментом такого узгодження є використання логістичного менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз спеціальної літератури засвідчив, що самі поняття логістики та логістичного менеджменту, незважаючи на їх активне застосування, залишаються суперечливими, невизначеними неоднозначно. Значною мірою це пояснюється генезою наукових підходів до тлумачення логістики як науки, як концептуального підходу до провадження бізнесу. Попри існування значної кількості фундаментальних публікацій науковців США та Західної Європи з логістики, в працях українських вчених спостерігається значний вплив наукових шкіл, сформованих в СРСР та Російській Федерації. Як зазначають автори монографії [8, с. 307], визначальним для розмежування зазначених понять має бути дефініція, наведена у глосарії до «Стандартів з логістики та управління ланцюгами постачань» Європейської логістичної асоціації, згідно з якою «...логістика -

це планування, виконання і контроль руху та розміщення людей і (або) товарів, а також підтримуючі дії, пов'язані з таким рухом і розміщенням, в межах економічної системи, створеної для досягнення специфічних цілей» [20]. Як видно, зміст логістики охоплює «...безпосередню операційну діяльність з переміщення елементів матеріального потоку та розміщення необхідних для цього засобів виробництва (будівель, споруд, обладнання тощо)» [там же]. Отже, логістичний менеджмент – це інтегрована функція суб'єкта господарювання, яка координує та оптимізує всі його логістичні дії, об'єднуючи їх з усіма іншими видами діяльності (маркетингом, комерційною діяльністю, виробництвом, фінансами, інформаційними технологіями).

Наголошуючи на здатності логістичного менеджменту забезпечувати підприємству досягнення максимального можливих результатів за умови ефективного використання наявних ресурсів, Є. Крикавський [5] використовує термін «логістико-орієнтоване управління». Л. Фролова стверджує, що «...змістом логістичного менеджменту і його основною характерною рисою є спрямованість на оптимізацію економічних взаємозв'язків підприємства з його постачальниками і одержувачами продукції в конкурентному ринковому середовищі» [16, с. 25].

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування необхідності та доцільності застосування логістичного менеджменту для формування та розвитку інтегрованих систем в агропромисловому комплексі України.

Виклад основного матеріалу. Діяльність, спрямована на управління матеріальними, інформаційними і фінансовими потоками в економічних системах, що об'єднують кількох суб'єктів господарювання, трактується Європейською логістичною асоціацією як «управління ланцюгами постачань (Supply Chain Management)»: «SCM - це організація, планування, контроль та регулювання товарного потоку, починаючи з отримання замовлення і закупівлі сировини і матеріалів для забезпечення виробництва товарів, і надалі - через виробництво та розподіл – доведення його з оптимальними витратами ресурсів до кінцевого споживача відповідно до вимог ринку» [20]. Тому, на нашу думку, логістичний менеджмент доцільно визначати як концептуальний та методичний інструмент управління діяльністю учасників інтегрованих систем, задіяних у ланцюгах постачань.

Логістичний менеджмент передбачає управління поточковими процесами як в межах окремого учасника інтегрованої системи, задіяного в логістичних ланцюгах, так і в межах логістичного ланцюга, утвореного кількома учасниками інтегрованої системи. В організаційних межах окремого учасника (фермерське господарство, заготівельне підприємство, переробне підприємство, роздрібне торговельне підприємство, тощо) логістичний менеджмент спрямований на об'єднання діяльності всіх організаційних підрозділів та функціональних служб підприємства з метою найкращого виконання покладених функцій за умови досягнення оптимального фінансового результату. В переважній більшості випадків досягнення такої мети лише за рахунок внутрішньофірмової координації не може бути забезпечене, що обумовлює потребу у виході за межі окремого підприємства та залученні в єдину систему як споживачів, так і постачальників сировини, продукції та послуг. Розгляд підприємств-учасників в інтеграційному логістичному середовищі із чітко визначеними внутрішніми і зовнішніми зв'язками є запорукою досягнення синергійного ефекту логістичної інтеграції. Цей ефект проявляється в отриманні вигод не лише споживачами, а й постачальниками, виробниками, логістичними операторами тощо; раціоналізації організаційної структури підприємств; зниженні рівня витрат; системному управлінні підприємствами; зниженні запасів сировини, готової продукції; усуненні зайвих логістичних функцій та процесів тощо. Таким чином, стратегічні інтереси учасників інтегрованих систем спонукають керівників служб логістики до подолання міжфірмових кордонів та налагоджування ефективних взаємозв'язків по всій довжині логістичного ланцюга, який, по суті, є основною формою прояву інтеграційних процесів у сфері логістики.

За результатами узагальнення літературних джерел встановлено, що українські та зарубіжні вчені під логістичним ланцюгом розуміють «...лінійно упорядковану множину фізичних і юридичних осіб, котрі виконують логістичні операції, спрямовані на доведення матеріального потоку від

однієї логістичної системи до іншої або до кінцевого споживача» [12, с. 122]. За твердженням А. Гаджинського [3], логістичний ланцюг є основою більш складного логістичного формування, в якому виразно проявляються інтеграційні властивості та зв'язки, – логістичної системи. При цьому дефініція логістичної системи, як і ключовий термін «логістика», в сучасній теорії залишається об'єктом активної наукової дискусії (табл. 1).

На нашу думку, найбільш коректним і логічним є підхід В. Г. Черевка і Н. С. Струк, відповідно до якого під логістичною системою потрібно розуміти: «...1) сукупність певних суб'єктів господарювання, які об'єднані у логістичному ланцюгу; 2) сукупність виробничих об'єктів – цехів, складів, терміналів, функціональних зон, окремих робочих місць, в яких виконуються логістичні операції над елементами матеріального потоку, і для чого у них використовуються різноманітні види обладнання; 3) сукупність дій, які потрібні, щоб відбувався рух матеріального потоку в логістичному ланцюгу загалом і на його окремих стадіях» [17, с. 57].

При цьому погоджуємось з авторами монографії [8, с. 312-313], що комплекс логістичних операцій та процесів, які здійснюються підприємством з метою доведення матеріальних потоків до інших учасників логістичного ланцюга або до кінцевих споживачів товарів, слід вважати комплексом логістичної діяльності підприємства. Натомість, вважаємо, що управління функціонуванням логістичної системи (щодо формування складу її учасників, розвитку задіяних до процесів опрацювання матеріального потоку об'єктів, виконання комплексу логістичних операцій, що забезпечують рух матеріального потоку чи його окремих елементів) із застосуванням ідей, методик та інструментарію логістичного менеджменту, являє собою процес управління системою логістики підприємства.

Центральне місце в системі логістики відіграють процеси руху матеріального потоку, необхідними умовами існування якого є, по-перше, наявність певної (достатньо значної) кількості об'єктів (елементарних одиниць продукції, сировини, товарів тощо), над якими виконуються певні дії, що забезпечують їх рух у просторі та часі (логістичні операції), по-друге, виконання цих дій протягом достатньо тривалого періоду часу на засадах неодноразовості самого виконання даних дій, в результаті чого процеси переміщення зазначених об'єктів набувають повторюваності, циклічності, систематичності, системності. Оперативне завдання логістичного менеджменту полягає у розміщенні сировини, незавершеної та готової продукції в місцях їх отримання, виготовлення, споживання з таким розрахунком, щоб обсяги їх запасів відповідали потребам відповідного підприємства-учасника інтегрованої системи, що є проміжним споживачем у логістичному ланцюгу, або ж фізичної особини кінцевого споживача, і при цьому їх зберігання обумовлювало б виникнення мінімально можливих витрат, пов'язаних з організацією та управлінням матеріальними потоками.

Таблиця 1

Тлумачення дефініції «логістична система» у літературних джерелах

Визначення	Автор, джерело
Адаптивна система із зворотними зв'язками, яка виконує логістичні функції (операції), складається з підсистем і має розвинуті внутрішньосистемні зв'язки та зв'язки із зовнішнім середовищем	Родніков А. Н. [12, с. 23]
Адаптована (самоналагоджувана та самоорганізована) система з оберненим зв'язком, що виконує логістичні функції та логістичні операції і складається, зазвичай, із декількох систем та має розвинуті зв'язки із зовнішнім середовищем	Сумець А. М. [14, с. 120]
Складна організаційно завершена (структурована) економічна система, яка складається з елементів (ланок), взаємопов'язаних в єдиному процесі управління матеріальними та відповідними потоками і об'єднаних внутрішніми або зовнішніми цілями функціонування бізнесу	Сергєєв В. І. [13, с. 76]
Складна організаційно завершена (структурована) економічна система, що складається з елементів, взаємо-залежних у єдиному процесі управління матеріальними і супутніми їм потоками	APICS Dictionary [19, с. 33]
Об'єднання виробничих, торговельних та/або транспортних підприємств, їх структурних підрозділів або окремих діляниць разом з комплексом технічних засобів та дій, які забезпечують доведення матеріальних (в т.ч. товарних) потоків від пунктів їх зародження із залученням різноманітних виробників та посередників до кінцевих споживачів шляхом виконання над ними відповідних логістичних операцій (складування, зберігання, перевезення, укрупнення/розукрупнення партій вантажів, збирання, обробка, передавання інформації про параметри потоку)	Малков О. Б. [7, с. 32]
Організаційно-управлінський механізм координації, який дає змогу досягти ефекту завдяки чіткій злагодженості у діях спеціалістів різноманітних служб, які беруть участь в управлінні матеріальним потоком	Кальченко А. Г. [4, с. 34]
Система, в якій здійснюється інтегроване розміщення матеріалів, продуктів та відповідної інформації, що уможливає оптимізацію управління ланцюгом поставок	Крикавський Є. В. [5, с. 63]
Спеціально організована інтеграція логістичних елементів (ланок) у межах певної економічної системи для оптимізації процесів трансформації матеріального потоку	Леншин І. А., Смольняков Ю. І. [6, с. 16]
Складна система, що складається із сукупності елементів (ланок логістичної системи), між якими встановлені певні функціональні зв'язки і відносини	Пономарьова Ю. В. [11, с. 35]
Планування та координація всіх аспектів фізичного просування матеріалів, компонентів і готової продукції для мінімізації загальних витрат та забезпечення бажаного рівня сервісу	Мітько О. А., Альбеков А. У., Федько В. П. [9.]
Компанії – корпорації (юридичні особи) або група юридичних осіб, взаємопов'язаних спільним бізнесом (корпоративні структури у формі фінансово-промислових груп, холдинги)	Барикін С. Є. [1, с. 8]

Сукупність матеріальних (і пов'язаних з ними інформаційних, фінансових, сервісних) потоків у межах інтегрованої системи та комплекс процесів просування матеріальних цінностей у зазначеній системі разом з необхідними для їх здійснення запасами та технічною інфраструктурою є основними об'єктами логістичного менеджменту. При цьому роль та ефективність логістичного менеджменту полягають не лише і не стільки в мінімізації логістичних витрат, скільки в наданні бізнесу суттєвих конкурентних переваг за рахунок зміни концепції та стратегії його здійснення відповідно до засад логістичного менеджменту.

Як показав проведений автором аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців, існують різні підходи щодо трактування терміну «логістичний менеджмент» та його генези. Його інтерпретують як бізнес-логістику, дистрибуцію, систему швидкого реагування, фізичний розподіл, промислову логістику, управління каналами постачань, матеріальний менеджмент, управління ланцюгами постачань, тощо. Серед надбань українських науковців варто відзначити праці таких вчених, як Є. Крикавський, М. Окландер, Л. Фролова та ін. Так, Є. Крикавський визначив логістичний менеджмент як менеджмент у логістичних системах на засадах теорії логістики, що передбачає поєднання логістики та менеджменту як «комплексної локалізованої системи управління матеріальними та інформаційними потоками» [5, с. 177]. М. Окландер [10] сформулював перелік основних функцій менеджменту логістики підприємства: формування та розробка системи логістики у відповідності з її концептуальними принципами і положеннями; розробка та реалізація стратегії логістики відповідно до ринкової стратегії підприємства; комплексне управління логістичною системою підприємства з метою раціоналізації поточкових процесів; координація взаємопов'язаних функцій управління підприємством; вирішення проблем специфіки та індивідуальності підприємства. Л. Фролова систематизувала основні критерії логістичного менеджменту: орієнтованість на оптимізацію параметрів життєдіяльності логістичної системи в цілому та окремих її ланок; ситуаційність логістичного управління; його гнучкість; безперервність; оперативність та економічна доцільність [16]. Серед найбільш відомих думок зарубіжних науковців відзначимо трактування даного терміну: Д. Бауерсоксом та Д. Клоссом, які вбачають сутність логістичного менеджменту у створенні і налагодженні таких систем управління потоками матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва і запасів готової продукції, які б служили опорою для ділової стратегії суб'єкта господарювання [2]; В. Сергеевим, який розглядає «логістичний менеджмент» у двох аспектах: як своєрідне адміністрування логістичної системи, тобто виконання основних управлінських функцій (організація, планування, регулювання, координація, контроль, облік та аналіз), для досягнення цілей логістичної системи та як персонал, що управляє логістичним процесом [13]; Радою логістичного менеджменту, яка визначає дане поняття як частину процесу у ланцюзі поставок, в ході якого планується, реалізується і конт-

ролюється ефективний і виробничий потік товарів, їх запаси, сервіс та пов'язана з ними інформація від джерела зародження до точки споживання з метою задоволення потреб споживача [20].

Разом з тим, загально визнано, що в основу логістичного менеджменту покладено т. зв. логістичний підхід, який передбачає „вдосконалення управління матеріальними потоками на основі системного підходу та теорії економічних компромісів для отримання синергічного ефекту”, „...організацію і управління потоковими процесами в економічній діяльності на основі побудови логістичних систем і ланцюгів з метою оптимізації потоків товарно-матеріальних цінностей у взаємозв'язку з інформаційними, фінансовими і сервісними потоками” [16, с.11, 29-30]. Специфіка логістичного підходу у сферах виробництва та обігу полягає у виділенні єдиної функції управління матеріальними потоками та інтеграції окремих ланок товаропровідного ланцюга в єдину систему.

За твердженням А. Д. Чудакова [18], логістичний підхід передбачає, що: об'єктом логістики є єдиний потоковий процес руху матеріальних ресурсів, над якими виконуються т. зв. логістичні операції; оптимізація руху матеріальних та відповідних їм інформаційних, фінансових та інших потоків забезпечується завдяки інтеграції діяльності всіх учасників операцій з даними потоками із створенням логістичних ланцюгів і логістичних систем; визначальною умовою при побудові логістичних формувань є орієнтація на інтереси кінцевого споживача. Дані положення формують підґрунтя концепції логістики (на наш погляд, точніше визначити її як концепцію логістичного менеджменту), основною метою якої є задоволення потреб конкретних споживачів шляхом доставки продукції за принципом “just in time” при мінімальних витратах трудових і матеріальних ресурсів. Реалізація зазначеної мети передбачає досягнення відповідності логістичної діяльності всіх учасників інтегрованої системи з постачання елементів матеріального потоку в логістичному ланцюгу т.зв. «правилам (вимогам, умовам) логістики», які традиційно визначались як «6R (rights): «вантаж», «якість», «кількість», «місце», «час», «витрати», але в сучасному варіанті доповнюються також умовами «споживач», «персоніфікованість», «сервіс» тощо.

Система поглядів щодо принципів, які визначають характер та спрямованість управлінських рішень з реалізації функцій планування, організації, контролю, регулювання матеріального потоку та загалом логістичної діяльності підприємств-учасників інтегрованої системи, а також способів, прийомів, порядку і процедур імплементації зазначених рішень в практику їх господарської діяльності, на наш погляд, має бути визначена як концепція логістичного менеджменту. До концептуальних положень логістичного менеджменту слід віднести:

– реалізацію системного підходу під час аналізу та моніторингу логістичних ланцюгів і логістичних систем, координацію та узгодження функцій учасників інтегрованої системи по досягненню спільної мети;

– індивідуалізацію вимог щодо засобів і знарядь праці, задіяних у логістичних процесах, відповідно до специфіки матеріального потоку;

– спроможність інтегрованих систем до адаптації в умовах невизначеності зовнішнього середовища шляхом використання методологічного апарату логістичного менеджменту;

– облік логістичних витрат в розрізі кожної логістичної функції на всій довжині логістичного ланцюга для кожної складової матеріального потоку і їх врахування під час прийняття управлінських рішень;

– створення сприятливих умов праці на кожному робочому місці у межах логістичного ланцюга, гуманізацію технологічних процесів, запобігання шкідливому впливу інтегрованої системи на зовнішнє середовище;

– розвиток логістичного сервісу, орієнтованого на споживача, забезпечення гнучкості, надійності та високої якості логістичних процесів.

Основою для забезпечення адекватності управлінських рішень вимогам практики організації логістичної діяльності мають бути: орієнтація на матеріальні потоки як на вихідний пункт для створення логістичних ланцюгів та логістичних систем (згідно сучасної парадигми логістики, яка отримала назву «інтегральної», саме матеріальний потік є основним інтегратором логістичної діяльності всіх учасників інтегрованої (логістичної) системи [13]); актуалізація питань оптимізації матеріальних потоків, підвищення їх швидкості при збереженні функціональних параметрів та покращенні економічних результатів підприємств-учасників; можливість децентралізації окремих логістичних функцій та їх автономне виконання за умови гарантування досягнення загальної критерію оптимізації інтегрованої (логістичної) системи та її ефективності.

Наголосимо, що найбільш важливими принципами логістичного менеджменту слід вважати: системність; комплексність; координацію дій усіх ланок логістичної системи; інтеграційність зв'язків; впровадження ефективної інформаційної бази; адаптованість. Безпосередню реалізацію зазначених принципів під час формування та розвитку інтегрованих систем покликана забезпечувати методологія логістичного менеджменту (рис. 1).

Висновки. Сутність логістичного менеджменту слід розглядати як систему управління, яка на засадах логістичного підходу об'єднує, координує та оптимізує комплекс логістичних дій управлінського персоналу функціональних ланок інтегрованої системи, а також забезпечує інтеграцію логістичної діяльності підприємств-учасників та інших контрагентів у процесі здійснення та управління потоками на всій довжині логістичного ланцюга «постачання – виробництво – збут» у межах логістичної системи.

Встановлено, що основний економічний ефект від застосування логістичного менеджменту утворюється за рахунок: зниження запасів до оптимальних на всіх ділянках руху матеріального потоку та у всіх ланках логістичного ланцюга, що дозволяє вивільнити іммобілізовані фінансові ресурси та скоротити витрати на утримання запасів; скорочення тривалості руху кожного елемента матеріального потоку від початкової до завершальної ланки логістичного ланцюга шляхом чіткого планування, організації та інтеграції окремих етапів, завдяки чому скорочується тривалість виробничо-логістичного циклу руху матеріалів та досягається зростання оборотності виробничого капіталу; зменшення транспортних витрат внаслідок більш ефективного використання транспортних засобів та вибору оптимальних схем матеріало- та товаропросування, в



Рис. 1. Методологія логістичного менеджменту [удосконалено за : 15]

результаті чого знижується собівартість продукції (товарів) та зростає її конкурентоздатність; скорочення частки ручної праці через оптимізацію транспортно-технологічних схем опрацювання вантажів.

Логістичний менеджмент, забезпечуючи фізичне просування матеріальних ресурсів до виробника і товарної маси до покупця на засадах логістичного підходу, пов'язує виробника, транспорт і споживача в єдину мобільну узгоджену економічну систему.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барькин С. Е. Логистическая система управления финансами корпоративных структур / С. Е. Барькин. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 173 с.
 2. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс. – М. : ЗАО «Олимп- Бизнес», 2001. – 640 с.
 3. Гаджинский А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 375 с.
 4. Кальченко А. Г. Логистика : підручник / Кальченко А. Г. – К. : КНЕУ, 2003. – 284 с.
 5. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії / Є. В. Крикавський. – Львів : НУ «Львівська політехніка», „Інтелект-Захід”, Львів, 2006. – 456 с.
 6. Леншин И. А. Логистика. Ч. 1 / И. А. Леншин, Ю. И. Смольняков. – М. : Машиностроение, 1996. – 246 с.
 7. Маликов О. Б. Деловая логистика / Маликов О. Б. – СПб : Политехника, 2003. – 223 с.
 8. Механізми стабілізації й розвитку діяльності підприємств : монографія / [під ред. О. О. Шубіна, Л. В. Фролової]. – Донецьк : Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2013.- 513 с.
 9. Митько О. А. Логистика коммерции / Митько О. А., Альбеков А. У., Федько В. П. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. – 512 с.
 10. Окландер М. А. Логістика : підручник / М. А. Окландер. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 346 с.
 11. Пономарьова Ю. В. Логістика : навч. посіб. / Ю. В. Пономарьова. – [2-е вид., перероб. та доп.]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
 12. Родников А. Н. Логистика : терминологический словарь / Родников А. Н. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 352 с.
 13. Сергеев В. И. Менеджмент в бизнес-логистике : монография / Сергеев В. И. – М. : ИИД «ФИЛИНЪ», 1997. – 772 с.
 14. Сумец А. М. Логистика : учеб. пособ. / А. М. Сумец. – Х. : Изд-во НУА, 2005. – 132 с.
 15. Тридід О. М. Логістика : навч. посіб. / О. М. Тридід, Г. М. Азаренкова, С. В. Мішина, І. І. Борисенко. – К. : Знання, 2008. – 566 с.
 16. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством : монографія / Л. В. Фролова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 322 с.
 17. Черевко Г. В. Вдосконалення управління матеріально-інформаційними потоками підприємств АПК на засадах логістики : монографія / Г. В. Черевко, Н. С. Струк. – Львів : Ліга-Прес, 2012. – 352 с.
 18. Чудаков А. Д. Логистика : учебник / Чудаков А. Д. – М. : Изд-во РДЛ, 2001. – 480 с.
 19. APICS Dictionary. 8th Edition. American Production and Inventory Control Society, Inc. 1995.
- Supply Chain and Logistics Terms and Glossary [Електронний ресурс]. // Updated October 2006. – Режим доступу : www.logisticsservicelocator.com/resources/glossary03.pdf

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

У статті розглянуто проблеми та перспективи малого підприємництва, проаналізовано значення малих підприємств як структуротворчого елемента національної економіки, розглянуто значення малого підприємництва у процесі інтеграції національної економіки в глобальну економіку.

Ключові слова: малі підприємства, підприємницька діяльність, економічні показники, державне регулювання

Aporij H., Nedilka K.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF SMALL BUSINESS IN UKRAINE

The article deals with the problems and perspectives of small businesses, analyzed the importance of small businesses as a structure-forming element of the national economy, small businesses are considered important in the integration of national economies into the global economy.

Keywords: small business, entrepreneurship, economic performance, government regulation

Вступ. На сьогоднішньому етапі формування економічних відносин важливу роль як в Україні так і в світі відіграє господарська система. Особливу увагу потребують малі форми господарювання – малий бізнес. Саме мале та середнє підприємство дає змогу в найкоротший термін здійснити структурну перебудову економіки, сприяє насиченню ринка товарами та послугами і формуванню середнього класу. Проте, в сучасних умовах господарювання за нестійкої економічної, політичної ситуації, фінансової кризи діяльність малих підприємств гальмується наявністю суттєвих проблем і перешкод у даній сфері, що призводить до уповільненості та диспропорційності їх розвитку.

Ось чому, для України на сьогоднішній день особливо актуальним є розробка та реалізація обґрунтованої та ефективної державної політики підтримки розвитку малого бізнесу та стимулювання такої підприємницької діяльності, що є основою економічного та соціального благополуччя держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження розвитку малих підприємств, здійснили такі вчені: Г. Білоус, З. Ватаманюк, Л. Воротін, А. Гальчинські, Ю. Клочко, О. Кужель, В. Новикова, Д. Ляпін, В. Ляшенко, А. Мельник, О. Микитюк, І. Михасюка, Ю. Палкін, Є. Панченко, С. Панчишин, В. Савчук, В. Сизоненко, В. Степаненко, М. Чумаченко та ін. Регіональні аспекти розвитку малого підприємництва найбільш детально розглянуті в роботах З. Варналія, С. Демченка, І. Кузнецової, А. Павлюк.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд стану і тенденцій розвитку малого підприємництва в Україні в умовах сьогодення, оцінка основних недоліків та визначення перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найбільш динамічним елементом структури народного господарства, що постійно змінюється, є мале підприємство і сьогодні його розвиток в регіонах

України здійснюється в умовах незбалансованої політики держави, яка спричиняє ряд проблем, що стають все більш нагальними і пов'язані насамперед з недооцінкою ролі й значення малих підприємств. Слід зауважити, що саме мале підприємство значно сприяє соціальному та регіональному розвитку, оскільки виступає прикладом ініціативності та дієвості, а головне – є значним джерелом надходжень до місцевих бюджетів. На сучасному етапі мале підприємство як самостійний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову в економіці регіону та країни, робить вагомий внесок у збільшення загальних обсягів виробництва, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції, забезпечує сильні стимули до інноваційної та високоєфективної праці. Мале підприємство представляє собою найбільш гнучку, динамічну і масову форму організації господарської діяльності. Саме у цьому секторі створюється та знаходиться в обігу основна частина національних ресурсів, які є живильним середовищем розвитку економіки будь-якої країни. Світовий досвід і практика господарювання показує, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Саме цей сектор економіки впливає на структуру економіки та розширює сферу свободи ринкового вибору, характеризується раціональними формами управління, забезпечує більш швидку реалізацію нових бізнес-ідей.

До основних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні відносять:

- неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;

- високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;

- недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
- обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
- недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності [1].

Заснування власного підприємства стримується головним чином складнощами безпосередньо відкриття власної справи. Нині умови для розвитку бізнесу і справді не найкращі, підприємці нарікають на низькі прибутки, недоступність ресурсів, високі податки. Кількість невдалих бізнес-проектів вражає: за статистикою, 30% новостворених підприємств, закриваються. Велика кількість початківців, які розпочинають власний бізнес, іноді не мають достатньої кількості необхідної інформації про процес реєстрації нового підприємства, мають змогу отримати її в державних органах реєстрації. Також нині існує значний ряд спеціальних консалтингових фірм, які надають інформацію, поради і зразки необхідних документів. В цілому ж, величезним мінусом у процесі реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності в Україні є значні витрати часу, грошей і зусиль, тому ця операція наразі залишається трудомісткою і складною, особливо у порівнянні з тим, як це відбувається в економічно розвинених країнах. Досвід початківців і підприємців, що вже діють, показав, що 75% їх на перше місце серед інших проблем ставлять дефіцит фінансів. Власних капіталів більшість не має, банківські кредити дають на 2-3 місяці з високою процентною ставкою, а інших доступних джерел фінансової підтримки малого бізнесу в Україні не існує [2].

Таким чином, шляхи вирішення проблем малого бізнесу в Україні можна покращити за рахунок :

- 1) створення раціональної нормативно-правової бази, що включає:
 - розробку і прийняття нової спрощеної системи бухгалтерського і податкового обліку та звітності малих підприємств;
 - прийняття закону «Про малий бізнес», який регулюватиме всі економічні та правові аспекти забезпечення розвитку малого підприємництва;
- 2) організації фінансової підтримки і допомоги малому бізнесу внаслідок:
 - створення спеціальних установ для кредитування малих підприємств;
 - використання Фонду сприяння зайнятості населення на розвиток малих підприємств;
 - спрощення податкового законодавства і зменшення кількості зборів і відрахувань;
 - віднесення на собівартість витрат, що пов'язані з формуванням страхового фонду в процесі кредитування;
 - надання малим підприємствам державних гарантій у вигляді державних боргових зобов'язань.

- 3) організаційного забезпечення малого бізнесу з:
 - впровадженням регіональних програм підтримки і розвитку малих підприємств;
 - створенням незалежної системи реєстрації та ліквідації малих підприємств;
 - організацією роботи окремої ланки виконавчої влади, яка би займалася виключно питаннями малого бізнесу.

4) створення забезпеченості інформацією та кадрами, що включає:

- створення спеціалізованих консультативних центрів по наданню інформації підприємцям;
- покращення освітніх програм напрямків підприємництва і бізнесу;
- організація програм підготовки і перепідготовки кадрів за державний рахунок.

На сьогоднішній день малий бізнес в Україні створює 5-6% ВВП. Якщо врахувати «тіньову економіку», за приблизними оцінками фахівців близько 30% населення зайняті в малому бізнесі. Влада не шанує своєю увагою і турботою малий бізнес, оскільки вбачає в ньому лише злісних неплатників податків і соціальних внесків. Основний аргумент чиновників – навіщо підтримувати те, що складає малу частку ВВП країни.

Висновки. Отже, ситуація щодо розвитку малого підприємництва в Україні залишається на такому ж незадовільному рівні. Головними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні є: відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва; неймовірно важкий тягар оподаткування; низькі темпи та перекося в процесі реформування власності; відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу; обмеженість або повна відсутність матеріальних фінансових ресурсів; недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємництва, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення. Законодавчі органи і надалі намагаються усувати основні недоліки, проте поки що не досить ефективно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванілов О. С. Економіка підприємства / О. С. Іванілов. К., 2009. – 729 с.
2. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. 2010. – №1(26). – С.16-18.
3. Україна. Закона. Про сприяння розвитку малого підприємництва в Україні від 10 червня 2012 року № 2157 – 14 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakonz.rada.gov.ua/laws/show/2157_14
4. Єфименко Т. І. Податковий кодекс України як перший крок на шляху реформування вітчизняної податкової системи / Т. І. Єфименко // Фінанси України. 2010. – №12. – С. 3-11.
5. Тенденції становлення малого підприємництва в Україні / Варналій З. // Ринкові перетворення. – С. 58-64.

ЕКОНОМЕТРИЧНА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У статті наведено та систематизацію транспортно-логістичних послуг; проаналізовано стан надання їх надання; розглянуто методику прогнозування рівня економіко-організаційного забезпечення діяльності для логістичного підприємства на основі застосування економетричного моделювання; виявлено основні взаємозв'язки параметрів оцінки моделі.

Ключові слова: вантаж, економетрична модель, логістичні та транспортні послуги, логістичне підприємство, модель тренду, обслуговування.

Oleksyn S.

ECONOMETRIC MODELS ECONOMICS AND ORGANIZATIONAL SUPPORT OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF LOGISTICS SERVICES

The article describes and systematization of transportation and logistics services, analyzes the state of their provision, the technique of predicting the level of economic and organizational support activities for logistics enterprises on the basis of econometric modeling identified the major parameters of the relationship assessment model.

Keywords: cargo, econometric model, logistics and transportation services, logistics company, model trend, service.

Вступ. У світовій економічній системі логістичний сервіс є найбільш ефективним, ринково орієнтованим засобом управління матеріальним потоком із найменшими витратами за усім логістичним ланцюгом. Неєфективна логістика, недосконалі митні процедури та запізнений розвиток логістичної інфраструктури здійснюють негативний вплив на рівень конкурентоспроможності підприємств сфери торгівлі та завоювання ними нових ринків. Розвиток логістичної інфраструктури є однією із передумов активізації динаміки міжнародної торгівлі та інвестиційної привабливості України. Однією з основних тенденцій у розвитку логістичної інфраструктури є поява та розвиток логістичних розподільчих центрів які формують та удосконалюють систему транспортно-логістичних послуг. Із їх появою створюються об'єктивні передумови стосовно практичного запровадження тристоронньої схеми доставки вантажів: виробник – логістичний розподільчий центр – торгівельне підприємство. Стосовно України, велике значення має створення та прискорений розвиток логістичних розподільчих центрів із подальшою інтеграцією з міжнародною логістичною інфраструктурою. Це в свою чергу зумовило необхідність аналізу економіко-організаційного забезпечення діяльності підприємств, що надають транспортно-логістичні послуги та побудови відповідної моделі для виявлення прогнозних змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні розвиток сфери логістичних послуг набуває все більшого значення та стає предметом уваги з боку провідних науковців і спеціалістів різних

країн світу. Дослідженню та аналізу даних проблем присвячуються наукові праці науковців – в Росії (В. В. Дібська, Т. А. Прокоф'єва), в Казахстані (У. С. Аубакіров), в Німеччині експерти - (Хунда Шуман, Юстина Ярошевська), в Чехії (Йіржі Кладіва). Останнім часом у вітчизняній спеціальній літературі проблемам моделювання та розвитку логістичних систем присвячено багато наукових і навчальних праць, серед яких можна відзначити низку робіт О. А. Біловодська, С. І. Грищенко [1], М. С. Васелевського [2], А. Г. Кальченко, Є. В. Крикавського [3], В. В. Кузьмін, М. В. Микитюк, О. Д. Мороз, І. П. Міщук, Н. І. Чухрай [4] та ін. Разом з тим, у цих роботах практично не знаходять висвітлення проблеми застосування інструментарію розвитку транспортно-логістичних послуг у сфері організації зовнішньоекономічної діяльності в процесі виконання перевезень зовнішньоторговельних вантажів та їх економіко-організаційному забезпеченню. Отже, обмеженість теоретичних досліджень і відсутність узагальнень практичного досвіду щодо формування економетричної моделі економіко-організаційного забезпечення діяльності підприємств у сфері логістичних послуг зумовили актуальність проблематики висвітленої у статті.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення методичних підходів до формування економетричної моделі економіко-організаційного забезпечення діяльності підприємств у сфері транспортно-логістичних послуг

Виклад основного матеріалу дослідження. Починаючи свою роботу на ринку транспортно-

логістичних послуг, підприємство керується прагненням забезпечити клієнтів повним комплексом послуг, який складається з таких модулів:

- організація перевезень вантажів морським транспортом;
- внутрішньо портове експедиювання вантажів;
- перевезення вантажів авто- та залізничним транспортом;
- консолідація вантажів у портах та територіях, прилеглих до Євросоюзу;
- послуги митного брокера та сертифікація вантажів;
- консалтинг із питань організації логістичних процесів на підприємствах.

Підприємство надає такі додаткові транспортно-логістичні послуги:

- 1) оформлення вантажних митних декларацій;
- 2) оформлення допоміжних митних документів (Carnet-TIR, CMR, залізничні накладні, авіа накладні);
- 3) консультації з зовнішньоекономічної діяльності;
- 4) акредитація на митниці;

5) допомога в отриманні сертифікатів, дозволів, висновків та інших дозволів згідно нетарифним регулюванням, а саме: сертифікат відповідності; сертифікат походження; фітосанітарний сертифікат; карантинний сертифікат; ветеринарні сертифікати; санітарно-гігієнічні висновки; висновки Мінприроди; висновки гемології; висновки Енергозбереження; висновки Укрчастот; дозволи і висновки державної служби експортного контролю; хлібна інспекція; дозвіл Мінекології (озоноруйнування).

Зокрема, логістичні підприємства забезпечують перевезення вантажів по території країн Євросоюзу, Східної Європи та країн СНД усіма видами автотранспорту. Так обсяг експорту товарів, які вивозились із України у 2012 р. автотроїним та іншими видами транспорту становив 283,036 млн. дол. США, проти 382,796 млн. дол. США у 2008 році (рис. 1). Питома вага автомобільного транспорту в перевезенні вантажів становить у 2012 році 66% та характеризується стабільною тенденцією. Даний показник для залізничного транспорту становив 25%, а для водного лише 1% [5].

Фахівці логістичних підприємств постійно проводять оперативний моніторинг ситуації на ринку пропозицій автоперевезень. Це дозволяє гарантувати клієнтам своєчасну подачу транспортних засобів у місця завантаження та розвантаження. В залежностей від особливостей видів вантажів і умов перевезень логістичні підприємства пропонують транспортні засоби з тентованими та ізотермічними півпричепами. У випадку потреби для перевезення наливних та насипних вантажів підприємства забезпечують клієнтів автоцистернами та самоскидами, які відповідають вимогам євростандарту. За бажанням клієнта забезпечують страхування вантажу до 500 тис. дол. США. Фахівці логістичних підприємств пропонують, оптимальний варіант доставки вантажів на склади поставальників та торговельних підприємств.

При перевезенні вантажів залізничним транспортом логістичні підприємства пропонують наступні види послуг:

- експедиювання вантажів по Україні, СНД та країнах Євросоюзу;

- оперативне визначення місцезнаходження вагону на шляху від станції відправлення до станції призначення;

- розрахунок тарифу перевезень;
- перевантаження в портах України за схемою «вагон-склад, контейнер-корабель».

У процесі здійснення морських перевезень вантажів логістичні підприємства пропонують такі види послуг:

- організація перевезення вантажів насипом у флексі-танках, контейнерах і насипом із міжнародних портів;
- оформлення експортно-імпортних контейнерів та інших вантажів у портах України;
- перевантаження товарів із контейнерів у автопоїзди, вагони та навпаки.

Завдяки мережі агентів у багатьох портах світу, логістичні підприємства мають можливість організувати сервіс по оформленню документів, а також моніторинг завантаження та відправки кожного контейнера з наданням сюрвейерського звіту. Логістичні підприємства також можуть надавати послуги по страхуванню вантажів на вигідних умовах. Їх страховий поліс, як правило має міжнародне призначення. Більшість логістичних підприємств володіють ліцензією на здійснення митної брокерської діяльності. Керуючись основною метою забезпечення комплексного обслуговування партнерів логістичні підприємства надають весь спектр послуг митного оформлення експортно-імпортних вантажів.

Для прогнозування рівня економіко-організаційного забезпечення діяльності логістичного підприємства нами використано економетричне моделювання, що складається з наступних етапів [4]:

- розрахунок параметрів і характеристик регресійної моделі;
- оцінка адекватності, надійності, статистичної значущості моделі із обов'язковою перевіркою ознак гетероскедастичності;
- прогнозування функціональної змінної та оцінка поліноміальної залежності параметрів отриманої регресійної моделі.

Побудову прогнозної моделі економіко-організаційного забезпечення діяльності слід здійснювати за допомогою інформаційної бази про господарсько-фінансову діяльність за ряд років та розробленого алгоритму розрахунку значення лінгвістичних змінних оцінки конкурентоспроможності транспортно-логістичного підприємства (табл. 1).

Слід відмітити, що при виборі результативного та факторних параметрів регресійної моделі доцільно використовувати ресурсний підхід, що зумовлює наступні вектори (змінні): вектор прибутку (результат діяльності) (y); вектор оборотних коштів (фінансові інструменти) (x_1); вектор основних засобів (матеріальні інструменти) (x_2); вектор фонду робочого часу (трудові інструменти) (x_3).

Економетричні розрахунки рекомендуємо проводити відносно статистичної інформації та лінійної функції алгебраїчної форми зв'язку. Метод найменших квадратів дозволяє здійснити розв'язок матричної системи лінійних рівнянь та отримати економетричну модель економіко-організаційного забезпечення діяльності логістичного підприємства:

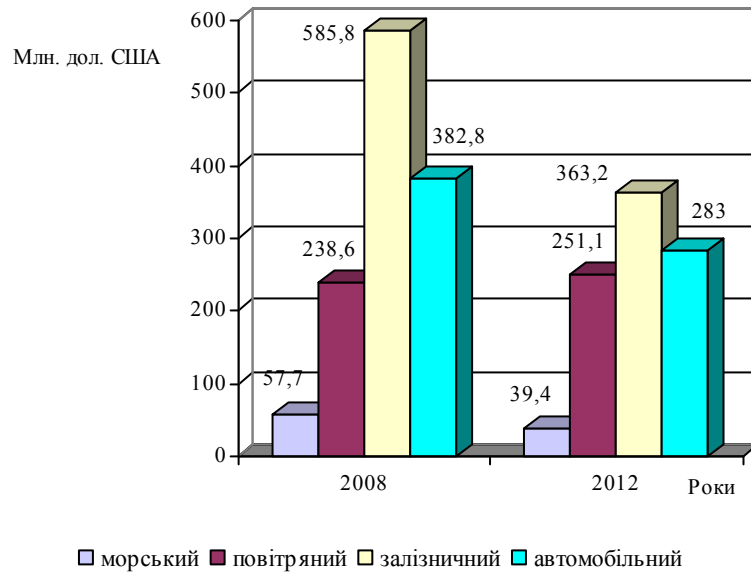


Рис. 1. Динаміка структури експорту товарів за видами транспортних засобів у 2008-2012 роках [5]

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \quad (1)$$

де: y – показник, тенденція якого досліджується; a_0, a_2, \dots, a_m – параметри рівняння.

Регресійні параметри x_1, x_2, x_3 характеризують граничний приріст залежної змінної (y – прибутку підприємства) відносно граничного приросту кожного відповідного параметра, при незмінні величині двох наступних. Тобто, при збільшенні оборотних коштів підприємства (x_1) на одну одиницю, при незмінному значенні інших параметрів моделі (x_2, x_3), прибуток збільшиться на значення відповідного параметра (x_1).

Доцільно визначити, на скільки відсотків зміна (дисперсія середнього значення) прибутку логістичного підприємства залежить від зміни (дисперсії значень) обраних параметрів моделі в сукупності. Для цього рекомендуємо провести розрахунок множинного коефіцієнта детермінації (R^2):

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n (y_i - \tilde{y}_i)^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y}_i)^2}, \quad \text{або} \quad R^2 = R_{0.1}^2 = 1 - \frac{S^2}{S_0^2}, \quad (2)$$

де: S^2 – заміщена оцінка дисперсії (відхилення теоретичного значення (залежної змінної (y)) від емпіричних (незалежних змінних (x)):

$$S^2 = \frac{\sum x_0^2 - b_0 \sum x_0 - b_1 \sum x_1 - b_2 \sum x_2}{n} \quad \text{або} \quad S^2 = \frac{\sum (x_0 - \tilde{x}_0)^2}{n}, \quad (3)$$

S_0^2 – дисперсія незалежної змінної (x) (відхилення емпіричних значень показника x_0 від середнього значення \bar{x}_0):

$$S_0^2 = \frac{\sum (x_0 - \bar{x}_0)^2}{n} \quad \text{або} \quad S_0^2 = \frac{\sum x_0^2}{n} - (\bar{x}_0)^2 \quad (4)$$

Провівши розрахунки множинного коефіцієнта детермінації (R^2), отримано результат, який свідчить на скільки зміна середнього значення чистого прибутку залежить від зміни оборотних коштів, основних засобів, фонду робочого часу та інших факторів, які не враховані в економетричній моделі.

Оцінку щільності (тісноту) кореляційного зв'язку між чистим прибутком і регресорами (параметрами) економетричної моделі рекомендуємо проводити за допомогою розрахунку множинного коефіцієнту кореляції. Відзначимо, оцінку щільності кореляційного зв'язку при стохастичній залежності слід визначати за допомогою таблиці Чеддока. Так, множинний коефіцієнт кореляції вказує на помітну тісноту кореляційного зв'язку між чистим прибутком та обраними параметричними ознаками економетричної моделі.

В кінцевому результаті необхідно перевірити економетричну модель на адекватність із ймовірністю $p = 0,99$. Для оцінки адекватності економетричної моделі рекомендуємо використовувати критерій Фішера – розрахункове значення $F_{розр}$ порівнюється з $F_{табл.}$ (критичне значення F -розподілу Фішера при ймовірності $p = 0,99$).

Розрахункове значення ($F_{розр}$) як ознака адекватності економетричної моделі слід визначати за формулою:

Алгоритм розрахунку значення лінгвістичних змінних оцінки конкурентоспроможності транспортно-логістичного підприємства [2]

Найменування змінних	Показники	Рекомендоване значення (тенденції зміни)
Фінансові активи (X₁)		
X ₁₁	Коефіцієнту фінансової стабільності	> 0,8
X ₁₂	Коефіцієнт маневреності власних оборотних активів	0,3 – 0,5
X ₁₃	Коефіцієнт мобільності	> 0,5
X ₁₄	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,3 – 0,5
X ₁₅	Коефіцієнт оберненості капіталу	Збільшення
Матеріальні активи (X₂)		
X ₂₁	Індекс постійного активу	Зменшення
X ₂₂	Коефіцієнт іммобілізації	0,5 – 0,8
X ₂₃	Коефіцієнт придатності основних засобів	Збільшення
X ₂₄	Фондозабезпеченість	Збільшення
X ₂₅	Коефіцієнт оновлення основних засобів	Збільшення
Трудові активи (X₃)		
X ₃₁	Стабільність персоналу	Збільшення
X ₃₂	Прибуток на 1-го працівника	Збільшення
X ₃₃	Продуктивність праці працівника	Збільшення
X ₃₄	Середній рівень кваліфікації	Зменшення
X ₃₅	Відносна економія чисельності працівників	Збільшення

$$F_{розр} = \frac{R^2}{1 - R^2} \cdot \frac{n - m - 1}{m}, \quad (5)$$

де: n – кількість спостережень економетричного дослідження; m – кількість факторів впливу (параметрів).

Таким чином, на основі моделі тренду можна побудувати параболічні криві зростання параметрів оцінки відносно фактора часу (t). При цьому, матричні розрахунки побудови багатофакторної трендової моделі здійснено відносно таблиці допоміжних значень (табл. 2).

Таблиця 2

Матриця розрахунків побудови багатофакторної моделі економіко-організаційного забезпечення діяльності

Рік, квартал	y_i	t_i	t_i^2	$y_i t_i$	t_i^3	t_i^4	$y_i t_i^2$	x_j	t_i	t_i^2	$x_j t_i$	t_i^3	t_i^4	$x_j t_i^2$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

Таким чином якщо, $F_{розр} > F_{табл}$, при ймовірності $p = 0,99$ то можна вважати, що економетрична модель є адекватна емпіричній інформаційній базі.

Економетричну модель доцільно протестувати відносно ознак гетероскедастичності використавши параметричний тест Гольдфелда-Квандта (ймовірність нормального розподілу та незалежність стохастичних величин).

Якщо отримане значення критерію $F^* < F_{табл}$ (порівняно з табличним значенням $F_{табл}$ критерію, при ймовірності $p = 0,99$) то можна стверджувати, що ознаки гетероскедастичності відсутні.

Конкурентне середовище функціонування логістичних підприємств відповідає ознакам недостатньої стабільності та передбачуваності, що свідчить про доцільність побудови прогнозової моделі функціональної змінної на основі отриманих економетричних розрахунків. Отримана прогнозна модель тренду буде враховувати зміну часових рядів функціональної змінної, але не враховує прогнозні зміни окремих параметрів моделі.

Результати поліноміальної оцінки економетричної моделі економіко-організаційного забезпечення діяльності логістичного підприємства дозволяють сформувати багатофакторну модель із врахуванням фактору часу. Для розрахунку прогнозних значень параметрів оцінки (включаючи функціональну змінну) слід використовувати багатофакторну модель отриману за алгоритмом наведеним у табл. 3.

Отримана прогнозна модель економіко-організаційного забезпечення транспортно-логістичної діяльності підприємства характеризується наступними взаємозв'язками параметрів оцінки:

- зростання чистого прибутку обумовлено зменшенням витрат на використання основних засобів при відносній економії власних оборотних коштів;
- ріст фонду робочого часу не перевищує відносну зміну чистого прибутку, що свідчить про економічно обґрунтовану кадрову політику транспортно-логістичного підприємства;

Прогнозні значення параметрів моделі економіко-організаційного забезпечення діяльності логістичного підприємства

Рік, квартал	Чистий прибуток, (y)	Оборотні кошти, (x_1)	Основні засоби, (x_2)	Фонд робочого часу, (x_3)
1	2	3	4	5

- зменшення оборотних коштів свідчить про впровадження системної економії для збільшення власної фінансової стабільності.

Відзначимо, що дисперсійні коливання кожного параметра моделі є відображенням економічного навантаження ринкових умов ведення бізнесу. Криза кредитного портфеля (недостатнє забезпечення оборотними коштами з низькими відсотковими ставками) позичальника примушує транспортно-логістичне підприємство до запровадження економії пропозиції послуг високої якості.

Враховуючи галузь дослідження функціонування суб'єкта господарювання, на нашу думку, важливо врахувати в економетричній моделі вплив фіктивних змінних (сконструйованих), що уможлиблює заміну пояснювальних змінних які раніше не враховані у побудові моделі.

Попит клієнтів на транспортно-логістичні послуги характеризуються високою ймовірністю впливу на кінцевий фінансовий результат (чистий прибуток) та є засобом інфляційного стимулу зміни системи надання послуг. Вважаємо, що інфляційні очікування є одним із основних чинників активного використання цінового каталізатора забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Таким чином, в побудові економетричної моделі можна врахувати інфляційні очікування у формуванні системи транспортно-логістичних послуг:

$$\hat{Y} = (CX) \hat{B} + A\hat{X}, \quad (6)$$

де: CX – вектор фіктивної змінної (інфляційні очікування).

Відзначимо, що вектор фіктивної змінної у побудові економетричної моделі використовується у формі адитивного (забезпечення вільних членів у відносній зміні часових рядів) та мультиплікативного параметра (визначення граничних величин).

Економетрична модель економіко-організаційного забезпечення діяльності, ввівши фіктивні змінні, характеризуватиме специфіку отримання комерційного ефекту відносно часового ряду попиту клієнтів на транспортно-логістичні послуги.

Якщо параметризація інформаційного забезпечення економетричної моделі при оцінці фіктивної змінної (інфляційних очікувань) характеризується відмінностями вільних змінних у кожній групі даних, то правомірним є висновок про помірні результати дисперсійних розрахунків. Цей факт передбачає необхідність коригування операційних даних стратегічного управління (постійне тестування економічної інформації щодо наявності гетероскедастичності).

Таким чином, економетрична модель повинна бути узгоджена з емпіричною інформацією, необхідно чітко окреслити часовий тренд, досягти дос-

товірність вибірки сукупності спостережень та адекватної кількісної характеристики кореляційного зв'язку. Середньоквадратичні залишки слід оптимально розподілити із нульовою середньою та дисперсією суми квадратів відносно розподілу випадкових факторів ступеню свободи n . Крім того доцільно підтвердити гіпотезу про визначену істотність економетричного зв'язку між залежною змінною та обраними параметрами.

Висновки. Отримана прогнозна модель економіко-організаційного забезпечення транспортно-логістичної діяльності характеризується наступними взаємозв'язками параметрів оцінки: зростання чистого прибутку обумовлено зменшенням витрат на використання основних засобів при відносній економії власних оборотних коштів; ріст фонду робочого часу повинен не перевищувати відносну зміну чистого прибутку, що буде свідчити про економічно обґрунтовану кадрову політику; зменшення оборотних коштів буде свідчити про впровадження системної економії для збільшення власної фінансової стабільності. На основі отриманих значень параметрів моделі приймається рішення про проведення економетричних розрахунків для визначення інформаційної бази стратегічного управління логістичною системою підприємства. Відзначимо, що розроблений прогноз можна використовувати для складання програм розвитку господарсько-фінансової діяльності підприємства, котре надає транспортно-логістичні послуги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гриценко С. И. Транспортно-логистические кластеры в Украине : пути становления и развития : монография. / Гриценко С. И. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – 218 с.
2. Васелевський М. Економіка логістичних систем: моногр. / [М. Васелевський, І. Білик, О. Дейнега та ін.; за ред. Є. Крикавського та С. Кубіва]. – Львів, вид-во НУ «Львівська політехніка», 2008. – 596 с.
3. Крикавський Є. В. Логістичні системи : навч. посібник / Є. В. Крикавський, Н. В. Чернописька. – Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2009. – 264 с.
4. Чухрай Н. Формування ланцюга поставок: питання теорії та практики : монографія / Н. Чухрай, О. Гірна. – Львів : «Інтелект-Захід», 2007. – 232 с.
5. Статистична інформація Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Спосіб доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

ЛЬВІВЩИНА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ РЕГІОН УКРАЇНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

У роботі розглянуто і проаналізовано сучасний стан туристичної галузі Львівської області та особливості її географічного розташування, які в поєднанні з природно-ресурсним та історико-культурним потенціалом, виступають вирішальними чинниками ефективного розвитку туристичної та рекреаційної сфери в регіоні. Також проведено SWOT-аналіз та встановлено, що Львівська область має значні перспективи для розвитку рекреації та туризму.

Ключові слова: Львівський регіон, туризм, рекреація, туристичні ресурси, SWOT-аналіз.

Pavlish L.

LVIV REGION AS PROMISING REGION UKRAINE FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND RECREATION

The article considers and analyzes the current state of the tourism industry in Lviv region and especially its geographical location, which in combination with natural resources and historical and cultural potential, are the decisive factors in the effective development of tourism and recreation industry in the region. Also conducted SWOT-analysis and found that the Lviv region has great prospects for development of recreation and tourism.

Keywords : Lviv region, tourism, recreation, tourism resources, SWOT- analysis.

Вступ. У сучасному світі туризм набуває не просто масового характеру, а стає однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. Специфічною рисою туристичної сфери є те, що вона сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини, збереженню екологічної рівноваги. Кожна країна, регіон, місто намагаються пропагувати та популяризувати свою туристичну привабливість.

Однією із спеціалізацій бізнесу Львівщини традиційно вважається туристична індустрія. Підприємства туристичної індустрії, які переважно надають споживчі і розподільчі послуги, у суспільному виробництві є фундаментальною основою туристичної діяльності не тільки задовольняючи внутрішні потреби туристичного сегмента, а й долучаючись до системи загальнонаціонального і міжнародного поділу праці, що, у свою чергу, забезпечує частку країни у світовому туристичному обміні.

Варто також зазначити, що область характеризується високим потенціалом туристичних ресурсів і, в той же час, невисоким обсягом їх освоєння, наявністю багатого природного потенціалу і одночасно низьким ступенем його використання в туристичних цілях. Саме тому стратегічна мета розвитку туристичної сфери Львівщини повинна полягати у формуванні на території м. Львова та області конкурентоспроможної туристично-рекреаційної галузі як однієї із провідних галузей територіальної спеціалізації, що забезпечить, з одного боку, попит

споживачів (як українських, так і закордонних) на задоволення своїх потреб у туристично-рекреаційних послугах, а з іншого, – зробить значний внесок у соціально-економічний розвиток регіону за рахунок збільшення дохідної частини обласного й муніципального бюджетів, припливу інвестицій, збільшення кількості робочих місць, поліпшення здоров'я населення, збереження й раціонального використання культурно-історичної й природної спадщини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальним та специфічним питанням розвитку туризму та сфери рекреаційних послуг присвячені наукові доробки багатьох вітчизняних вчених. Проте, характеристика шляхів вирішення проблем розвитку туризму окремого регіону, дослідження потенціалу регіональної туристично-рекреаційної сфери представлені саме в працях О. О. Бейдик [1], В. Ф. Кицяк [2], О. В. Колотуха [3], О. Д. Король [4], О. О. Любіцева [5], М. П. Мальська [6], А. В. Мокляк [7], М. М. Покогодна [8], І. М. Філоненко [11], Г. В. Чернова [12], І. М. Яковенко [13].

Постановка завдання. Метою статті є дослідження сучасного стану туристично-рекреаційної галузі Львівської області, визначення основних перешкод, які негативно впливають на розвиток туристичної галузі в регіоні та обґрунтування пропозицій щодо їх розв'язання.

Теоретичною та методологічною основою роботи є наукові напрацювання вітчизняних вчених, які мають відношення до галузі туризму, періодична література, підручники та монографії, ресурси Інтернету тощо, а також статистичні дані Голово-

ного управління статистики у Львівській області, в яких відображається характеристика туристичної галузі Львівщини.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Сьогодні туристична галузь представлена сукупністю підприємств сфери обслуговування та інших підприємств і організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари і послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, розширюючи як національний, так і міжнародний туристичний ринок. Будучи сферою економічної діяльності туризм з одного боку визначається попитом споживання послуг клієнтами, з іншого – належить до товарів і послуг, що створюються з метою задоволення цього попиту.

Вплив туризму у світі важко недооцінити, оскільки саме він робить великий внесок у зміцнення контактів і встановлення добрих відносин між країнами, поліпшення порозуміння між народами, виступає чинником зміцнення авторитету держави на міжнародній арені, вироблення її ідентичності та іміджу, формує національну гідність, удосконалює особистість та суспільство, стимулює розвиток світової торгівлі, гуманітарних сфер, міжнародного співробітництва, відродження культурної спадщини та традицій, залучає інвестиції, розвиває інфраструктуру, сільське господарство тощо [9].

В Україні туризм представлений сферою застосування ринкових механізмів, джерелом поповнення місцевого та державного бюджетів, являється засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку й оздоровлення населення. А природно-ресурсний потенціал у поєднанні з вигідним географічним положенням є достатньою передумовою розвитку цієї галузі у Львівській області.

Позитивним у географічному положенні Львівської області є те, що по її території пролягають міжнародні комунікації, які з'єднують Україну з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією. Північна частина області лежить у межах Волинської височини, Малого Полісся та Подільської височини, відокремлена долиною Дністра від Передкарпаття. На південному заході області розташовані хребти Українських Карпат. Північна частина області розташована в лісостеповій зоні. Має сприятливі умови для розвитку сільського та рекреаційного господарства. Крім того на Львівщину туристів і гостей приваблює неповторне поєднання місцевого колориту та ділової активності. Проте до недавнього часу подорож до Львівщини асоціювалася в уяві туристів з містом Львовом, замками, горами та курортами. Але саме територія Львівської області – з її унікальними історико-культурною спадщиною, мистецтвом, лікувально-оздоровчими, водними і ландшафтними ресурсами, самобутніми традиціями та звичаями в поєднанні з вигідним географічним положенням – є чудовою базою для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку. Об'єктивно оцінюючи туристичні можливості Львівщини, можна зробити висновок, що область має передумови для перспективного розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськокожного, природничо-пізна-

вального, науково-освітнього, релігійного, мисливського, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального, активного, екскурсійного туризму.

Основне завдання дослідження ринку туристичних послуг Львівщини полягає у створенні високоякісного туристично-рекреаційного продукту та формуванні конкурентоспроможної на внутрішньому й світовому ринках індустрії туристичних і рекреаційних послуг, яке можливе лише за рахунок ефективного використання туристичного та рекреаційного потенціалу, забезпечення на цій основі комплексного розвитку території, реалізації її соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги в регіоні.

Відповідно до цього, першочерговим при вивченні туристичного ринку є визначення поточного стану туристичної галузі області.

Львівщина традиційно була областю, де перспективи туристичної індустрії були і залишаються одними з найкращих в Україні. Природно-ресурсний та історико-культурний потенціал у поєднанні з вигідним географічним положенням в центрі Європи та існуючий багаторічний досвід і напрацювання у сфері рекреації є достатньо вагомою передумовою пріоритетного розвитку системи санаторно-курортного лікування, туризму та відпочинку, орієнтованої як на внутрішнього споживача, так і на обслуговування іноземних туристів.

Варто також зазначити, що область входить до п'ятірки найбільш привабливих та популярних туристично-рекреаційних регіонів України. На території Львівщини понад 4000 пам'яток історії та культури, значна частина яких (понад 2000) зосереджена у Львові – місті світової культурної спадщини ЮНЕСКО, а також у містах Жовкві, Белзі, Бібрці, Золочеві, Жидачеві, Самборі, Дрогобичі [10].

Частка природно-рекреаційного потенціалу Львівщини у сумарному природно-ресурсному потенціалі України складає 5,377%. Серед Карпатських областей за сумарним потенціалом природних рекреаційних ресурсів вона поступається лише Закарпаттю (7,036%). У структурі рекреаційних ресурсів області 70% припадає на ресурси відпочинку і туризму і 30% - на ресурси санаторно-курортного лікування. У сумарному природно-ресурсному потенціалі Львівської області природні рекреаційні ресурси становлять 14,3%, що значно вище відповідного показника по Україні (9,5%) [10].

Різноманітність природних умов і багатство еколого-рекреаційних ресурсів Львівщини створюють сприятливі умови і для розвитку екологічного туризму. Загалом у Львівській області нараховують 1 природний заповідник «Розточч» (площею у 2084,50 га); 2 національних природних парки – «Яворівський» (7078,600 га) та «Сколівські Бескиди» (35684 га); 3 регіональних ландшафтних парки – «Верхньодністровські Бескиди» (8536 га), «Надсянський» (19428 га) та «Знесіння» (312,100 га); 37 заказники; 176 пам'ятки природи; 48 заповідних урочищ; 261 парк-пам'яток садово-паркового мистецтва; 3 ботанічні сади та 1 зоологічний парк [10].

Природно-рекреаційні та лікувально-оздоровчі ресурси області, представлені лікувальними та мінеральними водами (7 типів), лікувальними грязями, озокеритом, на базі яких розвиваються відомі в Україні та за кордоном курорти – м. Трускавець, смт. Східниця, м. Моршин, смт. Немирів, смт. Великий Любінь, смт. Шкло. Всього мережа санаторно-курортних і оздоровчих закладів Львівської області станом на 30 вересня 2011 р налічує 102 суб'єкти господарювання, з яких – 47 санаторії (з них 5 дитячих), 8 санаторіїв-профілакторіїв, 6 пансіонатів відпочинку, 9 пансіонатів з лікуванням, 32 бази відпочинку. За кількістю санаторно-курортних і оздоровчих закладів за регіонами України у 2011 році Львівська область займає сьоме місце, на її території знаходиться 3,6 % таких закладів в Україні [10].

Інфраструктура туристичної галузі включає: 124 санаторно-курортних заклади, 500 садиб зеленого туризму, 250 закладів проживання, 280 закладів харчування, 12 туристично-інформаційних центрів, понад 162 державних і громадських музеїв та галерей, 10 театрів, інші туристичні й відпочинкові заклади; 320 найбільш відвідуваних туристичних об'єктів та архітектурних пам'яток, 37 природних комплексів. В області надають послуги з підготовки фахівців туристичного супроводу 8 організацій, працює 3 консульські установи, 14 туристичних громадських організацій [10].

Туристичні послуги надають 354 туристичних підприємств. Туристично-екскурсійні маршрути обслуговують 750 кваліфікованих екскурсіводів та гідів-перекладачів.

Суб'єкти туристичної діяльності Львівської області у 2011 році обслужили 153,9 тис. осіб, що порівняно з 2010 та 2000 роками є більшим на 40% та 29,6%. Збільшення обсягів туристичної діяльності відбулося, в основному, за рахунок зарубіжного (виїздного) туризму. Так, кількість громадян України, які протягом 2011 року виїхали в інші країни становила 102,3 тис. осіб, що на 73,3% більше, ніж у 2010 році [10].

У 2011 році поїздками туристів-громадян України в межах нашої країни було охоплено 41,7 тис. осіб (у 2009 році – 41,6 тис.). Кількість екскурсантів у 2011 році становила 56 тис. осіб (79,7 тис. осіб – у 2010 році) [10].

Львівщину відвідують туристи більш ніж із 100 країн світу. Найбільше туристів з Польщі, Білорусії, Латвії, Російської Федерації, Німеччини, США, Канади, Великобританії, Данії, Франції, Азербайджану, Австрії, Італії, Ізраїлю, Угорщини.

Виїзний туризм є вигіднішою формою діяльності туристичних підприємств, ніж в'їзний (іноземний) та внутрішній туризм. Виїзним туризмом займається майже кожна туристична фірма, а в'їзним та внутрішнім туризмом – близько 20% туристичних підприємств області. Проте дані моніторингу, який проводиться щороку в літній туристичний сезон, свідчать про те, що на території об-

ласного центру щоденно перебуває близько 3 тисяч іноземних туристів, а у вихідні – до 5-6 тис., з яких 60% – туристи з Польщі, 20% – туристи з країн-учасниць СНД та інші [10].

Даючи характеристику туристично-рекреаційної сфери варто також здійснити аналіз переваг і недоліків туристичного потенціалу Львівщини шляхом проведення SWOT-аналізу. SWOT-аналіз дозволить виявити сильні і слабкі сторони туристичної галузі регіону, а також охарактеризувати сприятливі можливості та загрози. SWOT-аналіз ефективного розвитку туристичної сфери Львівщини наведений у табл. 1.

Проведений SWOT-аналіз дозволив виявити ключові фактори успіху, туристично-рекреаційного потенціалу Львівщини, та певні недоліки, які негативно впливають на розвиток туристичної діяльності в регіоні.

Однак зазначені недоліки та загрози розвитку туристичної сфери повинні бути ліквідовані за допомогою дієвої політики органів місцевого самоуправління у взаємодії із суб'єктами підприємницької діяльності.

Так, з метою усунення основних недоліків, які негативно впливають на розвиток туристичної галузі Львівщини, Управлінням розвитку туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації було розроблено «Програму розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011 – 2013 роки», учасниками якої являються структурні підрозділи Львівської обласної державної адміністрації, громадські об'єднання, інші організації. Ця Програма покликана стати концептуальною базою довгострокового розвитку туризму в області як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного та духовного виховання мешканців і гостей області [9].

Основною метою Програми є формування високоєфективного туристично-відпочинкового та санаторно-лікувального комплексу відповідно до міжнародних вимог, який давав би змогу задовольнити потреби як вітчизняних, так і іноземних туристів. Створення такої системи забезпечить зростання туристичних потоків та коштів, які туристи витрачають під час кожної подорожі, зменшення безробіття, збереження і раціональне використання природно-ресурсного й історико-культурного потенціалу, зацікавить потенційних інвесторів до створення туристичної інфраструктури у львівському регіоні. Стратегічне завдання Програми полягає в: формуванні та утвердженні туристичного образу Львівщини на світовому та вітчизняному туристичних ринках; розвитку і вдосконаленні матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури; створенні сприятливих умов для ефективного управління туристичною галуззю області; підвищенні професійного рівня працівників туристичної галузі та обмін досвідом; створенні безпечних умов для туристів [9].

SWOT-аналіз ефективного розвитку туристичної сфери Львівщини

<i>Сильні сторони (S):</i>	<i>Слабкі сторони (W):</i>
1. Наявність природних та рекреаційних ресурсів.	1. Низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури.
2. Природно-кліматичні умови.	2. Недостатня розвиненість інфраструктури готельно-туристичного комплексу міста, стан її ще не відповідає світовим стандартам у туризмі.
3. Вигідне транспортно-географічне положення.	3. Незадовільний стан доріг.
4. Визначні історичні пам'ятки (стара історична частина Львова занесена до світової спадщини ЮНЕСКО).	4. Відсутність під'їздів до багатьох туристичних об'єктів.
5. Широкий спектр допоміжних послуг (закладів харчування, розважальних закладів тощо).	5. Неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості як одного з чинників зменшення безробіття.
6. Наявність суспільних та комерційних організацій, які можуть сприяти розвитку туризму.	6. Недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму.
7. Значна кількість санаторно-курортних закладів.	7. Слабка взаємодія місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні.
8. Значний потенціал розвитку релігійного (паломницького) туризму завдяки наявності великої кількості культових об'єктів різних віросповідань і конфесій.	8. Низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг.
	9. Недостатність туристичної інформації як для туристів, так і для підприємств, що надають послуги у сфері туризму (рекламної продукції, інформації про область, недосконалість бази даних щодо туристично-рекреаційних об'єктів).
	10. Неефективна діяльність відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки територій для розвитку рекреаційного бізнесу.
<i>Можливості (O):</i>	<i>Загрози (T):</i>
1. Розвиток різних елементів туристичної та відпочинкової інфраструктури.	1. Зростаюча конкуренція серед туристичних регіонів України.
2. Поліпшення екологічної ситуації області, збереження її природного середовища.	2. Занепад архітектурних пам'яток та урбаністичної структури міста.
3. Освоєння нових туристичних ринків.	3. Зниження платоспроможного попиту населення внаслідок скорочення прибутковості основних галузей економіки.
4. Наявність інвестиційних проектів розвитку зон відпочинку.	4. Посилення виїзного туризму в сусідні регіони та за кордон у зв'язку з низьким рівнем надаваних послуг.
5. Можливість росту ринку туристичних послуг, при ефективному використанні наявних туристичних ресурсів та інфраструктури.	5. Складна екологічна ситуація.
6. Зростаючий інтерес громадян до історико-культурної спадщини.	6. Кризи – політичні конфлікти, природні лиха тощо.

Якщо забезпечити втілення усіх завдань щодо покращення і розвитку існуючої ситуації в галузі туризму, то результати повинні проявити себе у кількох аспектах, зокрема у соціальній, економічній та екологічних сферах. Вдале залучення пропозицій призведе до зростання кількісних та якісних показників задоволення потреб населення у туристично-рекреаційному обслуговуванні, часткове вирішення проблем зайнятості шляхом створення додаткових робочих місць як на підприємствах туристично-рекреаційної сфери, так і в супутніх сферах обслуговування; покращить якість туристично-рекреаційних послуг, розширить асортимент послуг, збільшить щорічний потік внутрішніх і зовнішніх туристів та інвестицій. Необхідно велику увагу приділити екологічній ситуації, тобто покращити

стан природного середовища, раціонально використовувати природній туристично-рекреаційний потенціал, що дозволить більш повно використати і зберегти наявні цінності. Перспективний розвиток туристичної галузі регіону залежить від низки об'єктивних і суб'єктивних чинників, які впливатимуть на реальну політику в цій галузі. Тому необхідно здійснити заходи щодо децентралізації повноважень, які на даному етапі зосереджені у центральному органі виконавчої влади з питань туризму. Прогрес в цій сфері залежатиме також від економічної ситуації в державі та світі.

Висновки. Аналіз туристичної діяльності у Львівській області показав, що об'єктивно область має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості

географічного розміщення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів і т.д. Проте існує і ряд факторів, які перешкоджають ефективному розвитку цього виду діяльності на сучасному етапі. При визначенні проблем розвитку галузі та шляхів їх вирішення слід оптимально поєднати соціальні потреби населення на оздоровлення та відпочинок із економічними вигодами. Тому туристичну індустрію необхідно розглядати як сферу задоволення важливих суспільних потреб, яка до того ж є ефективною в еколого-економічному плані і повинна поступово зайняти одне із перших місць в економічній структурі області. А ефективний розвиток туризму, повинен базуватися на раціональному використанні природних та кліматичних умов, етнічних, історичних, архітектурних пам'яток краю, що в свою чергу, дозволить значно збільшити потік іноземних туристів в Україну й приплив валютних надходжень в економіку країни. Саме розвиток туризму та рекреації стимулюватиме економічну активність, розвиток малого й середнього бізнесу, створить робочі місця в різних секторах економіки, зменшить відтік кадрів за кордон.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: автореф. дис. д-ра геогр. наук: 11.00.02 / О. О. Бейдик / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2004. – 36 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги. XXI, 2008. – 344 с.
3. Колотуха О. В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як територіальна соціально-економічна система: проблеми та перспективи розвитку: автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.02 / О. В. Колотуха / НАН України; Ін-т географії. – К., 2005. – 20 с.
4. Король О. Д. Регіональний менеджмент в туризмі (соціальні та економіко-географічні аспекти): автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.02 / О. Д. Король; Київ. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 1999. – 19 с.
5. Любіцева О. О. Геопросторова організація туристичного процесу: автореф. дис. д-ра геогр. наук: 11.00.02 / О. О. Любіцева; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – 29 с.
6. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
7. Мокляк А. В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (у контексті українсько-польських туристичних зв'язків): автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.02 / А. В. Мокляк / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2004. – 17 с.
8. Покоłodна М. М. Рекреаційні ресурси Харківської області, їх географічна характеристика та раціональне використання: автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.11 / М. М. Покоłodна; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – Сімф., 2003. – 20 с.
9. Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011-2013 рр., затверджена рішенням Львівської обласної ради від 24. 05. 2011 р. № 136. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oblrada.lviv.ua>
10. Рекреаційний потенціал Львівщини. / Статист. збірник. Головне управління статистики у Львівській обл., Львів., 2012. – 96 с. Відповідальна за випуск Н. І. Бонк.
11. Філоненко І. М. Територіально-рекреаційний комплекс Чернігівської області (суспільно-географічне дослідження): автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.02 / І. М. Філоненко; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2005. – 23 с.
12. Чернова Г. В. Територіально-рекреаційний комплекс Вінницької області: автореф. дис. канд. геогр. наук: 11.00.02 / Г. В. Чернова; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2007. – 23 с.
13. Яковенко І. М. Теоретико-методологічні основи рекреаційного природокористування (суспільно-географічне дослідження): автореф. дис. д-ра геогр. наук: 11.00.02 / І. М. Яковенко; НАН України; Ін-т географії. – К., 2004. – 31 с.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Розглядаються фактори формування конкурентоспроможності послуг вищої освіти залежно від критеріїв порівняння: зміст і якість освітніх послуг, організація надання, ціна, доступність – з одного боку, та їх реалізація, затребуваність, визнання через працевлаштованого випускника – з іншого. Виділено внутрішні та зовнішні фактори конкурентоспроможності послуг вищої освіти з врахуванням їх особливостей, специфіки надання та оцінки.

Ключові слова: освітня послуга, конкурентоспроможність, критерії і фактори формування, вища освіта.

Protsyshyn O.

FACTORS OF COMPETITIVENESS FORMATION OF EDUCATIONAL SERVICES

The factors of competitiveness formation of services of the higher education are examined depending on the criteria of comparison: the content and quality of educational services, organization of their delivering, fees, availability – on the one hand, and their realization, ordering, recognition due to the graduate's employment – on the other. The internal and external factors of services competitiveness of the higher education are selected taking into account their peculiarities, specificity of their delivering and evaluating.

Keywords: educational service, competitiveness, criteria and factors of formation, higher education.

Вступ. Інтеграція України в Європейський освітній і науковий простір ставить нові виклики перед системою освіти України щодо адаптації розвитку та проникнення за умов конкуренції на ринку освітніх послуг. Сьогодні вже не викликає сумніву, що конкурентоспроможні освітні послуги є ключовим фактором розвитку національної економіки та позиціонування її у світовому просторі.

Враховуючи те, що процес формування конкурентоспроможності послуг вищої освіти складний і об'єднує елементи як внутрішнього, так і зовнішнього оточення, важливим є визначення чинників впливу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання конкурентоспроможності освітніх послуг у працях науковців розглядаються лише частково, оскільки більша увага приділяється чинникам якості послуг (О. М. Козак [5]), складовим конкурентоспроможності ВНЗ (В. Кнап [6], В. Огаренко [8], Н. О. Терентьева [10]), умовам розвитку ринку освітніх послуг (С. Трубич [11]) та способам його регулювання (Г. Г. Война [1], Н. В. Волкова [2]). Поряд з тим, О. А. Карп'юк [4], Т. О. Ольшанцева, И. Г. Бритченко [9] у своїх дослідженнях акцентують увагу на проблемах оцінки та методах підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг. Однак подібних публікацій все ще недостатньо, оскільки вони не дають цілісної картини про фактори та їх вплив на формування конкурентоспроможності освітніх послуг як специфічного „продукту” ВНЗ, що вимагає подальшого вивчення.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження факторів впливу на формування конкурентоспроможності послуг вищої освіти в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даних економічних умов розвиток ринку послуг національної вищої освіти супроводжується конкурентними відносинами, що реалізуються на засадах конкурентної боротьби між суб'єктами – покупцями та продавцями освітніх послуг з метою здобуття конкурентних переваг, посилення конкурентного статусу і зміцнення конкурентних позицій, а отже, формування певного рівня конкурентоспроможності. Оскільки основною діяльністю вишів, як продавців, є надання освітніх послуг, то саме конкурентоспроможні послуги є формуючим і визначальним фактором їхньої конкурентної позиції. Перед керівниками цих закладів постають питання: як запропонувати свої освітні послуги, як позиціонувати їх серед послуг інших навчальних закладів, як визначити обґрунтовану ціну на послуги тощо, тобто як зробити їх конкурентоспроможними не лише на регіональному чи національному ринку, а й на міжнародному.

На думку більшості науковців конкурентоспроможність освітніх послуг – це порівняльна характеристика, що формується за умов конкуренції. Наприклад, О. А. Карп'юк [4] визначає конкурентоспроможність освітніх послуг як порівняльну характеристику її споживчих та вартісних параметрів у порівнянні з послугами освітніх закладів-конкурентів. На думку Т. О. Ольшанцевої, И. Г. Бритченко [9] конкурентоспроможність освітніх послуг

як багатогранне поняття відображає не лише аспекти діяльності ВНЗ, але і фактори, які здійснюють вплив на ринок освітніх послуг.

Отже, конкурентоспроможність послуг вищої освіти, як специфічного „продукту” вишів – це здатність пристосуватись до потреб замовників, динамічно розвиватись, бути кращими, ніж у конкурентів. Конкурентоспроможність послуг вищої освіти, як комплексне поняття, формується у результаті конкурентної боротьби за рахунок здобуття та утримання конкурентних переваг під впливом різних факторів.

Так, С. А. Матюх [7] виділяє три групи факторів, що впливають на формування конкурентоспроможності освітніх послуг вищої освіти :

- 1) корисність (якість, відповідність нормативній базі);
- 2) витрати споживача (ціна споживання);
- 3) маркетингові фактори, що характеризують ефективність пропозиції (спосіб просування, канали реалізації та ін.).

На нашу думку, фактори, що формують конкурентоспроможність освітніх послуг потрібно розглядати з врахуванням їх особливостей, специфіки надання та оцінки. У наукових джерелах характеризуються різні особливості освітніх послуг. Зокрема Дмитрів [3] виділяє такі основні особливості освітніх послуг вищої освіти, як невідчутність, невіддільність, непостійність, незбережуваність, відсутність володіння та інші додаткові. С. Трубич, Т. Майкович [11] акцентують увагу на їх нематеріальності, оскільки вважають, що надання освітніх послуг – це сфера людської діяльності, що створює корисний результативний ефект, не втілений у матеріально-речову форму, його кваліфікаційні та професійні якості.

Доповнюючи їх дослідження, ми виділили наступні:

- якість освітніх послуг перевіряється у процесі їх надання, а в кінцевому результаті – у процесі споживання „готового продукту”, тобто у трудовій діяльності випускника;
- для споживача послуг вибір і одержання спеціальності, кваліфікації, знань, практичних умінь і навиків пов’язаний з ризиком і має стратегічний, „доленосний” характер [8];
- майбутній молодий спеціаліст, споживаючи освітні послуги у процесі навчання, фактично реалізує свої особисті здібності, якості і мотивації, здійснюється задоволення споживача в освіті;
- оцінка послуг ускладнюється часовим лагом між їх придбанням та застосуванням – визнанням працевлаштованого фахівця. Надана послуга може бути оцінена лише через декілька років після її отримання, а у визначений час конкурентоспроможність базується на основі конкурентоспроможності випускників минулих років та ситуації на ринку праці, що склалася на даний час;

- надання освітніх послуг має наслідки позитивного зовнішнього ефекту, оскільки споживання цих послуг є благом не тільки для індивіда, але й для економіки і суспільства в цілому;

- вони мають глибоку соціальну спрямованість як у сфері їх надання, так і в процесі виробництва науково-технічної й навчально-методичної продукції.

Оскільки конкурентоспроможність освітніх послуг – це порівняльна характеристика, то потрібно визначитись, за якими критеріями здійснювати порівняння. На нашу думку, такі критерії визначаються внутрішніми чинниками, які формуються навчальним закладом, і зовнішніми, які формуються ринком праці, розвитком інфраструктури РОП, впливом світових тенденцій розвитку ринку освітніх послуг, національними (регіональними) особливостями, державним управлінням сфери освіти та іншими (рис. 1).

Такими критеріями можуть виступати зміст і якість освітніх послуг, організація надання, ціна, доступність – з одного боку, та їх реалізація, затребуваність, визнання через працевлаштованого випускника – з іншого.

Оскільки поняття фактор (або чинник; від лат. factor – той, що обумовлює) у наукових дослідженнях використовується у двох взаємопов’язаних значеннях: умов, які забезпечують здійснення операцій та потенційної сили, тобто причини зміни результатів діяльності, то факторами формування конкурентоспроможних освітніх послуг будуть такі, що впливають на критерії. Вплив одного і того ж фактора у різних ВНЗ буде різним, що пояснюється регіональними особливостями та ефективністю систем їх управління.

Зміст і якість освітніх послуг формує навчальний заклад шляхом розробки освітніх програм для різних спеціальностей, спеціалізації і форм навчання з метою задоволення потреби споживача (особистості) в освіті, професійній підготовці і перепідготовці. Освітня програма регламентує, визначає практично всі сторони, аспекти й етапи освітнього процесу (зміст навчання й виховання; засоби, методи, технології навчання, виховання, педагогічного контролю; навчально-методичне забезпечення; цілі та кінцеві результати освітнього процесу) [6]. Факторами формування конкурентоспроможності освітніх послуг шляхом впливу на зміст і якість, на нашу думку, будуть: відповідність освітніх програм вимогам ринку, широкий асортимент і унікальність освітніх програм, впровадження нових типів послуг, сучасне і прогресивне навчально-методичне забезпечення, використання інноваційних освітніх технологій у навчальному процесі, впровадження новітніх технологій і передових методичних прийомів у процес оцінювання знань та умінь студентів.

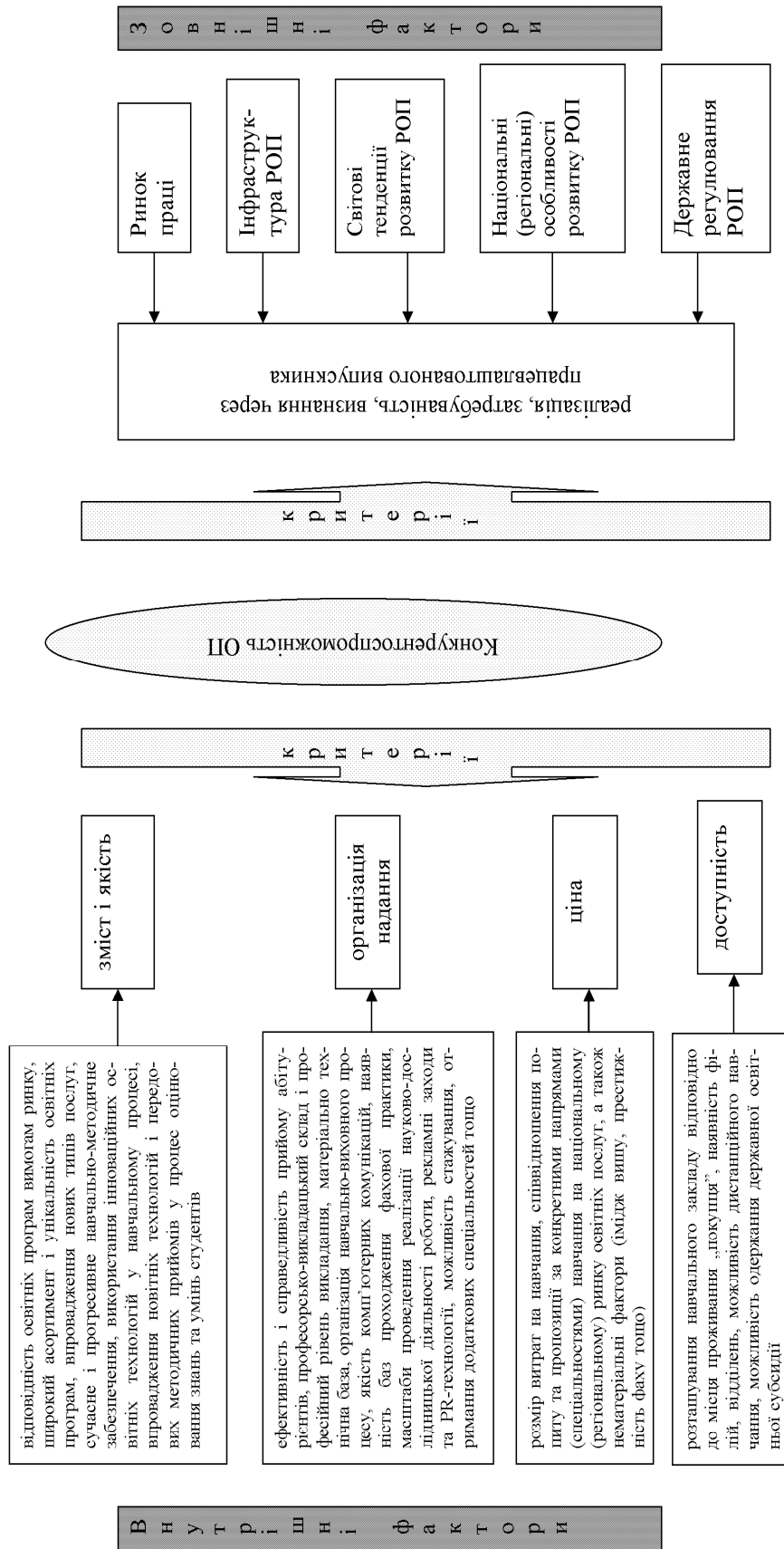


Рис.1. Фактори формування конкурентоспроможності послуг вищої освіти

Організація надання, як порівняльний критерій конкурентоспроможності освітніх послуг, визначається здебільшого управлінськими та маркетинговими факторами такими, як ефективність і справедливість прийому абітурієнтів, професорсько-викладацький склад і професійний рівень викладання, матеріально технічна база, організація навчально-виховного процесу, якість комп'ютерних комунікацій, наявність баз проходження фахової практики, масштаби проведення реалізації науково-дослідницької діяльності роботи, рекламні заходи та PR-технології, можливість стажування, отримання додаткових спеціальностей тощо.

Сьогодні на ринку послуг вищої освіти України спостерігається погіршення рівня організації надання освітніх послуг. Науковці виділяють низку послаблюючих факторів:

- скасування державного розподілу випускників ВНЗ;
- дефіцит фахівців, здатних працювати в умовах ринкової економіки, і, натомість, надлишок традиційних фахівців;
- нестабільний попит на фахівців – випускників ВНЗ;
- зниження інтересу до оволодіння технічними знаннями та набуття інженерної професії;
- скорочення фінансування з державного бюджету загальноосвітньої та наукової діяльності тощо [5].

Ціни на освітні послуги встановлюються і регулюються державою для всіх освітніх закладів відповідно до державних освітніх програм і стандартів. На освітні послуги недержавних навчальних закладів, додаткові освітні послуги державних закладів застосовуються вільні (ринкові) ціни. Ціни на освітні послуги залежно від співвідношення попиту і пропозиції на них можуть відрізнятися від їх вартості.

Встановлення вартості платної освітньої послуги здійснюється на базі економічно обґрунтованих витрат, пов'язаних з її наданням. Калькуляційною одиницею при цьому є вартість отримання відповідної платної освітньої послуги однією фізичною особою за весь період її надання у повному обсязі. Тому факторами впливу на ціну будуть розмір витрат на навчання, співвідношення попиту та пропозиції за конкретними напрямками (спеціальностями) навчання на національному (регіональному) ринку освітніх послуг, а також нематеріальні фактори (імідж вишу, престижність фаху тощо).

Врахування цих факторів дає можливість навчальному закладу диференціювати розмір плати за надання платної освітньої послуги виходячи з ліцензованого обсягу. Поряд з тим, слід зауважити, що надто низька ціна освітньої послуги може сформувати у свідомості споживача думку про недостатню якість відповідної освітньої програми. Адже пошук оптимального для споживача поєднання двох чинників – якості і ціни – визначають максимальну корисність від споживання освітньої послуги, а отже, і формує її конкурентоспроможність.

На доступність послуг впливають такі фактори, як розташування навчального закладу відповідно до місця проживання „покупця”, наявність філій, відділень, можливість дистанційного навчання, можливість одержання державної освітньої субсидії.

Факторами конкурентоспроможності освітньої послуги, що визначаються ринком праці є відповідність потребам ринку у спеціалістах інноваційного типу, тобто з високим рівнем набутих професійних компетентностей та можливістю їх реалізації; спроможність і швидкість переорієнтації профілю вищого навчального закладу на потреби ринку праці; усвідомлення керівниками підприємств і організацій необхідності співробітництва з ВНЗ з метою вдосконалення підготовки фахівців; рівень зайнятості та безробіття, що впливають на мотивацію придбання освітньої послуги.

Розвиток інфраструктури ринку освітніх послуг є важливим фактором, що впливає на формування конкурентоспроможності освітніх послуг. Інфраструктуру РОП можна визначити як сукупність інституцій, які забезпечують необхідні умови для взаємодії суб'єктів ринку освітніх послуг між собою та із зовнішнім середовищем [1]. Особливе місце в інфраструктурі РОП належить інноваційній інфраструктурі (венчурні фірми, технопарки, університетсько-промислові дослідницькі центри, наукові парки і ін.), яка покликана підвищувати ефективність науково-дослідної діяльності ВНЗ.

На формування конкурентоспроможності освітніх послуг впливають і світові тенденції розвитку ринку освітніх послуг та їх національні (регіональні) особливості. До світових тенденцій розвитку ринку освітніх послуг віднесемо: глобалізаційні процеси в економічній, культурній, політичній сферах; інтеграція у світовий освітній простір; перехід до постіндустріального, інформаційно-інноваційного суспільства; висока мобільність капіталів і робочої сили, зростання конкуренції; демократизація суспільства, розширення можливостей вибору в сфері політичного життя та інші.

До національних (регіональних) особливостей розвитку ринку освітніх послуг можна віднести темпи соціально-економічного розвитку регіону, структура економіки, в т.ч. рівень добробуту регіону, темпи міграції, взаємозв'язок і співробітництво вищої та середньої школи; державне фінансування ВНЗ та заходи популяризації вищої освіти в регіоні (проведення олімпіад, конкурсів, конференцій організації дозвілля молоді, виплата кращим студентам спеціальних стипендій тощо).

Сучасна система державного регулювання ринку освітніх послуг в Україні продовжує мати низку недоліків: залишається досить зацентралізованою, відсутня гнучкість, можливість швидкої адаптації до законів, умов зовнішнього середовища, суспільних відносин, що реформуються, які негативно позначаються на формуванні конкурентоспроможності освітніх послуг і зумовлюють необхідність запровадження важелів ефективного державного управління.

Державне управління освітою – це цілеспрямований організаційний та регулюючий вплив держави на стан і розвиток системи освіти, свідомість, поведінку та діяльність суб'єктів освітнього процесу з метою досягнення цілей та реалізації функцій держави, відображених у конституції та законодавчих актах, шляхом запровадження державної освітньої політики, виробленою політичною систе-

мою та законодавчо закріпленою, через діяльність органів державної влади, наділених необхідною компетенцією [2]. Вплив державного управління на конкурентоспроможність освітніх послуг здійснюється шляхом запровадження низки нових управлінських технологій та виконання завдань підвищення його ефективності: підвищення компетентності управлінських кадрів у галузі менеджменту освіти, створення державно-громадської системи управління освітою, впорядкування інноваційної діяльності у сфері освіти тощо.

Висновки. Конкурентоспроможність послуг вищої освіти, як комплексне поняття, формується у результаті конкурентної боротьби за рахунок здобуття та утримання конкурентних переваг під впливом різних факторів. Залежно від критерію оцінювання конкурентоспроможності послуг вищої освіти виділено дві групи факторів формування – внутрішні, які формуються навчальним закладом, і зовнішні, які формуються ринком праці, розвитком інфраструктури РОП, впливом світових тенденцій розвитку ринку освітніх послуг, національними (регіональними) особливостями, державним управлінням сфери освіти та іншими. Вплив факторів потрібно розглядати з врахуванням особливостей, специфіки надання та оцінки освітніх послуг.

Врахування факторів формування конкурентоспроможності послуг вищої освіти при оцінюванні її рівня, при визначенні конкурентного статусу ВНЗ, при розробці конкурентної стратегії з метою здобуття та утримання конкурентних переваг є важливим, оскільки зумовлює необхідність подальших досліджень у напрямі виявлення сили впливу, пошуку моделей їх взаємовпливу тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Война Г. Г. Державне регулювання ринку освітніх послуг / Г. Г. Война. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua>.
2. Волкова Н. В. Визначення ефективності державного управління освітою / Н. В. Волкова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua>.
3. Дмитрів А. Я. Характеристика особливостей освітньої послуги з погляду маркетингу / А. Я. Дмитрів [Електронний ресурс] : Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – 2010. – С. 40-43. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>.
4. Карпюк О. А. Проблеми оцінки конкурентоспроможності освітніх послуг / О. А. Карпюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua>.
5. Козак О. М. Якість освітніх послуг – основний чинник конкурентоспроможності вищих навчальних закладів / О. М. Козак // [Електронний ресурс] Сталій розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – С. 46-49. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua>.
6. Кнап Н. В. Формування конкурентоспроможності ВНЗ / Н. В. Кнап // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.confcontact.com.
7. Матюх С. А. Дослідження конкурентних ринків вищих навчальних закладів в сучасному освітньому просторі / С. А. Матюх // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.confcontact.com.
8. Ogarenko V. Комплекс маркетинга как инструмент повышения конкурентоспособности вуза / V. Ogarenko // Zeszyty naukowe politechniki rzeszowskiej. – nr 248. – Zarządzanie i marketing. – 2008. – z. 12. С. 119 – 126.
9. Ольшанцева Т. О. Методи підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг вищих навчальних закладів / Т. О. Ольшанцева, И. Г. Бритченко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.confcontact.com.
10. Терентьева Н. О. Управление качеством освіти – запорука конкурентоспроможності ВНЗ / Н. О. Терентьева // Педагогичний альманах : зб. наук. пр. – Херсон : Вид-во РІПО. – 2008. – № 3. – С. 161 – 165.
11. Трубич С. Формування та розвиток ринку освітніх послуг як передумова входження України в ЄС (деякі підходи до уточнення понятійного апарату дослідження) / С. Трубич, Т. Майкович // Вісник ТАНГ. – 2003. – № 5 – 1. – С. 145 – 150.

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

У статті досліджено передумови і стан інноваційної діяльності МСП України. Виявлено зв'язок між макроекономічними передумовами та інноваційним потенціалом підприємництва. Проаналізовано інноваційну діяльність МСП, висвітлено досягнуті напрацювання та нереалізовані можливості державної політики у сфері підтримки інноваційної активності підприємств сектору МСП.

Ключові слова: інноваційна діяльність, мале та середнє підприємництво, технологічні, продуктивні, маркетингові інновації, інноваційна активність.

Skrypko T.

INNOVATIVE ACTIVITY OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS

The article examines the background and status of SME innovation Ukraine. Relation between macroeconomic assumptions and innovative potential of entrepreneurship. Analysis of innovative activity of SME reached highlights achievements and unrealized opportunities policy in supporting innovation activity of enterprises SME sector.

Keywords: innovation, small and medium business, technology, products, marketing innovation, innovation activities.

Вступ. Останніми роками посилюється значення інноваційного розвитку підприємств з огляду на формування інноваційного типу вітчизняної економіки. На практиці, однак, спостерігається доволі слабка інноваційна активність та відносно незначне збільшення частки підприємств, які впроваджують нові або вдосконалені методи виробництва продукції у свою діяльність. Одночасно відбувається збільшення обсягів фінансування інноваційної діяльності за всіма її напрямками у розрахунку на одне інноваційне підприємство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні засади інноваційної активності підприємництва ґрунтовно вивчаються та описуються дослідниками [2 – 4, 9], які визначають найбільш істотні перешкоди інноваційній діяльності, як то катастрофічна нестача власних коштів, недостатня фінансова підтримка з боку держави, висока вартість нововведень, що особливо відчутно у секторі малого і середнього підприємництва (МСП).

Беззаперечним лишається велике соціально-економічне значення МСП у забезпеченні підвищення економічного потенціалу держави, формуванні передумов для практичної реалізації та інтенсифікації інноваційних проектів, збереженні та розвитку інфраструктури, зростання доходів населення, створення робочих місць. Отож, гостро актуальним є всебічне висвітлення і ґрунтовний аналіз усіх аспектів підвищення інноваційної активності МСП, як найважливішого фактору забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Постановка завдання. У зв'язку з цим, мета статті – виявити та проаналізувати наявні тенденції інноваційної діяльності МСП в Україні для окреслення можливого сценарію подальшого розвитку. Відповідно, в процесі дослідження вирішено завдання:

1) проаналізувати результати інноваційної діяльності вітчизняних малих і середніх підприємств, а також промисловості у цілому;

2) провести структурно-функціональне дослідження цілей та форм запровадження нововведень;

3) висвітлити досягнуті напрацювання та нереалізовані можливості державної політики у сфері підтримки інноваційної активності підприємств сектору МСП.

Вклад основного матеріалу дослідження. Інноваційна активність МСП проявляється через розвиток інноваційного потенціалу та впровадження інноваційних проектів. Разом з тим, апробація інноваційних можливостей сектора МСП реальна лише за створення низки умов організаційно-правового та економічного характеру, що завдяки стимулюванню інвестиційної привабливості сприятимуть впровадженню результатів науково-технічних розробок у виробництво.

У 2012 р. набув чинності Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», завдяки чому покращилося державне регулювання процесів створення і впровадження інновацій. Зокрема, передбачається надання фінансової підтримки для утворення об'єктів інфраструктури підтримки МСП у сфері інновацій, науки та промислового виробництва, у тому числі бізнес-інкубаторів, інноваційних бізнес-інкубаторів, науково-технологічних центрів, центрів трансферу технологій. Для сприяння розвитку венчурного підприємництва розроблено систему економічних стимулів, відрегульовано питання впровадження у виробництво наукомістких розробок коштом державного бюджету [1].

У рамках забезпечення процесів планування державної підтримки інноваційної діяльності здійснюється ретельний моніторинг практичної реалізації інновацій підприємствами шляхом запровадження нової форми річної статистичної звітності, у якій відображається інноваційна діяльність підприємства за останні три роки. При цьому інновації диференціюються на технологічні, маркетингові та організаційні, що дозволяє глибше проаналізувати існуючі тенденції та створити дієві механізми регулювання процесів формування вітчизняної інноваційної економіки. Так, за останні роки частка підприємств, що впроваджували інновації, збільшилася від 11% (2008 р.) до 13% (2012 р.), у той час як частка реалізованої інноваційної продукції скоротилася від 6% до 4% відповідно [5].

Про проблеми інноваційної активності вітчизняного підприємництва свідчать вкрай низькі темпи зростання частки підприємств, що впроваджували інновації (на 2,8 в. п. у 2012 р. до 2008 р.). Незважаючи на збільшення загальної кількості впроваджених нових технологічних процесів, а також найменувань виробництва нових видів продукції, частки маловідходних та ресурсозберігаючих технологічних процесів, а також нових видів техніки стрімко зменшуються. Це негативно позначається на конкурентоспроможності продукції вітчизняної промисловості загалом, а не лише підприємств малого і середнього бізнесу, та призводить до погіршення конкурентного статусу держави.

На відміну від малих підприємств, які здебільшого функціонують у невиробничій сфері, за цей же період спостерігається вища, ніж у середньому в економіці України, інноваційна активність вітчизняних промислових підприємств. Так, частка інноваційно активних промислових підприємств у 2011 р. становила 16,2% та збільшилася до 2007 р. на 2,0 в. п., а до 2010 р. – на 2,4 в. п. При цьому збільшилися і загальні обсяги витрат на здійснення інноваційних робіт за [5 – 8]. Проте, як ми бачимо з інформації, поданої у табл.1, інноваційна активність вітчизняних промислових підприємств не може характеризуватися стабільністю та високим рівнем розвитку. Так, кількість промислових підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, у 2011 р. порівняно з 2000 р. незначно (на 1,5%), але зменшилася, у тому числі частка підприємств, які замовляли дослідження і розробки, зменшилася на 5,8 в. п. (у т. ч. в загальній кількості промислових підприємств – на 1,4 в. п.).

Ще більшим за аналогічний період було зменшення кількості промислових підприємств, що впроваджували інновації, – на 11,0%, а частки підприємств, що освоювали виробництво інноваційних видів продукції, – на 36,9 в. п (у т. ч. в загальній кількості підприємств – на 6,6 в. п.). Це яскраво засвідчує наявність стійкої тенденції до звуження інноваційної діяльності, включно з її плануванням на довгострокову перспективу, реального сектора економіки України, у т. ч. сегменту його малих і середніх підприємств.

Отже, активізація процесів інноваційного розвитку у секторі МСП залишається нагальним питанням забезпечення національної конкурентоспроможності та інтеграції у міжнародне економічне середовище. Не слід забувати, що визначальними особливостями інноваційної діяльності МСП є здатність до швидкого перепрофілювання напрямів досліджень та/або сфери використання їх результатів, необхідність швидкого прийняття рішень, дотримання гнучкості та адаптивності, а також підвищений рівень ризику. Як показує дослідження, значними чинниками впливу на її ефективність та дієвість є державна політика у сфері підприємництва та макроекономічні процеси.

Нами виявлено, що системоутворюючі цілі інноваційної активності МСП ієрархічно диференційовані, що дозволило виокремити та конкретизувати їх підділі на кожному з рівнів (рис. 1).

Маркетингові інновації вітчизняних підприємств сектору МСП проявляються, як правило, через впровадження прогресивних методів ціноутворення, продажу товарів, управління каналами збуту, рекламною діяльністю. Через ці особливості найбільша їх кількість припадає на сферу роздрібно-торгівлі. Крім іншого, вони сприяють адаптації бізнесу до умов ринкової трансформації економіки і міжнародних стандартів підприємницької діяльності. Підприємства промисловості реалізують маркетингові інновації шляхом формування дилерсько-дистрибуторських організаційних моделей товаропросування для забезпечення раціонального вибору каналів збуту.

Технологічні інновації у секторі МСП здебільшого реалізуються через оновлення обладнання та вдосконалення програмного забезпечення для виробництва нових або поліпшених товарів і послуг.

Технологічні інновації відносять до імітуючих, а не безпосередньо новаторських, оскільки це потребує менше ресурсів. Разом з тим, в умовах малої частки інноваційно активних малих підприємств фірми-послідовники можна вважати новаторами, адже вони теж сприяють вдосконаленню технологій та поширенню нових видів продукції. Достатньо велика частка підприємств сектора МСП у торгівлі активно раціоналізує технологічні процеси. Лише мікропідприємства, кількість зайнятих працівників в яких не перевищує 3-4 особи, не запроваджують технологічних інновацій. Організаційні інновації часто спричиняються технологічними, і вони пов'язані зі зміною системи менеджменту, підвищенням кваліфікації персоналу. Дрібний готельно-ресторанний бізнес України більше використовує новачі кадрової роботи та щодо комунікацій із організаціями-партнерами.

Інноваційний розвиток сектора МСП неможливий без вирішення інституціональних та ресурсних проблем фінансового, організаційно-правового, інформаційного та ринкового характеру. Саме на вирішенні означених проблем ґрунтуються цілі інноваційної активності сектора, покликані спрямувати ресурси на реалізацію інноваційних процесів задля забезпечення прогресивного розвитку, стабільності, стійкості та економічної незалежності.

Інноваційна активність промислових підприємств в Україні (розраховано автором за [5, с. 175, 185, 206])

Показники	Роки				2011 р. до, %/ в. п.	
	2000	2005	2010	2011	2000 р.	2010 р.
Кількість підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, од., у т. ч. за структурою:	1705	1193	1462	1679	98,5	114,8
- дослідження і розробки,% (у т. ч. в% від загальної кількості промислових підприємств)	25,6 (4,6)	26,6 (3,2)	21,0 (2,9)	19,8 (3,2)	-5,8 (-1,4)	-1,2 (0,3)
- придбання прав на патенти, ліцензій на використання об'єктів промислової власності,%	3,6 (0,6)	9,5 (1,1)	6,8 (0,9)	6,3 (1,0)	2,7 (0,4)	-1,5 (0,1)
- придбання машин, обладнання та програмного забезпечення,%	33,1 (6,0)	46,0 (5,5)	51,2 (7,9)	63,3 (10,3)	30,2 (4,3)	12,1 (2,4)
- технологічна підготовка виробництва,%	28,0 (5,0)	31,7 (3,8)
- маркетинг, реклама,%	25,7 (4,6)	28,2 (3,3)
Кількість промислових підприємств, що впроваджували інновації, од., у т. ч. за структурою:	1491	810	1217	1327	89,0	109,0
- впроваджували нові або вдосконалені методи виробництва продукції,% (у т. ч. в% від загальної кількості промислових підприємств)	27,9 (4,1)	49,6 (4,1)	42,9 (4,9)	45,6 (5,8)	17,7 (1,7)	2,7 (0,9)
- освоювали виробництво інноваційних видів продукції,%	92,0 (13,7)	77,8 (6,4)	50,5 (5,8)	55,1 (7,1)	-36,9 (- 6,6)	4,6 (1,3)
Обсяги фінансування інноваційної діяльності, млрд грн, у т. ч. за структурою за напрямками інноваційної діяльності:	1,8	5,8	8,0	14,3	у 7,9 р.	178,8
- дослідження і розробки,%	15,1	10,6	12,4	7,5	-7,6	-4,9
- придбання прав на патенти, ліцензій на використання об'єктів промислової власності,%	2,5	4,2	1,8	2,3	-0,2	0,5
- придбання машин, обладнання та програмного забезпечення,%	61,0	54,8	64,0	73,2	12,2	9,2
- технологічна підготовка виробництва,%	9,3	17,2
- маркетинг, реклама,%	4,7	6,6
Частка підприємств, що впроваджували інновації, у загальній кількості підприємств, що займалися інноваціями,%	87,4	67,9	83,2	79,0	-8,4	-4,2
Обсяги фінансування витрат інноваційної діяльності у розрахунку на одне підприємство, млн грн, у т. ч. за напрямками інноваційної діяльності:	1,0	4,8	5,5	8,5	у 8,5 р.	154,5
- дослідження і розробки	0,6	1,9	3,2	3,3	у 5,5 р.	103,1
- придбання прав на патенти, ліцензій на використання об'єктів промислової власності	0,7	2,2	1,4	3,1	у 4,4 р.	у 4,3 р.
- придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	1,9	8,3	6,0	9,9	у 5,2 р.	165,0
- технологічна підготовка виробництва	0,3	1,8
- маркетинг, реклама	0,2	1,1

Одним із головних критеріїв ефективності інноваційної діяльності на сьогодні залишається конкурентоспроможність продукції, для створення та реалізації якої розробляються і впроваджуються інновації. Натомість інтелектуальна творча діяльність та науково-дослідні роботи здебільшого ініціюються і проводяться в межах навчальних та науково-дослідних інституцій. Відтак, при реалізації державної політики підтримки інноваційного розвитку МСП важливо розвивати зв'язки (передусім з використанням таких інструментів, як кластери, промислово-виробничі зони, техніко-впровадзувальні бази тощо) економічних агентів виробничого сектора та його інфраструктури з навчальними та науково-дослідними інститутами, суб'єктами фінансово-кредитного сектора.

Висновки. Аналіз макроекономічних тенденцій інноваційної діяльності в Україні свідчить про недостатність частки інноваційної продукції в загальних обсягах виробництва і реалізації промислової продукції та її подальше зменшення, а також про зменшення часток інноваційно активних підприємств.

Основними чинниками гальмування розвитку інноваційної діяльності МСП є недостатня роль держави у створенні стимулів до активізації та фінансуванні інноваційної діяльності, нераціональність співвідношення обсягів витрат та діяльності, а також структурних характеристик розвитку інновацій у промисловості та інших видах економічної діяльності, недостатність інформаційної бази інноваційної активізації.



Рис. 1. Ієрархічна декомпозиція цілей інноваційної активності МСП (власна розробка)

На загальнодержавному рівні важливо створити та підтримувати сприятливі умови для активізації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, в т. ч. у секторі МСП, шляхом стимулювання ефективного використання власних та залучених фінансових ресурсів, налагодження та розвитку партнерських відносин суб'єктів малого і великого бізнесу в інноваційній сфері, підвищення ефективності використання інтелектуально-кадрового потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закона. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – № 3. – Ст.23.
2. Анализ инновационной политики России и Украины по методологии Европейского сообщества / [под ред. Ивановой Н. И., Егорова И. Ю., Радошевича С.] – М. : ИМЭМО РАН, 2008. – 237 с.
3. Близнюк Т. П. Інноваційна діяльність підприємства в умовах циклічності розвитку економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / Т. П. Близнюк. – Харківський національний економічний університет, Харків, 2008. – 20 с.

4. Жураковська М. Б. Проблеми розвитку інноваційної діяльності в Україні / М. Б. Жураковська // Актуальні складові регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції: збірник тез за матеріалами XI Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Феодосія, 21-22 травня 2009 р. – Феодосія : Феодосійська фінансово-економічна академія, 2009. – С. 26-28.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник – Державна служба статистики України. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2012. – 305 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник – Державна служба статистики України. – К.: ДП "Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України", 2008. – 361 с.
7. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник – Державна служба статистики України. – К.: ДП "Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України", 2010. – 347 с.
8. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник – Державна служба статистики України. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2011. – 282 с.
9. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : національна доповідь / [К. О. Ващенко, З. С. Варналій, В. С. Воротін, В. М. Геєць та ін.] – К.: Держкомпідприємництво, 2008. – 226 с.

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ УКРАЇНСЬКИМИ МЕНЕДЖЕРАМИ

Висвітлені теоретичні основи та концептуальні положення системи управління організаціями за результатами. Доведений взаємний зв'язок фінської моделі управління за результатами з високим рівнем розвитку економіки Фінляндії.

Проаналізовані передумови та визначені ключові чинники впровадження цієї системи управління в практику управління українськими організаціями в умовах їх модернізації.

Ключові слова: менеджер, методологія, модернізація, організація, персонал, процес, принципи, робота, результат, система, управління, чинники.

Trut O.

INTRODUCTION OF SYSTEM MANAGEMENT AFTER RESULTS UKRAINIAN MANAGERS

Theoretical bases and conceptual principles of control system by organizations are lighted up after results. Mutual connection of the Finnish case frame is well-proven after results with the high level of development of economy of Finlyandiii.

Analysed pre-conditions and the key factors of introduction of this control system are certain in practice of management Ukrainian organizations in the conditions of their modernization.

Keywords: manager, methodology, modernization, organization, personnel, process, principles, work, result, system, management, factors.

Вступ. Взятий Україною курс на поглиблення ринкових реформ, які забезпечать добробут громадян, відродження і зростання вітчизняної економіки, зумовлює необхідність формування нової управлінської парадигми, яка повинна віддзеркалювати об'єктивні потреби реформованої економіки і суспільства загалом. Вона має виявити ключові чинники, використання яких при побудові нової системи управління допоможе нашій країні прискорити розвиток ринкової економіки з найменшими втратами для суспільства.

Менеджмент українських організацій в умовах ринку вирішує подібні завдання: отримання максимального та довготермінового прибутку, стійкий розвиток, забезпечення переваги над конкурентами. Але якщо одні організації досягають значних результатів у вирішенні цих завдань і стають лідерами ринку, то інші – змушені постійно боротися за виживання або навіть зникають.

Проведені вітчизняними та зарубіжними соціологами дослідження показують, що менеджери не розрізняють таких понять, як «робота» і «результат», а через це поточна, звичайна робота перешкоджає їм досягати високих результатів. Крім того, що поточну діяльність керівників, на яку вони витрачають найбільше часу, може не гірше, але дешевше виконати будь-хто з підлеглих. Такий підхід обмежує їхні можливості зробити певний внесок у майбутній успіх організації.

Тому сучасним українським менеджерам потрібно знайти цільові орієнтири, що є вирішальними для успіху організації, ідентифікувати їх, виробити критерії та вжити заходів щодо їх досягнення –

саме в цьому й полягає система управління організацією за результатами. Але в сучасному стані розвитку національної економіки та й окремих підприємств, коли майбутнє не дуже ясне, цілі дещо розмиті, виникає небезпека захоплення менеджерами проміжними, частковими, «сьогоднішніми» результатами, «управління заради управління», втрати перспективи та витрати сил на марну працю, яка не приведе до досягнення бажаної мети.

Сфера управління нині вважається найскладнішою, оскільки менеджери будь-якого рівня – державного чи цехового – працюють багато й завзято, що не гарантує, проте, ні успіху, ні навіть виживання об'єкта їхнього керівництва. Це доводить необхідність нових підходів до управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях зарубіжних вчених наукові дослідження проблеми управління результатами організації представлені ширше. Зокрема, фундаментальний підхід до розгляду питань оцінювання ефективності менеджменту та результативності організацій висвітлено в роботах учених: Э. Воутілайнена, П. Друкера, Н. Энди, Г. Кокінза, Р. Каплана, Д. Лафта, І. Ніссена, П. Порреніе, Т. Санталайнена, П. Самуельсона.

Теоретичні та методичні засади формування системи оцінки ефективності та результативності організацій були предметом наукових досліджень вітчизняних вчених: О. Березіна, І. Бланка, О. Виноградової, О. Кузьміна, Б. Мізюка, Й. Петровича, Д. Черваньова, М. Чумаченка, Ф. Хміля та ін.

Однак, незважаючи на значний науковий доробок вчених, вітчизняними дослідниками практично не охоплена проблематика ефективного викорис-

тання управлінських ресурсів для підвищення результативності організацій, формування адекватних систем управління, розробки відповідних інструментів та механізму управління за результатами. Відсутні теоретичні розробки і практичні рекомендації з питань системного управління результатами організацій в умовах модернізації економіки України.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження теоретичних засад і методологічних принципів системи управління організаціями за результатами та обґрунтування передумов впровадження її в професійну діяльність українських менеджерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стимулом до розробки системи управління за результатами послужила незадоволеність керівників фінських підприємств американською системою управління за цілями. На розвиток цього типу управління зробило також японське управлінське мислення. Фінська школа управління на сьогоднішній день – одна з наймолодших [1, 4, 9]. Фінляндія є крупним торговим партнером країн Балтії, Росії та України, тому досвід управління організаціями у Фінляндії становить для нас великий інтерес у силу того, що ця концепція на практиці приносить відчутні результати.

Основна концепція авторів сучасного фінського менеджменту (Тімо Санталайнена, Ееро Воутілайнен, Пертті Порреніє і Юуко Х. Ніссен), які протягом останніх 20 років активно працюють в області вдосконалення системи управління організаціями у Фінляндії, присвячена націлюванню керівників на результативність [1, 6, 7].

Концепція управління за результатами формувалася крок за кроком. На сьогодні ця система впроваджена на багатьох підприємствах і в організаціях Фінляндії. Успіхи в економіці, особливо за останній час, – переконливий доказ ефективного управління.

У Доповіді про конкурентоспроможність у світі за 2013 рік Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) Фінляндія, Швейцарія і Сінгапур залишаються світовими лідерами за рівнем конкурентоспроможності своїх національних економік. До першої десятки найбільш конкурентоспроможних країн світу, попри кризу, увійшли шість європейських держав [10]. Згідно з ВЕФ, управління фінською економікою як на макро-, так і мікро- рівнях здійснюється дуже добре, що забезпечує відмінні показники якості державних інститутів. Визначальним чинником росту конкурентоспроможності Фінляндії, було приєднання її у 1995 р. до Євросоюзу.

Фінляндія за досить короткий період часу успішно трансформувала свою економіку в економіку знань. Уже в 1990-х Фінляндія стала найбільш спеціалізованою за ІКТ країною у світі. До 10% ВВП тут використовується на розвиток освіти, фінансування досліджень і розробок. Результатом є високі темпи приросту ноу-хау (найвищий показник у світі). До того ж у країні прозора і стабільна економічна ситуація, а суспільство вільне від корупції.

Загальновідомо, що освіта є найважливішим чинником економічного розвитку країни. Програма оцінки міжнародних студентів у Фінляндії засвідчила найвищий рівень підготовки студентів [11]. Загальний освітній рівень фінів високий – 65% на-

селення вступає до університетів або професійних вузів, і більшість студентів одержує ступінь магістра [11].

Україна в рейтингу конкурентоспроможності ВЕФ перебуває на 84 місці зі 148 країн в оточенні Тунісу й Уругваю [11]. Таким чином за рік вона опустилась на 11 позицій. Серед пострадянських країн Україна ще випереджає лише Молдову (89 місце) й Киргизію (121 місце). Серед факторів, які найбільше заважають розвитку бізнесу в Україні, називається недостатній доступ до кредитів, корупція, бюрократія, недосконале податкове законодавство, політична нестабільність. Тому основним завданням сучасної України на етапі євроінтеграції є подолання цих негативних наслідків як на макро так і на мікро рівні управління національною економікою. Зрозуміло, що це вимагатиме тривалого часу. Проте, на нашу думку, прискорити цей процес можливо за умови якісної підготовки висококваліфікованих менеджерів, що забезпечить її успіх і конкурентоспроможність в майбутньому.

Автори концепції управління за результатами наголошують на необхідності чіткої орієнтації діяльності організації на вимірювання запланованих та досягнутих у процесі роботи *результатів* [4]. Основна ідея управління за результатами полягає в тому, що жодна організація не представляє ніякої цінності сама по собі, але вона є впорядкованою формою, яка об'єднує окремих індивідів та їх груп для досягнення певних результатів.

Основоположники цієї концепції управління визначають, що «управління за результатами» – це така система управління, яка має будуватися на основі певного способу мислення та поведінки членів організації, орієнтованих на досягнення очікуваних результатів. Оскільки мета – це критерій оцінки результатів, то залежно від типу мети, якою користується або організація у цілому, або – окремих підрозділ чи виконавець, застосовуються окремі показники, або – система показників для оцінки результативності.

Як зазначає український вчений Й. Петрович, «визначення цілі трактує її як один з елементів поведінки і свідомої діяльності людини, що характеризується уявленням в людській свідомості результату діяльності та шляхів його реалізації за допомогою певних засобів. Ціль постає як ідеальний образ результату діяльності, а власне діяльність – як процес досягнення цілі. Перехід від цілі до результату не є безпосереднім і прямим» [5]. Згідно з цією концепцією ключовими результатами діяльності організації вважаються конкретні цілі, що піддаються вимірюванню, досягнення яких можна визначити різними техніко-економічними показниками. Багатоцільовий характер діяльності організації, а також необхідність досягнення різнобічних результатів потребує досить складних засобів управління ними.

Схематично процес управління організацією за результатами представлений на рис. 1.

Концепція «управління за результатами» розвинула положення про те, що визначення результатів призводить до знання задач кожним виконавцем, а це, у свою чергу, підвищує мотиваційний потенціал працівників, дозволяє на цій основі дійсно забезпечити досягнення результатів усією організацією. Саме включення кожного працівника у процес забезпечення досягнення результатів і є

визначальним досягненням підходу, що розглядається. Це було доведено численними дослідженнями. Цілі, які ми ставимо перед собою, окреслюють бажані та можливі напрямки нашої діяльності, спрямовують нас на досягнення нехай і нечисленних, але важливих результатів [9].

ваної на зміцнення виробничої та трудової дисципліни, точніше – на створення нової дисципліни, нового ставлення до праці. За роки радянської влади люди звикли не стільки працювати, скільки вдавати, що працюють. З цією психологією необхідно боротися, зокрема, забезпечуючи матеріальне й моральне стимулювання кожного працівника суто

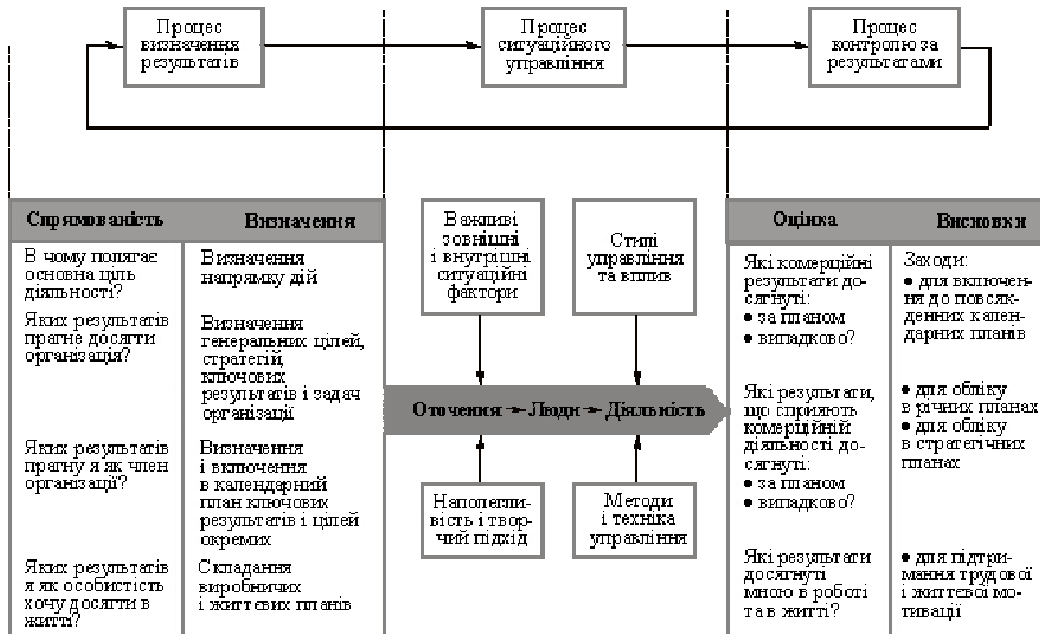


Рис. 1. Процес управління за результатами

Для більш чіткого уявлення про зміст «управління за результатами», порівняємо його загальні характеристики з відповідними характеристиками менеджменту (табл. 1).

Управління за результатами в кожній організації унікально, тому що полягає в роз'ясненні кожному працівнику сенсу його праці, у створенні умов для вільного розвитку фізичних і розумових здібностей людини для досягнення спільно узгоджених результатів і поліпшення рівня життя.

Як відзначає Й. Петрович, праця в системі управління за результатами не має примусового характеру, тобто її зміст, послідовність, місце і час виконання обумовлюються тільки результатами, у визначенні яких бере участь і керівництво, і персонал. На нашу думку це положення концепції є найбільш назрілим нині для українських менеджерів. Адже за часів функціонування адміністративно-командної системи через зрівнялівку, труднощі професійного зростання та службово- професійного просування за діловими якостями люди відучилися працювати на совість. Тоді існував стандарт відносин „начальник – підлеглий”, а не єдина команда колег по роботі, очолювана формальним керівником, який одночасно є її неформальним лідером. Нині найбільш адекватним стандартом трудових відносин є формування й функціонування команд колег по роботі. Широке впровадження цього стандарту в практику роботи вітчизняних організацій є важливим засобом досягнення визначених результатів діяльності [5].

Тому особлива проблема для українських менеджерів – необхідність постійної роботи, спрямо-

за результати роботи, за індивідуальний трудовий внесок у кінцевий результат діяльності певного трудового колективу і всієї організації.

Менеджмент має бути засобом, за допомогою якого організація формує свою організаційну культуру, цінності й переконання. На нашу думку основні принципи корпоративної культури, почуття духовної спільності, властиве працівникам організації, справляють значно більший вплив на результати діяльності, ніж технологічні або економічні ресурси, організаційна структура, інновації або нормування часу. Безумовно, все це також необхідно для успіху. Однак вирішальним чинником успішної діяльності організації є дотримання її працівниками принципів корпоративної культури. Добрих результатів організації досягає в тому випадку, коли існує повна відповідність між культурою і стратегією, оскільки це є потужним важелем управління персоналом з метою забезпечення його результативної й ефективної роботи. Якщо культура організації протирічить стратегії, тоді її варто змінити, причому намагатися зробити це якнайшвидше, оскільки тривалий конфлікт між основними положеннями культури і стратегії організації послаблює зусилля менеджерів з реалізації обраної стратегії. Отже, тісний зв'язок між корпоративною культурою і стратегією є дієвим засобом активізації роботи персоналу організації.

За роки існування незалежної України ринкові реформи у нас здійснювалися надто повільно, непослідовно, з багатьма іншими недоліками, а в кінцевому підсумку – з низькою результативністю. Однією з важливих причин цього є наявність

Загальні характеристики менеджменту та «управління за результатами»

Характеристика	Менеджмент	«Управління за результатами»
Загальна спрямованість	Неясна (або неусвідомлена) система управління, спрямована на досягнення результату, що не є чітко визначеним	Система «управління за результатами» є процесом пошуку результату. До неї входять: визначення результатів, оперативне управління, контроль за результатами
Планування	Існує небезпека обмежитися «бюджетними» цілями. Немає чіткого зв'язку між завданнями окремих груп та окремих працівників. Ініціатива може залишитися поза увагою керівника	Складаються бюджети, плани діяльності та розвитку. Наявність визначеного результату та спрямованість на нього. Урахування у плануванні інтересів всіх груп та окремих працівників. Досягнення «календарної визначеності». Людина, її воля, бажання — в основі всього Використання стратегічного управління.
Оперативне управління	Слабка спрямованість поточної діяльності на досягнення очікуваних результатів; виконання неідеальне, внаслідок недостатньої уваги до планування робочого часу; вважається, що результати мають виникати автоматично, завдяки роботі підлеглих	Організація та поточне планування діяльності на основі тісного зв'язку з очікуваними результатами; свідоме стимулювання за досягнуті результати; надання підтримки виконавцям; постійний проміжний контроль, зокрема за виконанням графіків, визначених для окремих робіт
Контроль	Орієнтація на вузьке коло доступних критеріїв; наявні спроби замінити аналіз загальними поясненнями; «контроль заради контролю»; часто — відсутність висновків про стан справ та обґрунтованість у коригувальних заходах	Головна увага приділяється комерційній діяльності, а також діяльності на її підтримку; розвинутий аналіз поточних результатів (у тому числі випадкових); обґрунтовуються висновки для упровадження заходів; «перемоги» та «поразки» сприймаються як уроки на майбутнє
Наслідки застосування	При розвитку негативних сторін існує можливість: одностороннього розвитку; використання «модних» течій та стандартних рішень; віра в можливість стрибкоподібного розвитку за допомогою знаходження «панацеї» без глибоких перетворень в організації	При використанні переваг — існує можливість вдосконалення за допомогою керованих процесів змін, які здійснюються комплексно, постійно, на всіх організаційних рівнях, з урахуванням накопиченого позитивного та негативного досвіду основа для подальшого розвитку стратегічного управління

серйозних недоліків у державному управлінні економікою та у менеджменті переважної більшості вітчизняних організацій. Тим не менше і у цій сфері справи поступово покращуються. Про це можна стверджувати, ґрунтуючись на макроекономічних показниках вітчизняної економіки, позитивна динаміка яких упродовж кількох останніх років свідчить про її стабілізацію і початок поступового відродження після глибокої економічної кризи. Поступово буде поповнюватися когорта найкваліфікованіших спеціалістів з управління в умовах ринкових відносин, на яких нині в окремих секторах національного господарства України існує дефіцит.

Висновки. Управління за результатами — це спільна система управління, мислення та розвитку, за допомогою якої досягаються цілі, визначені і погоджені всіма членами організації. При цьому ефективними засобами досягнення бажаних результатів в діяльності вітчизняних менеджерів повинні стати: творчі здібності людей, демократичний стиль і техніка управління, формування й функціонування команд колег по роботі, корпоративна культура та культура менеджменту, стратегія організації.

В умовах управління за результатами ініціативний і творчий персонал — найцінніший ресурс. Джерелом такого управління є переконання в тому, що кожна людина здатна до саморозвитку незалежно від того, на якому рівні організації вона працює. При цьому керівник повинен бути демократичним, гнучким, готовим до співпраці, приділяти основну увагу результату, довіряти працівнику і делегувати йому повноваження, а також давати можливість підлеглим домагатися успіху.

Однак «управління за результатами», як і будь-який підхід до управління, має свої обмеження. Так,

автори концепції цілком правильно наголошують на тому, що перехід до «управління за результатами» означає широкомасштабний процес вдосконалення всієї організації з приділенням водночас уваги лише деяким інструментам планування та контролю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Друкер П. Управління, націлене на результати / П. Друкер. [пер. з англ.] — М.: Технічна школа бізнесу, 1994. — 200 с.
2. Економіка підприємства: підручник / [за ред. Й. М. Петровича]. — К.: Новий світ, 2004. — 680 с.
3. Економіка та організація виробництва: підручник / [за ред. В. Г. Герасимчука, А. Е. Розенплентера]. — К.: Знання, 2007. — 678 с.
4. Кокінз Г. Управління результативністю: Як перебороти різницю між оголошеною стратегією і реальними процесами / Г. Кокінз. — М.: Альпіна Бізнес Букс, 2007. — 315 с.
5. Петрович Й. М. Управління діяльністю організаційно-виробничих систем: навч. посіб. / Й. М. Петрович. — К.: Знання, 2013. — 510 с.
6. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д. С. Синк. — М.: Прогресс, 1989. — 528 с.
7. Трут О. О. Оперативний менеджмент: підручник / О. О. Трут. — К.: Академвидав, 2013. — 348 с.
8. Чейз Р. Производственный и операционный менеджмент / Чейз Р., Эквилайн Н., Якобс Р. [пер. с англ.] — М.: Вильямс, 2007. — 1184 с.
9. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник / З. Є. Шершньова. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с.
10. <http://www.dw.de>

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Досліджено роль Інтернет-технологій у ресторанному бізнесі, охарактеризовано окремі види Інтернет-інновацій, які застосовуються для підвищення ефективності функціонування закладів ресторанного господарства.

Ключові слова: Інтернет-технологія, ресторанний бізнес, Wi-Fi, IP-камера, тепан-шоу, онлайн-бронювання, електронне меню, QR-код.

Shaleva O.

APPLYING OF INNOVATIVE INTERNET TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS

The role of restaurant's Internet technologies is probed in this article. The separate types of Internet innovations, which are used for the increase of efficiency of the restaurant business functioning are characterized.

Keywords: Internet technologies, restaurant business, Wi-fi, IR-camera, teppan-show, on-line-reserving, electronic menu, QR-code.

Вступ. Потреби людей у харчуванні є особливо нагальними і життєво необхідними. З розвитком суспільства задоволення зростаючих потреб тільки особистою працею, на основі домашнього господарства, стає неможливим. Таким чином виділилася сфера діяльності, основним завданням якої є організація харчування людей за межами своєї оселі (за місцем роботи, навчання, відпочинку, під час подорожі тощо).

За загальним визначенням ресторанний бізнес – це економічна діяльність, метою якої є одержання прибутку шляхом створення усіх необхідних умов для задоволення потреб клієнтів у комфортному і якісному прийманні їжі

В умовах переходу до ринкової економіки ресторанний бізнес перебуває на складному етапі в результаті здійснення в Україні економічних реформ, не завжди послідовних та ефективних. Однак, саме у цій сфері підприємницької діяльності, раніше від інших сфер господарювання повинні реалізуватися елементи ринкового механізму: конкуренція, боротьба за споживача, розширення асортименту, продукції і видів послуг.

Характерною рисою сучасного суспільства є активне застосування в економіці та перспективне домінування інформаційно-комунікаційних технологій. Завдяки цим технологіям, зокрема їх Internet-компонентам, значна кількість компаній, у тому числі в сфері ресторанного бізнесу набувають суттєвих конкурентних переваг і отримують можливість ефективного виходу на національні та глобальні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сфері ресторанного бізнесу є ряд вагомих розробок, серед яких можна виділити праці Архіпова В. В., Калашникова О. Ю., Карпенка В. Д., Мостової Н. О.,

Нечаюк Л. І., Новикової О. В., П'ятницької Г. Т., Сірого В. М. та інших. Проте особливості та переваги застосування Інтернет-технологій у діяльності цього сегменту залишаються практично недослідженими.

Постановка завдання. Метою цієї статті є аналіз основних форм застосування Інтернет-технологій на підприємствах сфери ресторанного бізнесу та дослідження досвіду їх запровадження у вітчизняній та закордонній практиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. Закон Парето, відповідно до специфіки його застосування його у ресторанному бізнесі, вказує, що лише 20% відвідувачів здатні забезпечити власникам закладу 80% прибутку. При цьому щоб утримати постійних відвідувачів і привабити нових в умовах жорсткої конкуренції якісної смачної їжі та стильного інтер'єру вже недостатньо. У цьому випадку отримання додаткових конкурентних переваг ефективно забезпечує впровадження інноваційних Інтернет-технологій.

На сьогоднішній день найбільш популярною технологією такого типу є застосування у ресторанах закладах безкоштовного Wi-Fi. Це дозволяє відвідувачам в очікуванні замовлення працювати, переглядати новини, спілкуватися з бізнес-партнерами чи друзями.

Wi-Fi (Wireless Fidelity) – це сучасна технологія бездротового доступу в Інтернет, що найбільш динамічно розвивається. Доступ до мережі за технологією Wi-Fi здійснюється за допомогою спеціальних радіоточок доступу. Підключитися до мережі Wi-Fi можна за допомогою ноутбуків і мобільних пристроїв, оснащених спеціальним устаткуванням. На сьогоднішній день практично всі сучасні портативні та кишенькові комп'ютери є Wi-Fi-сумісними.

Однак власники не нових мобільних ПК також можуть легко використати цю технологію, встановивши в PCMCIA-слоти своїх комп'ютерів спеціальні Wi-Fi-картки.

Однією з головних переваг будь-якої Wi-Fi-мережі є можливість доступу до Інтернету для всіх її користувачів, яка забезпечується або прямим підключенням точки доступу до Інтернет-каналу, або підключенням до неї будь-якого сервера, під'єданого до Інтернет. В обох випадках мобільному користувачеві не потрібно нічого самостійно налаштувати – досить запустити браузер і набрати адресу будь-якого Інтернет-сайту.

Суттєво зекономити час на пошук місця для відпочинку чи проведення певного заходу дозволяє онлайн-бронювання. Так, в Україні діє сервіс Stolik.ua, який дає змогу через мережу Інтернет замовити місце у рестораних закладах Києва (82 об'єкти), Львова (82), Дніпропетровська (5), Вінниці (39), Ялти (2), Одеси (3), Кривого Рогу (1).

Для того, щоб забронювати столик, потрібно зайти на відповідний сайт (<http://stolik.ua>) і вибрати необхідні параметри – населений пункт, ресторан, бажаний час відвідування, кількість персон. Обрати заклад та конкретне місце можна за різними критеріями (табл. 1).

Програма також дає змогу вести статистику заповнення закладу за певний період, а вище згадуване інформування про новини й акції сприяє інтенсифікації потоків відвідувачів.

Онлайн-бронювання застосовує і відомий американський сервіс Groupon – американський сервіс колективних знижок, який охоплює 41,7 млн. користувачів у 48 країнах. Тепер користувачі мережі Groupon можуть зарезервувати столик зі знижкою в 40% у більш ніж 500 закладах у 10-ти містах США, включаючи Нью-Йорк, Бостон, Лос-Анджелес, Сан-Франциско. Послуга входить до розділу Groupon Reserve, який займається просуванням товарів і послуг преміум-класу.

Оригінальним маркетинговим ходом, який дозволяє переконатися у тому, що заклад дотримується стандартів виготовлення страв, забезпечує їх високу якість, а також оперативно дослідити враження споживачів і бізнес-партнерів є запровадження режиму так званої відкритої кухні. При цьому відвідувачі мають змогу бачити через спеціальне вікно, як працюють кухарі. Подальшим етапом розвитку такої інновації є встановлення на кухні IP-камер, які дозволяють спостерігати за роботою закладу в режимі реального часу через ме-

Таблиця 1

Критерії вибору при онлайн-бронюванні місць за допомогою сервісу Stolik.ua

№ з/п	Критерій вибору	Можливі варіанти вибору
1	Кухня	Українська, японська, польська, італійська, угорська, чеська, грецька, тайська, іспанська, російська, мексиканська, грузинська, французька, єврейська, китайська, вірменська, узбецька, німецька, американська, європейська, галицька, закарпатська, кавказька, східна, середземноморська, вегетаріанська, морепродукти, дієтична.
2	Сервіси	Wi-Fi, паркування, банкетний зал, плазмовий телевізор, жива музика, літній майданчик, дитяче меню, дитяча кімната, караоке, тематичні вечірки, аква-шоу, еротик-шоу, винна карта, чайна карта, перегляд спортивних подій, кейтеринг, більярд, настільний футбол, кальян, танцпол, проектор.
3	Розташування	Вибір за назвами вулиць в алфавітному порядку чи на карті.
4	Тип закладу	Ресторан, кафе, бар, суши-бар, караоке-бар, паб, віскі-паб, кав'ярня, таверна, клуб, нічний клуб, піцерія, кондитерська, концертно-розважальний комплекс.
5	Властивості місця (столика)	Біля вікна, в кутку, в центрі, біля акваріума, біля бару, біля каміна, навпроти телевізора, навпроти сцени, біля танцполу, на лаві, навпроти, VIP.
6	Сума середнього чеку	До 100 грн., 100-200 грн., 200-300 грн., 300-400 грн., 400-500 грн., 500-600 грн., 600-700 грн., 700-800 грн., 800-900 грн., 900-1000 грн.

У тому разі, коли столик успішно заброньований, клієнтові на мобільний телефон надійде відповідне повідомлення. Крім того, відвідувачі сайту інформуються про різноманітні новини й акції закладів.

Stolik.ua для розширення аудиторії відвідувачів створив відповідні співтовариства та групи в соціальних мережах ВКонтакте, Facebook і Twitter.

Такий сервіс дозволяє отримувати переваги не лише відвідувачам ресторанних закладів, але й для їх власників. Так, програмне забезпечення для підключення закладу можна отримати безкоштовно. Воно встановлюється на будь-який стаціонарний комп'ютер, ноутбук чи планшет з мінімальним розміром дисплею 7". При цьому оплачуються лише ті замовлення, які були здійснені клієнтами за допомогою відповідної системи.

режу Інтернет. Такий підхід застосовується, зокрема у мережі ресторанів швидкої їжі "Вареники ТУТ" – першому в Україні тематичному фаст-фуді здорової їжі, заклади якого знаходяться у Києві, Львові (Сокільниках), Одесі, Луцьку.

Різновидом режиму відкритої кухні є теппан-шоу. Теппан-шоу – це демонстрація віртуозного приготування кухарем на очах відвідувачів певної страви, зазвичай східної, на спеціальній металевій поверхні-столі (теппані) без посуду шляхом швидкого обсмажування (часто із застосуванням відкритого вогню).

Такий процес дозволяє активно застосовувати інформаційні технології, особливо тоді, коли для приготування страви застосовують екзотичні компоненти, які можуть бути незвичними або іноді й

неприємними для споглядання окремими відвідувачами (м'ясо або кров змії, риба фуґу, молоски тощо). При цьому на робочому місці кухаря розташовують камеру (або кілька камер), а на моніторі за столиком за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, яким це цікаво. Як варіант відеоматеріали теппан-шоу можуть розміщуватися на сайті закладу, в соціальних мережах або на сайтах спеціальних Інтернет-служб (зокрема YouTube), як додатковий інструмент зацікавлення потенційних відвідувачів, що можуть залишати власні коментарі. Такі матеріали розповсюджувалися мережами закладів японської кухні "Суші Яма" (Росія, Україна), "Планета Суши" (Росія), ресторанами Mitchikia Japanese Steakhouse and Sushi Bar (США), "РИС-32" (Росія, м. Ростов), "Банзай" (Донецьк) тощо.

Значний інноваційним потенціалом характеризується така технологія як інтерактивне електронне меню. Цей сервіс може застосовуватися як відвідувачами, так і офіціантами. У першому випадку відвідувач замість звичного меню користується iPad-ом, за допомогою якого він може підібрати з карти вин закладу за ціною, регіоном виробництва, букетом, а потім до нього – страву з меню. Також існує можливість підрахувати калорійність певних страв, а при виборі страв – відразу побачити остаточний чек замовлення. Під час очікування на замовлення можна ввійти в мережу Інтернет, переглянути новини, пограти в ігри.

У тому разі, коли інформаційними технологіями користується офіціант, застосовується спеціальне програмне забезпечення. У вітчизняній практиці з цією метою застосовується система R-keeper, яка здійснює повний цикл розрахунково-облікових операцій, від оформлення надходження продуктів на склад до видачі фірмового чека клієнтові. Вона складається з набору програмних модулів, склад яких визначається конфігурацією конкретної системи: "Менеджер" (обов'язковий компонент системи), "Каса", "Бар", "Термінал офіціанта". Касові термінали можуть експлуатуватися як інтегровано (при наявності зв'язку з касовим апаратом), так і автономно. Основні функції системи полягають в наступному

- автоматизація процесу вводу і зберігання замовлення;
- автоматична передача змін в меню з комп'ютера менеджера в зал в режимі on-line;
- автоматична передача замовлення на кухню та на бар по мережі;
- контроль руху товарів;
- можливе використання сканера штрих-кодів.

Практично необмежені можливості для онлайн-взаємодії бізнес-структур (у тому числі ресторанних закладів) і споживачів відкриває застосування QR-кодування.

QR (quick response)-код – це двовимірний штрих-код, який несе в собі інформацію, що може зчитуватися за допомогою телефону з вбудованою камерою. Завдяки легкому розпізнаванню користувач може миттєво занести в свій телефон текстову інформацію, додавати контакти в адресну книгу, переходити за Web-посиланнями, відправля-

ти sms-повідомлення тощо. Для зчитування QR-кодів існують такі безкоштовні та вільні для завантаження з мережі Інтернет програми, як I-NIGMA, Kaywa Reader, QuickMark, iMatrix, Neo-Reader. Швидкість розпізнавання коду дуже висока, їх можна розміщувати на будь-яких носіях (починаючи від чеків і меню і закінчуючи різноманітними вивісками).

Заклади ресторанного бізнесу застосовують QR-коди для приваблення відвідувачів. На вході до ресторану розміщують рекламний плакат або меню з нанесеним кодом. Зчитавши код, користувач може зайти на сайт ресторану, переглянути меню або отримати посилання на сайт, де можна ознайомитися з відгуками про цей заклад. Також в код можна закласти інформацію про історію ресторану, походження та авторство деталей інтер'єру, деталі меню (склад і походження інгредієнтів, етапи і способи їх обробки, поживність і калорійність), час роботи закладу, повідомлення про акції чи лотереї.

QR-коди дають змогу активізувати різноманітні програми лояльності, організувати голосування, інтерактивні опитування і максимально швидко отримувати інформацію відгуки відвідувачів про відповідний заклад. Також адміністрація закладу може розсилати sms-повідомлення з кодом, який надає право на знижку на певну страву чи послугу.

В Україні активні процеси застосування QR-кодів розпочалися у зв'язку з підготовкою до проведення Євро-2012. Так, у Львові ініціював і впроваджує цей проект Туристичний Рух Львова (громадський рух, що об'єднує власників бізнесу та окремих осіб, які формують туристичну галузь міста), а Львівська міська рада підтримує проект на рівні комунікацій та отримання дозволів для розміщення міток на туристичних і ресторанных об'єктах.

Зокрема QR-коди запроваджені для мережі ресторанів "Фест" ("Криївка", "Майстерня шоколаду", "Масонська ложа", "Мазох-кафе", "Жидівська кнайпа", "Дім легенд", "Гасова лямп", "Біля Діани", "Трамвайчик", "Вар'яти"); закладів системи швидкого харчування ("Кумпель", "Челентано", "Картопляна хата", "Яппі", "Кафе 1", "Пункт"); нічних клубів "Позитифф", "Метро"; а також готелях "Леополіс", "Жорж", "Євроготель", "Швейцарський", "Дністер", "Опера", "Озерний Край", "Цитадель Інн", що мають власні ресторани об'єкти.

Висновки. Найпродуктивнішим та найшвидшим каналом передачі інформації у світі є глобальна мережа Інтернет, що дає змогу ефективно використовувати її для впровадження інновацій у ресторанному бізнесі. Специфіка роботи Інтернету дозволяє кардинально змінювати способи і методи взаємодії між суб'єктами бізнесу, підвищувати рівень якості обслуговування споживачів, зміцнювати конкурентні позиції господарюючих суб'єктів, одержувати максимально повну і об'єктивну інформацію для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціальної та економічної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова В. А. Якість і маркетингова стратегія ресторанного бізнесу / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України. – Донецьк, 2008. – Вип. 25, т. 2. – С. 9-15.

2. Groupon открываєт сервис бронирования ресторанов – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <<http://www.hopesandfears.com/hopesandfears/news/news/121111-groupon>>.

3. Инновации в ресторанном бизнесе – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <<http://prohotelia.com.ua/2013/02/restaurant-innovation/>>.

4. Литвиненко Т. С. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т. С. Литвиненко // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. – К., 2003. – С.123-127.

5. Оліфіров О. В. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного господарства в умовах розвитку Інтернет-технологій / О. В. Оліфіров, К. О. Маковейчук – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <[archive.nbuv.gov.ua /portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Olifirov.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Olifirov.pdf)>.

6. QR-коди у Львові – [Електронний ресурс]. – Реж. доступу : <<http://lviv.travel.ua/profitably/QR-codes/>>.

7. <http://varenykytut.wordpress.com/>

8. <http://r-keeper.org/>

9. <http://stolik.ua/>

10. <http://turrux.nton.info/>

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК

УДК 657.633

Воронко Р. М.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ПІДПРИЄМСТВ І ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

У статті досліджуються нормативно-правові засади функціонування внутрішньогосподарського контролю підприємств і організації системи споживчої кооперації України. Розглядаються рівні нормативно-правового регулювання та їх вплив на побудову ефективної системи внутрішнього контролю підприємства.

Ключові слова: нормативно-правове регулювання, рівні регулювання, законодавчі акти, підзаконні нормативні акти, внутрішньогосподарський контроль, внутрішній контроль, суб'єкти контролю

Voronko R.

REGULATORY AND LEGAL CONTROL OF ENTERPRISE INTERNAL REGULATION AND ORGANIZATION OF CONSUMER COOPERATION IN UKRAINE

Regulatory and legal functioning of internal control in enterprises and organizations of the system of consumer cooperation of Ukraine are investigated in the article. The levels of the regulatory and legal control and their influence are examined on the construction of the effective internal checking of enterprise system.

Keywords: regulatory and legal control, levels of control, legislative acts, by-laws, internal regulation, internal control, control subjects

Вступ. Внутрішньогосподарський контроль здійснюється самим підприємством і має на меті забезпечити раціональне управління ним з дотриманням визначених параметрів. Досягнення бажаних показників діяльності із дотриманням встановлених внутрішніх стандартів, норм і правил та без порушення вимог чинного законодавства характеризує ефективність системи внутрішньогосподарського контролю.

Середовищем функціонування внутрішнього контролю на Україні є наше суспільство, яке зацікавлене у ефективному господарюванні з метою досягнення високих макроекономічних показників за умови недопущення непродуктивних втрат ресурсів, викорінення випадків зловживань і шахрайства та дотримання етичних правил поведінки усіма учасниками економічних відносин. Вимоги суспільства до таких учасників втілюються у законах України та інших нормативних актах. Суб'єкти господарювання державної та приватної форм власності зобов'язані підпорядковуватись вимогам і правилам, які встановлюються державою.

Регуляторна функція з боку держави щодо внутрішньогосподарського контролю обмежується лише окремими законодавчими актами, які забезпечують нормативно-правові засади функціонування цього контролю. Стосується це його окремих напрямів,

пов'язаних із визначенням суб'єктом господарювання контрольних органів і встановленням їм повноважень, забезпечення ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності. Тобто нормативно-правові акти України визнають внутрішньогосподарський контроль таким, який повинен забезпечити власник і самостійно розробити систему та форми контролю господарсько-фінансової діяльності. Не регламентуються державою, а визначаються власником (адміністрацією) підприємства також усі інші складові внутрішньогосподарського контролю: суб'єкти та об'єкти контролю, організація і методика контролю, контрольні дії, технологія контрольного процесу та необхідний інструментарій для його здійснення тощо.

Аналіз досліджень та публікацій. Нормативно-правове регулювання внутрішньогосподарського контролю, у тих чи інших аспектах, розглядали у своїх працях практично усі вчені, які досліджували питання організації і функціонування внутрішнього контролю в Україні та за рубежом. Це, зокрема такі вчені як М. Т. Білуха, Ф. Ф. Бутинець, Л. В. Гуцаленко, Н. І. Дорош, І. К. Дрозд, Є. В. Калюга, Л. В. Нападівська, В. С. Рудницький, Б. Ф. Усач, В. О. Шевчук та ін. Результати їхніх досліджень сприяють розвитку загальної теорії і практики внутрішнього контролю на Україні.

У своїх роботах вчені досліджують також питання, які стосуються мети, завдань, організації, методики, об'єктів, суб'єктів та оцінки ефективності внутрішнього контролю. Проте, не зважаючи на досить значну кількість публікацій у цьому напрямі, на сьогодні залишаються недостатньо розкритими питання нормативно-правових засад створення і функціонування дієвої системи внутрішнього контролю на підприємствах системи споживчої кооперації. Тому вони потребують особливого дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як було зазначено вище, в основі нормативно-правового регулювання внутрішньогосподарського контролю на підприємстві лежить те, що на власника (керівництво) підприємства покладена повна відповідальність за забезпечення ефективного управління підприємством та його поступальний розвиток. Здійснюючи планування та організацію господарської діяльності підприємства, власник (керівництво) забезпечує також створення раціональної структури внутрішньогосподарського контролю, перевірку виконання закріплених за ним функцій та управління ризиками для отримання впевненості в тому, що буде досягнута основна мета - стабільне ведення господарської діяльності шляхом оцінки подій і фактів господарської діяльності підприємства з позиції економічної ефективності її здійснення, дотримання нормативно-правових актів, які регулюють таку діяльність, спостереження за ходом виконання запланованих показників, виконання прийнятих рішень з урахуванням принципів підприємницької діяльності, виявлення в ході проведення аналізу та усунення порушень фінансової дисципліни і відшкодування завданих підприємству збитків.

Слід відзначити, що на сьогодні відсутній єдиний нормативно-правовий акт на рівні держави у сфері внутрішньогосподарського контролю, який міг би бути виражений у вигляді відповідної концепції внутрішньогосподарського контролю і забезпечував би розробку, поряд з обліковою, і контрольної політики підприємства. Тому нормативно-правове регулювання внутрішньогосподарського контролю на підприємствах і в організаціях споживчої кооперації України розглянемо з врахуванням тих нормативних документів, які діють сьогодні та можуть забезпечити ефективний внутрішній контроль на підприємстві.

Доцільно погодитись з позицією вчених, які вважають, що правове регулювання вносить порядок у контрольні відносини, визначає поведінку контролюючих органів, межі їх повноважень [1, С. 26]. За допомогою правового регулювання вирішуються такі завдання:

- затвердження системи органів державного контролю, їх завдань і повноважень;
- раціональний розподіл функцій контролю між органами і посадовими особами, що забезпечує різнобічну перевірку діяльності на основі єдиних принципів;
- встановлення стабільного порядку проведення контролю, що забезпечує його об'єктивність, достовірність, організованість, узгодженість дій та ефективність;

- створення системи організаційно-правових гарантій правильного і своєчасного здійснення контролю, виконання приписів контролюючих органів, дотримання прав підконтрольних органів і осіб.

При чому, на нашу думку, нормативно-правове регулювання дає змогу визначити систему органів не тільки державного, а й інших видів контролю (муніципального, аудиторського, власника й ін.), їх завдання і повноваження.

Структурно нормативно-правове регулювання внутрішньогосподарського контролю у споживчій кооперації можна розглядати за певними рівнями (рис. 1).

У своїх попередніх дослідженнях ми зазначали, що інтеграція України в міжнародну спільноту вимагає узгодження національного і міжнародного законодавства й супроводжується прийняттям міжнародних правових документів, впровадженням міжнародних стандартів обліку та аудиту з використанням передового досвіду світових організацій, які є провідними щодо розробки принципів у сфері контролю та аудиту (Міжнародна організація Вищих аудиторських органів, Міжнародна організація вищих органів фінансового контролю, Американський інститут дипломованих бухгалтерів, Асоціація аудиту і контролю інформаційних систем ISACA, Рада з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості тощо) [2, С. 144]. Все це потрібно для підвищення інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, зрозумілості і прозорості їхніх намірів для зарубіжних партнерів. Особливо актуальним це є для підприємств системи споживчої кооперації України, яка є членом Міжнародного кооперативного альянсу та ЄвроКООПу, а діяльність кооперативних структур у всьому світі базується на єдиних правилах і принципах.

Тому перший рівень нормативно-правового регулювання внутрішньогосподарського контролю – міжнародний, включає нормативні акти у сфері контролю та аудиту, видані світовими міжнародними організаціями. Доцільно зазначити, що у зарубіжній теорії і практиці, у більшості випадків, не розділяють поняття “внутрішньогосподарський контроль” і “внутрішній аудит”. Більш розповсюдженим при цьому є термін

не “внутрішньогосподарський контроль”, а “внутрішній контроль”, під яким розуміють “систему внутрішнього контролю”, що включає багато компонентів і охоплює всю організацію. Одночасно, для ідентифікації контрольних функцій на підприємстві частіше вживається термін “аудит” та “внутрішній аудит”, що передбачає наявність підрозділу внутрішнього аудиту, який

контролює дотримання встановлених на підприємстві облікових правил, повноту, достовірність, надійність і своєчасність даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

До міжнародних нормативних актів, які регламентують внутрішній контроль та аудит відносяться:

- міжнародні стандарти INTOSAI (ISSAI INTOSAI GOV) Міжнародної організації Вищих аудиторських органів (Рахункова палата України є членом цієї організації) (1953 р.) – МСА Міжна-

родної федерації бухгалтерів пристосовано і до інших секторів економіки, оскільки вони були призначені, в більшості випадків, для аудиту приватного сектора;

- Лімська Декларація керівних принципів контролю, прийнята IX Конгресом Міжнародної організації вищих органів фінансового контролю (INTOSAI) (1977 р.) – містить повний перелік цілей аудиту державних фінансів та пов'язаних з ними питань;

- “Вказівка про розгляд структури внутрішнього контролю при аудиті фінансової звітності” (SAS 55 / SAS 78) Американського інституту дипломованих бухгалтерів (1988 р. зі змінами 1995 р.) – регламентує дії зовнішніх аудиторів при визначенні впливу внутрішнього контролю на планування й аудит фінансової звітності;

- Закон Сарбейнса-Окслі, відомий як “Вимоги SOX” (2002 р.) – визначає вимоги до фінансового менеджменту у корпораціях, цінні папери яких котируються на міжнародних фондових ринках. Його метою є забезпечення злагодженої роботи фінансових служб, повної незалежності аудиторів, і прозорості банківських операцій задля запобігання резонансним корпоративним скандалам, які мали місце у світі на початку 2000-х років;

- доповідь “Контроль і аудит систем” (SAC) Дослідницького фонду Інституту внутрішніх аудиторів (1991 р. зі змінами 1994 р.) – надає допомогу внутрішнім аудиторам в процесі контролю та аудиту інформаційних систем та технологій, розкриває вплив інформаційних технологій на систему засобів внутрішнього контролю;

- доповідь “Внутрішній контроль: інтегрований підхід” (COSO) (1992 р. зі змінами 1994 р.) Комітету спонсорських організацій Комісії Тредуєя – подано визначення внутрішнього контролю та рекомендації управлінському персоналу щодо його опису, оцінки й удосконалення;

- стандарт “Цілі контролю за інформаційними та суміжними технологіями” (COBIT) Асоціації аудиту і контролю інформаційних систем ISACA (1996 р.) – являє собою пакет близько 40 міжнародних стандартів і настанов у сфері управління інформаційними технологіями, аудиту та IT-безпеки, спрямований на узгодження стратегій бізнесу та стратегій інформаційних технологій, розкриває системний підхід щодо інструментарію для здійснення достатнього і ефективного контролю за безпекою інформаційних систем. Цей стандарт розглядає контроль як сукупність розроблених організаційних структур, політик, практик та процедур, які повинні забезпечити достатню впевненість у досягненні цілей бізнесу, а також щодо того, що небажані події будуть попереджені або виявлені, а мета діяльності підприємства реалізована;

- міжнародні стандарти аудиту 315 “Розуміння суб'єкта господарювання і його середовища та оцінка ризиків суттєвих викривлень” (ISA 315) та 330 “Аудиторські процедури відповідно до оцінених ризиків” (ISA 330) Ради з міжнародних стандартів аудиту та надання впевненості Міжнародної федерації бухгалтерів (IFAC) (2005 р.) – обидва ці

стандарти на сьогодні переглянуті і розроблені з метою надання допомоги аудиторам в процесі підтвердження фінансової звітності та оцінки впливу на це системи внутрішнього контролю (аналогічно як і SAS 55 / SAS 78).

Сюди відносяться також міжнародні угоди України з іншими країнами світу з питань гармонізації вітчизняного обліку і звітності та контролю до міжнародних принципів і стандартів. Наша країна, як відомо, відповідно до постанови КМУ від 28.10.1998 р. № 1706 “Про затвердження Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів” прийняла стратегію використання міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні. Також, відповідно до рішення Аудиторської палати України від 18.04.2003 р. № 122/2, з 1 січня 2004 року Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг застосовуються в Україні у якості національних стандартів аудиту.

Доцільно зазначити, що нормативні акти з питань внутрішнього контролю і аудиту міжнародного рівня засвідчують, що у зарубіжних країнах з високо розвинутою економікою та інфраструктурою ринкових відносин механізми контролю є більш ефективними, діє він за чіткими принципами, визначеними критеріями, категоріями та елементами із закріпленими повноваженнями та відповідальністю суб'єктів контролю. Приділяючи велику увагу дієвому внутрішньому контролю, за кордоном сьогодні запроваджуються гнучкі моделі такого контролю, які повинні задовольняти інформаційні потреби менеджменту підприємства у процесі прийняття ефективних управлінських рішень.

Наступний рівень – національний, характеризується нормативно-правовими актами, що розробляються на території України. Він включає, в свою чергу, три підрівні нормативно-правового регулювання внутрішньогосподарського контролю – загальнодержавний, відомчий і рівень підприємства.

Фундаментальні засади формування конкретних правових норм, які визначають функції, сферу, межі державного фінансового контролю, організаційну структуру та повноваження контролюючих органів, форми і методи проведення внутрішнього контролю, беззаперечно, визначає Конституція України [3]. Правовою ж основою на загальнодержавному рівні, яка встановлює завдання, права, обов'язки та відповідальність суб'єктів контролю під час здійснення їхніх функцій у сфері внутрішньогосподарського контролю, є сукупність законодавчих актів і нормативно-правових документів. Розглянемо основні із них.

До законодавчих актів відносяться: Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” від 16.07.1999 р. № 996 – XIV; Закон України “Про кооперацію” від 10.07.2003 р. № 1087-IV; Закон України “Про сільськогосподарську кооперацію” від 17.07.1997 р. № 469/97-ВР; Закон України “Про споживчу кооперацію” від 10.04.1992 р. № 2265-XII; Закон України “Про господарські товариства” від 19.09.1991 р. № 1576 – XII; Закон

України “Про акціонерні товариства” від 17.09.2008 р. № 514 - VI; Закон України “Про аудиторську діяльність” від 14.09.2006 р. № 140 -V; Закон України “Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні” від 26.01.1993 р. № 2939-XII; Закон України “Про банки і банківську діяльність” від 07.12.2000 р. № 2121-III; Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV; Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV; Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI; Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI; Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 р. № 322-VIII; Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-X;

Підзаконні нормативні акти включають: Указ Президента України “Про деякі заходи з дерегулювання підприємницької діяльності” від 23.07.1998 р. № 817/98; Постанова КМУ “Порядок визначення розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей” від 22.01.1996 р. №116; Інструкція по інвентаризації основних засобів, нематеріальних активів, товарно-матеріальних цінностей, грошових коштів і документів та розрахунків, затверджена наказом Міністерства фінансів України № 69 від 11.08.1994 р.; Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку “Про затвердження зразкових статуту та внутрішніх положень відкритого акціонерного товариства”

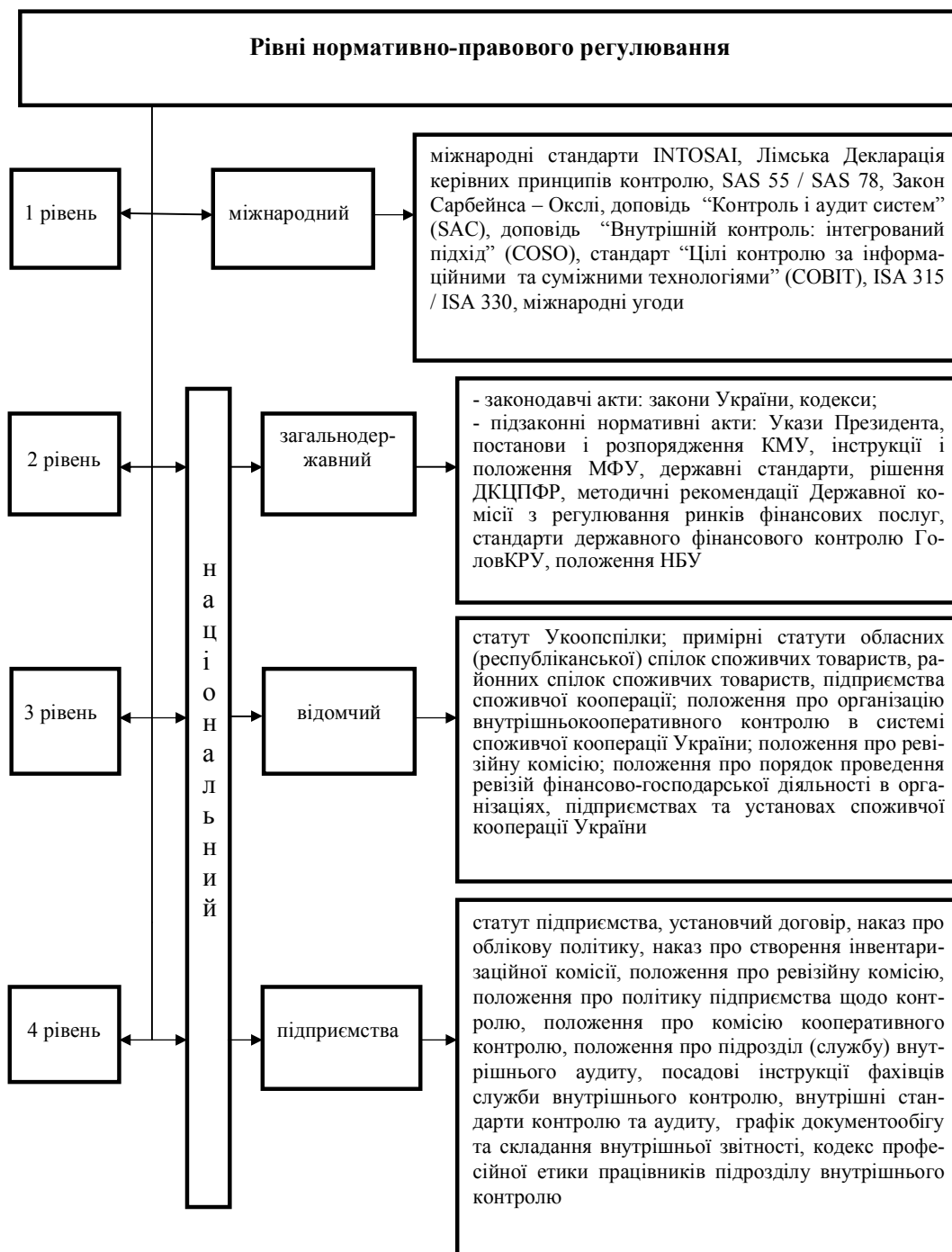


Рис. 1. Система нормативно-правового регулювання внутрішньогосподарського контролю підприємств споживчої кооперації України (розробка автора)

від 08.04.2004 р. № 123; Методичні рекомендації щодо проведення внутрішнього аудиту фінансових установ, затверджені рішенням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг від 27.09.2005 р. № 4660; Розпорядження КМУ “Про схвалення концепції розвитку державного внутрішнього фінансового контролю” від 24. 05. 2005 р. № 158-р.; Стандарти внутрішнього аудиту, затверджені наказом Міністерства фінансів України від 04.10.2011р. № 1247; Державний стандарт України ДСТУ 2962 – 94 “Організація промислового виробництва. Облік, аналіз та планування господарювання на промисловому підприємстві. Терміни та визначення”, затверджений наказом Держстандарту України від 28.12.1994 р. №333; Положення про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках України, затверджене постановою НБУ від 20.03.1998 р. №114.

Ми вище відзначали, що внутрішній контроль на підприємстві не підлягає контролю і нагляду з боку держави, а заходи регуляторного впливу на господарську діяльність у сфері внутрішньогосподарського контролю обмежуються окремими напрямками і стосуються, в основному, вимог до ведення бухгалтерського обліку та складання звітності. Зокрема, відповідно до п. 5 ст. 8 Закону “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” [4], підприємство “самостійно розробляє систему і форми внутрішньогосподарського (управлінського) обліку, звітності та контролю господарських операцій”. Відповідальність за ведення бухгалтерського обліку, складання і подання фінансової звітності покладена на власника (власників) або уповноважений ним орган (посадову особу). Керівництво підприємства визначає зміст, організацію та форму ведення обліку господарських операцій, контролює повноту відображення їх у звітності, забезпечує дотримання строків складання і подання фінансової, статистичної та внутрішньої звітності тощо. Внутрішній контроль, який здійснюється при веденні бухгалтерського обліку господарських операцій покладається, у більшості випадків, на головного бухгалтера підприємства і його доцільно відокремлювати від адміністративного та інших видів контролю.

На виконання вище згаданої Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів, крім Закону “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” були розроблені національні положення (стандарти) бухгалтерського обліку (П(С)БО), які розкриваючи принципи і методи ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності за визначеними об’єктами, містять також положення з контролю цих об’єктів.

Серед нормативно-правових актів, які регламентують діяльність господарюючих суб’єктів, основне місце посідає Господарський кодекс України [5], який встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності, що базується на різноманітності суб’єктів господарювання різних форм власності. Ст. 19 Кодексу, визначаючи сфери контролю і нагляду держави за господарською діяльністю суб’єктів господарювання (стан і достовірність бухгалтерського обліку та

звітності; додержання кредитних зобов’язань перед державою, розрахункової і податкової дисципліни, вимог валютного законодавства, державних цін на продукцію і послуги, антимонопольно-конкурентного законодавства; використання, охорона та відтворення водних ресурсів і лісів; безпека виробництва і праці, додержання законодавства про працю, стандартів, норм та правил, якими встановлено обов’язкові вимоги щодо умов здійснення господарської діяльності; якість і безпечність продукції та послуг; технологічна, економічна, екологічна та соціальна безпека), констатує, що відбуватися це повинно з дотриманням вимог законодавства, неупереджено, об’єктивно і оперативно, поважаючи права та законні інтереси суб’єктів господарювання. Щодо органів управління і контролю суб’єкта господарювання та їх компетенції, то ст. 57 (п. 4) передбачено, що відомості про них повинен містити статут.

У ст. 145 (п. 4) Цивільного кодексу України [6] встановлено, що “до виключної компетенції загальних зборів учасників товариства з обмеженою відповідальністю належить: визначення форм контролю за діяльністю виконавчого органу, створення та визначення повноважень відповідних контрольних органів”. А у ст. 146 зазначено, що “контроль за діяльністю виконавчого органу товариства з обмеженою відповідальністю здійснюється у порядку, встановленому статутом та законом”.

До компетенції зборів товариства з обмеженою відповідальністю ст. 59 Закону “Про господарські товариства” відносить “визначення форм контролю за діяльністю виконавчого органу, створення та визначення повноважень відповідних контрольних органів”. Ст. 63 констатує, що контроль за діяльністю дирекції (директора) товариства з обмеженою відповідальністю здійснюється ревізійною комісією, що утворюється загальними зборами учасників товариства з їх числа в кількості, передбаченій установчими документами. Подібні вимоги щодо порядку утворення, повноважень і підзвітності контрольних органів містять ст. 10 і 73 Закону України “Про акціонерні товариства”.

Таким чином, Господарський і Цивільний кодекси України, Закони України “Про господарські товариства” й “Про акціонерні товариства” визначення контрольних органів та їх повноважень відносять до компетенції загальних зборів учасників із зазначенням їх у статуті підприємства.

Закон України “Про банки і банківську діяльність” у ст. 37 визначає, що органом контролю банку є ревізійна комісія та внутрішній аудит банку. Згідно ст. 41 ревізійна комісія здійснює контроль за фінансово-господарською діяльністю банку. Крім цього банки створюють службу внутрішнього аудиту, яка є органом оперативного контролю спостережної ради банку (ст. 45). Служба внутрішнього аудиту підпорядковується спостережній раді банку та звітує перед нею та діє на підставі положення, затвердженого спостережною радою.

Закон України “Про кооперацію” у ст. 15 до компетенції загальних зборів членів кооперативу відносить “утворення органів управління та органів контролю за діяльністю кооперативу”. Згідно ст. 18 для контролю за фінансово-господарською діяль-

ністю кооперативу загальними зборами з числа членів кооперативу і у порядку, встановленому його статутом, обирається ревізійна комісія (ревізор), яка підзвітна загальним зборам членів кооперативу.

Закон України “Про сільськогосподарську кооперацію” містить аналогічні положення, оскільки згідно зі ст. 2, яка визначає законодавство, що регулює діяльність сільськогосподарських кооперативів, загальні принципи, поняття та норми утворення, забезпечення функціонування, управління сільськогосподарського кооперативу і кооперативних об'єднань, контроль за їх діяльністю тощо регулюються законом України “Про кооперацію”. Статут сільськогосподарського кооперативу також розробляється відповідно до вимог ст. 8 цього ж закону.

Системі споживчої кооперації України притаманний принцип демократичного контролю за діяльністю кооперативних організацій та їх посадових осіб з боку членів цих організацій [8]. Склад і компетенцію органів контролю за фінансово-господарською діяльністю визначають статuti кооперативних організацій. Загальні збори членів споживчого товариства, які є вищим його органом управління, обирають керівні та контрольні органи товариства. Вищим органом управління спілки є з'їзд (конференція), який також обирає її виконавчі та контрольні органи, а взаємодія і підпорядкованість розпорядчих, виконавчих і контрольних органів спілки визначається статутом.

Внутрішньогосподарський контроль у споживчій кооперації України здійснюється, як правило, у формі ревізій і тематичних перевірок. Ст. 15 Закону України “Про споживчу кооперацію” визначає, що ревізії фінансово-господарської діяльності споживчих товариств, спілок та підпорядкованих їм підприємств проводяться їх ревізійними комісіями (ревізорами) або контрольно-ревізійним апаратом відповідних спілок чи аудиторськими організаціями [8]. Крім цього, зовнішній контроль за діяльністю кооперативних організацій здійснюють відповідні органи державної влади в межах своєї компетенції.

Бюджетний кодекс України (зокрема, п'ятий розділ) спрямований на регламентацію контролю в макроекономічному аспекті і визначає його основні напрями щодо дотримання бюджетного законодавства та забезпечення відповідальності й заходів впливу за бюджетні правопорушення.

Податковий кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства. Відповідно до ст. 259 Кодексу законів про працю України нагляд і контроль за додержанням законодавства про працю здійснюють уповноважені органи, які не залежать у своїй діяльності від власника або уповноваженого ним органу.

Центральні органи виконавчої влади здійснюють контроль за додержанням законодавства про працю на підприємствах, в установах і організаціях, що перебувають у їх функціональному підпорядкуванні, крім органів доходів і зборів, які мають право з метою перевірки дотримання податкового законодавства здійснювати такий контроль на всіх

підприємствах, в установах і організаціях, незалежно від форм власності та підпорядкування. Вищий нагляд за додержанням і правильним застосуванням законів про працю здійснюється Генеральним прокурором України і підпорядкованими йому прокурорами.

Громадський контроль за додержанням законодавства про працю здійснюють професійні спілки та їх об'єднання. Зокрема, ст. 247 Кодексу законів про працю України регламентує, що профспілкова організація укладає та контролює виконання колективного договору, здійснює громадський контроль за виконанням власником або уповноваженим ним органом законодавства про працю та про охорону праці, за забезпеченням на підприємстві, в установі, організації безпечних і нешкідливих умов праці, виробничої санітарії, правильним застосуванням установлених умов оплати праці, вимагає усунення виявлених недоліків; здійснює контроль за підготовкою та поданням власником або уповноваженим ним органом документів, необхідних для призначення пенсій працівникам і членам їх сімей, за наданням пенсіонерам та інвалідам, які до виходу на пенсію працювали на підприємстві, в установі, організації, права користування нарівні з його працівниками наявними можливостями щодо медичного обслуговування, забезпечення житлом, путівками до оздоровчих і профілактичних закладів та іншими соціальними послугами і пільгами згідно із статутом підприємства, установи, організації та колективним договором.

Забезпечуючи дотримання норм кодексу України про адміністративні правопорушення, відповідно до ст. 6, органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування, громадські організації, трудові колективи розробляють і здійснюють заходи, спрямовані на запобігання адміністративним правопорушенням, виявлення й усунення причин та умов, які сприяють їх вчиненню, на виховання громадян у дусі високої свідомості і дисципліни, суворого додержання законів України. А дотримання вимог закону при застосуванні заходів впливу за адміністративні правопорушення згідно ст. 7, забезпечується систематичним контролем з боку вищих органів і посадових осіб, прокурорським наглядом, правом оскарження, іншими встановленими законом способами.

Законодавчі акти суто контрольного характеру (закони “Про аудиторську діяльність” та “Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні”) визначають дії суб'єктів контролю (аудиторів і ревізорів) під час здійснення ними контрольних процедур в процесі перевірки з метою оцінки ефективності системи внутрішнього контролю підприємства.

Підзаконні нормативні акти Кабінету Міністрів України, Міністерства фінансів України, Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку, Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг та інших міністерств і відомств регламентують діяльність підприємств в межах їхніх повноважень, передбачають здійснення зовнішнього контролю та містять методичні рекомендації щодо організації внутрішнього контролю й аудиту, вимоги до статутних документів, проведення інвентаризації майна та розрахунків, порядку визначення

розміру збитків від розкрадання, нестачі, знищення (псування) матеріальних цінностей тощо.

До прийняття “Програми реформування системи бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів”, затвердженої постановою КМУ від 28.10.1998 р. № 1706 та Закону “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” було розроблено державний стандарт України ДСТУ 2962 – 94 “Організація промислового виробництва. Облік, аналіз та планування господарювання на промисловому підприємстві. Терміни та визначення”, який набрав чинності 01.01.96 р. Цим стандартом бухгалтерський облік визначається як система цілеспрямованого безперервного взаємопов’язаного документального спостереження і контролю за господарюванням підприємства в грошовому виразі. У відповідності до стандарту найважливішими об’єктами бухгалтерського обліку і контролю на підприємстві є основні фонди, обігові кошти, обсяг випуску продукції, витрати на виробництво, заробітна плата та фінансові результати.

Стандарти внутрішнього аудиту розроблені з метою визначення єдиних підходів до організації та проведення внутрішнього аудиту, підготовки аудиторських звітів, висновків і рекомендацій у міністерствах та інших центральних органах виконавчої влади, їх територіальних органах і бюджетних установах, які належать до сфери управління міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, оцінки якості такого аудиту. Ці стандарти розроблені відповідно до пункту 8 Порядку утворення структурних підрозділів внутрішнього аудиту та проведення такого аудиту в даних органах, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 28 вересня 2011 р. № 1001 та підпункту 4 пункту 1 Плану заходів щодо реалізації Концепції розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 р., затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 22 жовтня 2008 р. № 1347.

Положення про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках України розроблене на підставі законів України “Про банки і банківську діяльність”, “Про аудиторську діяльність” та нормативних актів НБУ. Воно визначає систему аудиторської діяльності в банках та регламентує порядок створення і організацію роботи служби внутрішнього аудиту в комерційних банках України. Внутрішній аудит як система контролю за діяльністю комерційного банку створюється з метою оцінки та вдосконалення системи внутрішнього контролю банку при мінімізації на неї витрат.

Отже, розглянуті та інші законодавчі та підзаконні нормативні акти загальнодержавного рівня лише за окремими напрямками і у певних межах визначають термінологію, органи внутрішнього контролю, їхні завдання та повноваження, акцентуючи увагу на тому, що забезпечити такий контроль повинен власник підприємства. Одні із них повинні бути враховані (наприклад, Закон України “Про споживчу кооперацію”), а інші можуть бути використані, в окремих аспектах, при побудові системи внутрішньогосподарського контролю підприємствами і організаціями споживчої кооперації.

Делегувавши державі частину повноважень з прийняття певних типів рішень на різних рівнях

управління, суб’єкти господарювання стикаються з безальтернативністю виконання таких рішень ініціатора контролю усіма суб’єктами контролю. Тому, маючи загальну мету – зниження втрат від безгосподарності і зловживань та забезпечення ефективного господарювання, органи державного та внутрішньогосподарського контролю використовують різні підходи до застосування контрольного інструментарію у процесі виконання своїх функцій.

Третій рівень – відомчий, для системи споживчої кооперації виражений нормативно-правовими актами з’їздів споживчої кооперації України (конференцій обласних і районних спілок), зборів Ради Укоопспілки (спілок нижчих рівнів), правління Центральної спілки споживчих товариств України (спілок нижчих рівнів), що стосуються питань внутрішньогосподарського контролю і включають положення, примірні статuti, постанови, розпорядження тощо.

До нормативно-правових актів відомчого рівня відносяться: Статут Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки), прийнятий XVI з’їздом споживчої кооперації України 3 березня 1994 року; Примірні статuti обласної (республіканської) спілки споживчих товариств, районної спілки споживчих товариств (райспоживспілки), споживчих товариств, затверджені XVIII (позачерговим) з’їздом споживчої кооперації України 19 грудня 2000 року; Примірний статут підприємства споживчої кооперації, затверджений постановою третіх зборів Ради Укоопспілки дев’ятого скликання 25 січня 2006 р.; Положення про організацію внутрікооперативного контролю у системі споживчої кооперації України, затверджене постановою третіх зборів Ради Укоопспілки шістнадцятого скликання 15 березня 1995 р.; Положення про ревізійну комісію споживчого товариства (сільського, селищного, міського та інше), районного споживчого товариства, районної спілки споживчих товариств (райспоживспілки), обласної (республіканської) спілки споживчих товариств України, затверджені постановою п’ятих зборів Ради Укоопспілки XIX скликання 21 листопада 2007 р.; Положення про порядок проведення ревізій фінансово-господарської діяльності в організаціях, підприємствах та установах споживчої кооперації України, затверджене постановою третіх зборів Ради Укоопспілки шістнадцятого скликання від 15 березня 1995 р.; Примірне положення про комісію кооперативного контролю споживчого товариства, затверджене постановою правління Укоопспілки від 03.09.1993 р. № 156.

Важливе значення для становлення внутрішньогосподарського контролю підприємств і організацій споживчої кооперації, після здобуття Україною незалежності, мав XVI з’їзд споживчої кооперації України, який відбувся 3 березня 1994 року. На цьому з’їзді було прийнято Статут Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки), у якому третій розділ розкриває структуру органів управління і контролю Укоопспілки. Зокрема, тут зазначено, що з’їзд споживчої кооперації України обирає строком на 5 років Раду та ревізійну комісію Укоопспілки, визначає кількісний склад цих органів, затверджує Положення про ревізійну комісію Укоопспілки, розглядає і затверджує звіти

про діяльність Ради, правління та ревізійної комісії Укоопспілки, дає оцінку їх роботі. Ревізійна комісія Укоопспілки є підзвітною з'їзду, а в період між з'їздами – Раді Укоопспілки.

Примірні статuti обласної (республіканської) спілки споживчих товариств, районної спілки споживчих товариств (райспоживспілки), споживчих товариств були затверджені XVIII (позачерговим) з'їздом споживчої кооперації України 19 грудня 2000 року. Доцільно зазначити, що всі ці примірні статuti по структурі подібні між собою, складаються з шести розділів, із яких третій визначає органи управління і контролю даних організацій споживчої кооперації. У цьому розділі зазначено, що вищим органом управління споживспілки є з'їзд (конференція) споживчої кооперації області (республіки), який приймає Статут споживспілки, обирає Раду споживспілки, ревізійну комісію, затверджує Положення про ревізійну комісію споживспілки, розглядає і затверджує звіти про діяльність Ради, правління та ревізійної комісії споживспілки, дає оцінку їх роботи.

Для споживчого товариства вищим органом управління є загальні збори його членів, які приймають Статут споживчого товариства, обирають голову правління споживчого товариства, членів правління та ревізійної комісії, затверджують Положення про ревізійну комісію, інші представницькі органи та органи громадського самоврядування і контролю споживчого товариства, заслуховують звіти про діяльність правління і ревізійної комісії та дають оцінку їх роботі. Вибори органів управління і контролю як споживспілки, так і споживчого товариства проводяться один раз на п'ять років.

Примірний статут підприємства споживчої кооперації, затверджений постановою третіх зборів Ради Укоопспілки дев'ятого скликання 25 січня 2006 р. у ст. 6 визначає, що вищим органом управління підприємства є збори засновників підприємства, а органом контролю - ревізійна комісія. До компетенції зборів засновників належить затвердження статуту підприємства, обрання ревізійної комісії і розгляд результатів ревізії.

Основоположним документом, у сфері внутрішньогосподарського контролю у споживчій кооперації стало "Положення про організацію внутрікооперативного контролю в системі споживчої кооперації України", затверджене постановою третіх зборів Ради Укоопспілки шістнадцятого скликання 15 березня 1995 р. Метою цього положення було удосконалення контролю в споживчій кооперації України у нових умовах господарювання, визначення чіткої структури контролюючих органів, форм і методів організації їх роботи. Також ставилося завдання забезпечення дієвого захисту інтересів та прав пайовиків і населення, яке обслуговує споживча кооперація й посилення впливу внутрікооперативного контролю на поліпшення господарсько-фінансової діяльності споживчих товариств, споживспілок, підпорядкованих їм підприємств, організацій і установ та збереження колективної власності системи. У положенні визначено основні завдання, форми і методи внутрікооперативного контролю, сфери діяльності та функції його органів; порядок організації та проведення

перевірок, ревізій, інвентаризацій, оформлення і розгляду їх матеріалів; права і відповідальність органів внутрікооперативного контролю та галузевих і функціональних підрозділів (служб) при здійсненні контрольних функцій.

Дане положення, посилаючись на вимоги Закону України "Про споживчу кооперацію" та прийнятих на його підставі статутів споживчих товариств і споживспілок, усю відповідальність за організацію й ефективність внутрікооперативного контролю господарської діяльності всіх без винятку організацій, підприємств (об'єднань), установ, закладів, що входять в систему споживчої кооперації України, покладає на правління та ревізійні комісії споживчих товариств і споживспілок.

Положення про ревізійну комісію споживчого товариства (сільського, селищного, міського та ін.), районного споживчого товариства, районної спілки споживчих товариств (райспоживспілки), обласної (республіканської) спілки споживчих товариств України, затверджені постановою п'ятих зборів Ради Укоопспілки XIX скликання 21 листопада 2007 р., визначають організаційні засади функціонування ревізійних комісій як органів внутрішньогосподарського контролю цих організацій споживчої кооперації.

Положення про порядок проведення ревізій фінансово-господарської діяльності в організаціях, підприємствах та установах споживчої кооперації України, затверджене постановою третіх зборів Ради Укоопспілки шістнадцятого скликання від 15 березня 1995 року визначає порядок організації, підготовки і проведення ревізії, розкриває методику ревізії окремих видів майна, коштів, джерел їх формування, розрахунків та операцій, стану бухгалтерського обліку і звітності тощо.

Примірне положення про комісію кооперативного контролю споживчого товариства, затверджене постановою правління Укоопспілки від 03.09.1993 р. № 156 є основою для розробки правлінням споживчого товариства окремих положень для комісій кооперативного контролю за роботою підприємств торгівлі, громадського харчування, заготівель і виробництва. Комісія кооперативного контролю створюється з метою захисту інтересів пайовиків при користуванні ними послугами кооперативних підприємств та здійснення громадського контролю за діяльністю цих підприємств.

Слід відмітити, що діючі відомчі нормативні правові документи, які визначають систему внутрішньогосподарського контролю організацій і підприємств споживчої кооперації не передбачають чіткої координації контрольних дій між органами, які його здійснюють, призводячи, в окремих випадках, до дублювання функцій цього контролю і зниження його ефективності. Як недолік можна назвати також відсутність органу (наприклад, служби внутрішнього аудиту), який би здійснював оперативний контроль фінансово-господарської діяльності, систематично вивчав операції і процеси, що відбуваються на підприємстві та давав можливість попереджувати факти виникнення помилок й зловживань. Інколи, має місце також зосередженість на контролі виконання прийнятих управлінських рішень з недостатнім акцентом на перевірку умов і

методів реалізації, що могло б сприяти підвищенню їхньої ефективності.

Четвертий рівень – рівень підприємства, характеризується документами, що видаються безпосередньо на підприємстві і регулюють питання, пов'язані з діяльністю органів внутрішньогосподарського контролю. Вони включають: статут підприємства, установчий договір, наказ про облікову політику, наказ про створення інвентаризаційної комісії, положення про ревізійну комісію, положення про політику підприємства щодо контролю, положення про комісію кооперативного контролю, положення про підрозділ (службу) внутрішнього аудиту, посадові інструкції фахівців служби внутрішнього контролю, внутрішні стандарти контролю та аудиту, графік документообігу та складання внутрішньої звітності, кодекс професійної етики працівників підрозділу внутрішнього контролю, методичні рекомендації з питань перевірок окремих видів операцій та реалізації їх результатів й вироблення рішень і пропозицій керівництву підприємства.

Наведені регламентуючі документи та методичне й інформаційне забезпечення на рівні підприємства сприяють ефективній роботі служби внутрішнього контролю. Вони дають можливість чітко визначити місце органу внутрішнього контролю у системі управління підприємства, його мету та завдання, права, обов'язки, відповідальність і взаємовідносини з іншими функціональними службами.

Загалом, наведені вище нормативно-правові акти, складають теперішню систему регулювання внутрішньогосподарського контролю підприємств і організацій споживчої кооперації України. Проте, система внутрішньогосподарського контролю підприємств і організацій споживчої кооперації вимагає подальшого вдосконалення, одним із напрямів якого є гармонізація і адаптування нормативних-правових актів, що регулюють його організацію та функціонування, до міжнародних принципів і стандартів. Це набуває ще більш актуального значення у зв'язку із введенням у дію з 1 січня 2013 року Програми подальшого реформування споживчої кооперації України, затвердженої постановою XXI з'їзду споживчої кооперації України 4 жовтня 2012 р. [9], яка передбачає розробку нормативних актів Укоопспілки, що будуть регулювати питання методології впровадження норм Програми, контролю і звітності з її виконання. Ревізійним комісіям споживчих товариств, споживспілок доручено встановити постійний контроль за виконанням цієї Програми.

Висновки і перспективи подальшого дослідження у даному напрямі. Отже, нормативно-правове регулювання вносить порядок у контрольні взаємовідносини, визначає завдання, права, обов'язки і відповідальність суб'єктів внутрішньогосподарського контролю в процесі виконання ними своїх функцій, поведінку контролюючих органів і межі їх повноважень, встановлює як, та на що повинні бути спрямовані контрольні дії. Воно дає можливість забезпечити раціональний розподіл функцій контролю між його органами і посадовими особами, моніторинг діяльності підприємства на основі єдиних принципів й правил та запровадити належний порядок проведення контролю, що забез-

печує його своєчасність, об'єктивність, достовірність, організованість та ефективність, а також дотримання прав підконтрольних органів і осіб.

Вцілому ж, нормативно-правові акти міжнародного та національного рівнів внутрішнім визнають такий контроль, який повинен організувати власник підприємства та забезпечити його ефективне функціонування. Держава регулює тільки основні питання контрольного процесу на підприємствах споживчої кооперації, залишаючи право вибору конкретного варіанту організації внутрішнього контролю за власником. Будуючи систему внутрішньогосподарського контролю на підприємстві та розробляючи власні внутрішні регламенти цього контролю, керівництво підприємства повинне обов'язково враховувати вимоги нормативно-правових актів щодо контролю, встановлені на вищих рівнях міжнародного і державного регулювання.

У ході подальших досліджень доцільно розглянути завдання, права, обов'язки та функціональні повноваження окремих суб'єктів внутрішньогосподарського контролю, визначених відповідними нормативно-правовими актами і підконтрольними їм об'єктами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуцаленко Л. В. Внутрішньогосподарський контроль [Текст]: навч. посіб. / Л. В. Гуцаленко, М. М. Коцупатрий, У. О. Марчук – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 496 с.
2. Воронко Р. М. Трактатування внутрішнього контролю та проблеми його застосування на підприємствах / Р. М. Воронко, І. А. Басіста // 36. наук. праць Луцького національного технічного університету. Економічні науки. – Луцьк, 2013. – Вип. 10 (37). – Ч. 3 – 530 с. – С. 139-146. – (Серія “Облік і фінанси”).
3. Конституція України від 28.06.1996 р. № 234 К / 96 ВР : [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/go/254к/96-вр>.
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV : [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.
5. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV : [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>
6. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15>.
7. Про кооперацію : Закон України від 10.07.2003р. № 1087-IV : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>.
8. Про споживчу кооперацію : Закон України від 10.04.1992 р. № 2265-XII : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2265-12>.
9. Програма подальшого реформування споживчої кооперації України : постанова XXI з'їзду споживчої кооперації України 4 жовт. 2012 р. // Вісті. – 2012. – № 42. – С. 4-5.

ПОКАЗНИКИ ТА ІНДИКАТОРИ В БАЗИСНІЙ ОСНОВІ ЕКОНОМІЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ

Розглянуто адекватність показників та індикаторів використовуваних для формування базисної основи економічного інструментарію. Наведено окремі аспекти для формування засадних принципів добору показників та індикаторів у методологічну основу оцінно-аналітичних систем і моделей адаптивних до умов сучасної економіки.

Ключові слова: показник, індикатор, економічний інструментарій, базисна основа, концептуальна спрямованість, методика, системна методологія, оцінно-аналітична система

Zhyhalo I. I.

INDICES AND INDICATORS IN BASIC FOUNDATION OF ECONOMIC TOOLS

Adequacy of indices and indicators used to form the basic foundations of economic tools is examined. Some aspects to form the fundamental principles of selection indices and indicators in methodological framework of evaluative and analytical systems and models adaptive to today's economy are shown.

Keywords: index, indicator, economic tools, basic foundation, conceptual focus, methods, system methodology, evaluative and analytical system

Вступ. У умовах дедалі більшого набуття проявів постіндустріальної економіки, виникнення нових факторів впливу на ефективність сучасних суб'єктів господарювання, поглиблення залежностей їхньої діяльності від глобалізаційних процесів, актуалізується теоретико-наукова дискусія щодо рівня об'єктивності та суб'єктивності використання узвичаєних показників і індикаторів. Досліджується рівень практичної дієвості певного типу економічного інструментарію, який методологічно базується й методично агрегує певну сформульовану систему показників. Проблематика, що розглядається, посилюється невизначеністю результатів значної кількості фінансово-економічних операцій у сучасних економічних умовах, їх впливу на стійкість функціонування сучасного суб'єкта економіки.

У практичній площині обґрунтування ефективності управлінських рішень здійснюється на основі розроблених показників та індикаторів, методів їх систематизації і узагальнення, що вимагає додаткових досліджень їх відповідності змісту сучасних фінансово-економічних процесів. Виходячи із прямої залежності ефективності управління від обґрунтованих “ключових, мінімально необхідних аналітичних індикаторів”, така залежність “призводить до постійної розробки науковцями ієрархічної системи показників” [1, С. 119].

При виробленні певного змістового формату цільового за функціональним спрямуванням економічного інструментарію, добору відповідних показників та індикаторів з метою забезпечення цілей його впровадження на підприємстві, зазвичай дотримуються певних правил. Зокрема домінуючими

виступають засади, за якими “логіка побудови системи показників задається низкою основоположних принципів певного початку системи для різних типів моделей і методів для структурування та ідентифікації взаємозв'язку між основними показниками...” [2, С.16].

Виходячи з того, що об'єктивні результати про доцільність, ефективність і результативність фінансово-економічних процесів, отримані певною оцінно-аналітичною системою на основі агрегування адекватних показників і індикаторів, виступають визначальною базою управлінської системи, то наукові дослідження за даною тематикою є актуальними у сучасній економічній науці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні тенденції фінансово-економічних процесів зумовлюють потребу розробки системних досліджень щодо релевантності показників та індикаторів, їх формату і змісту з метою вироблення адаптивності економічного інструментарію. Аналіз досліджень і публікацій засвідчує, що розроблення й удосконалення базисної і концептуальної основи різномірних за функціональною спрямованістю типів економічного інструментарію вимагає формулювання нових чи модифікованих систем показників і індикаторів.

На сучасному етапі науковцями пропонується різнохарактерні системи фінансово-економічних показників. Цей фактор, як відзначає М. С. Заюкова, спричиняє те, що “в фінансово-економічній літературі зустрічається велика кількість відносних показників, для визначення яких не існує єдиної термінології, ускладнюючи процес поєднання їх за класифікаційними ознаками” [3, С. 35]. О. Г. Мельник обґрунтовано вказує на те, що на теперішній

час “не існує комплексної системної класифікації, яка би давала змогу різнопланово охопити всі показники діяльності підприємства; спостерігається виділення аналогічних показників за різними класифікаційними ознаками; багато показників діяльності підприємства у наведених класифікаціях не враховані” [4, С. 46].

У сучасній вітчизняній і зарубіжній практиці достатньо популярними вважаються види економічного інструментарію, які своєю методикою агрегують кількісні (фінансові) показники та якісні (отримані на основі професійного судження та в інший неформалізований спосіб) індикатори. Проте, як обґрунтовує О. Л. Резніков, “застосування індикаторного підходу вимагає високої точності значень відповідних індикаторів... на сьогодні не створена належна методична база для чіткого визначення індикаторів, які б дали можливість врахувати всі нюанси фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання” [5, С.11].

О. І. Олексюк, на основі опрацювання тематичних джерел, вказує, що “нині існує велика кількість досліджень, які доводять неможливість використання інтегрованих, за багатьма критеріями, показників у практичній діяльності реальних компаній, що призводить до штучного характеру аналітичних моделей індикаторів, наявності багатьох обмежень їх використання” [1, С.119]. Для подолання існуючих проблем за сучасних умов непередбачуваної економіки Є. Ю. Фроловим пропонується при застосуванні економіко-математичних методів використовувати “метод експоненціального згладжування, за допомогою якого можливе короткострокове прогнозування в умовах нестабільної економічної ситуації або динамічних змін внутрішнього середовища суб'єкта господарської діяльності” [6, С.99].

Невирішена раніше частина загальної проблеми передусім пов'язується з тим, що в економічній науці “дотепер, так і залишилися нерозв'язаними проблеми аналітичного вибору одного чи кількох індикаторів для прийняття управлінських рішень, не розроблено алгоритми створення цільових систем діагностики й аналізу економічних явищ” [1, С.130]. Велика чисельність різноманітних методів агрегування показників та індикаторів, що дають суттєво відмінні результати, породжує проблему індексів (index number problem). Оскільки існує багато різноманітних засобів агрегування показників у синтетичний чи інтегральний показник, то виникає проблема порівняння й зіставлення кількох обчислених наборів економічних показників. **Тому метою** дослідження є вивчення передумов і принципових підходів вироблення адекватної для сучасних економічних умов систем показників та індикаторів, які б формували методологічну основу для більш об'єктивної характеристики ефективності та результативності окремих фінансово-економічних процесів, функціонування підприємства загалом.

Виклад результатів дослідження. У сучасній практиці ефективного управління економічними суб'єктами домінантною стає “теза про наявність

жорсткої залежності між ефективністю інформаційної системи та економічним результатом бізнесу” [7, С. 82]. З цієї позиції у сучасних тематичних економічних дослідженнях аргументовано акцентується на потребах зміни цільової орієнтації економічного інструментарію в умовах креативного менеджменту. Оскільки достатньо очевидним є той факт, що “адекватні кількісні показники та їх ретельний вимір забезпечують високу ефективність управління числовими показниками” [8, С. 444], то лише обґрунтована система формалізованого набору показників може забезпечити практичну дієвість впровадженій на підприємстві оцінно-аналітичної системи, стати базовою основою у процесах управління та регулювання економіки.

Будь-який вид економічного інструментарію має своє функціонально-цільове призначення, тобто зорієнтований на дослідження (оцінка, аналіз, моделювання) певного об'єкта, відображаючи його системою показників. Економічне явище чи процес, що підлягають аналізуванню та оцінюванню, характеризуються динамічно і визначаються статично цілим комплексом взаємопов'язаних і взаємозалежних показників. При цьому такі “цільові показники, встановлені для критеріїв оцінки, повинні бути вимірними (повинна існувати можливість виміряти цільові значення показника для порівняння його із фактичним значенням)” [9, С. 186].

У контексті цього дослідження можна відзначити, що в літературних джерелах чітко розмежування категорій “показник” та “індикатор” відсутнє. Етимологічне подання терміну “показник” надмірно узагальнене, не розкриває змістового наповнення категорії. Економічна енциклопедія подає категорію “показник” як якісно визначену величину, що є результатом виміру чи розрахунків [10]. Складова змісту поняття “якісно визначена величина” не має достатньої конкретизованості, тобто її можна, у певній мірі, трактувати і як встановлену неформалізованим способом частину синтетично обчисленого результату.

У характеристиці категорії показника вказується й алгоритм (процес) його визначення (обрахунку). Система показників, у якій повинна досягатися взаємопов'язаність і порівнянність показників за обсягом понять і методологією вимірювання, розкривається через набір взаємопов'язаних показників, що дають різнобічну характеристику досліджуваного об'єкта. Вибір загальної методології для розрахунку аналітичних показників пов'язується з тим, що “правильно визначений показник дає змогу зрозуміти рівень досягнення мети, очікування заінтересованих сторін” [11, С. 51].

Категорію “індикатор” в економічних дослідженнях переважно використовують за аналогією з показником. В енциклопедії [10] індикатор трактують як цифровий показник зміни економічної величини, що використовується для обґрунтування економічної політики, спрямованої розвитку економічних процесів та оцінюванні їх результативності. У деяких літературних джерелах індикатор характеризується як орієнтований економічний показник, вимірник, що дає змогу певною мірою

передбачати очікуваний розвиток економічних процесів. Виходячи з недостатньої конкретики цих понять, за результатами окремих досліджень обґрунтовується, що “універсальним визначенням поняття “показник” доцільно вважати кількісний вимірник властивостей, стану, розвитку конкретного об’єкта, процесу, явища суб’єкта тощо; показники перетворюються в індикатори тоді, коли за їх допомогою відслідковують, аналізують та прогнозують тенденції змін окремих сфер діяльності і організації” [4, С. 45].

Залежно від функціонального спрямування й цільового призначення конкретного виду економічного інструментарію, його базисна основа (основний критерій оцінки чи аналізу) забезпечується системою аналітичних співвідношень, які агрегуються в один інтегрований показник чи систему взаємопов’язаних показників. Розроблена система показників забезпечує формування надзвичайно великої кількості коефіцієнтів, які характеризують окремі аспекти фінансово-майнового стану, фінансово-економічну стійкість і безпеку, ділову активність, поточну результативність діяльності підприємства, рівень його капіталізації тощо. При цьому важливим є обґрунтованість обраних показників, якими підприємство може дійсно управляти та їхнє формалізоване інформаційне забезпечення, тобто “обираючи показник, необхідно з’ясувати наявність статистичної бази для аналізу і прогнозу” [11, С.51].

Формулюючи методологічну основу і методичний базис конкретного типу економічного інструментарію, вибирають найбільш інформативні й істотні коефіцієнти для забезпечення його цільової функції. Саме тому до основних принципів, на яких повинна базуватися сучасна система оцінювання діяльності підприємства, віднесено “взаємозв’язок критеріїв оцінки з баченням, цінностями, стратегією та ключовими рушійними чинниками бізнесу” [12].

В економічній літературі часто наводиться висловлювання Єрика Хелфта, який відзначає, що фінансові аналітики часто піддаються спокусі розрахувати все можливе, від початку до кінця. При цьому він наголошує, що декілька правильно обраних коефіцієнтів втілюють у собі ту інформацію та зміст, які дійсно потрібні. Така позиція є обґрунтованою, за умови, наприклад, дотримання базової вимоги, покладеної в основу діяльності “школи статистичної фінансової аналітичності” (Ratio Statisticians School). У рамках концептуально-методичних засад цієї школи прийнято вважати, що аналітичні коефіцієнти корисні лише тоді, коли існують критерії з граничними значеннями. У вітчизняних публікаціях часто відзначається “відсутність чітких критеріїв та методів для визначення кількісних показників ефективності прийнятих рішень” [13, С.126].

Враховуючи перманентні зміни у значимості і вагомості факторів впливу (внутрішніх і зовнішніх) на ефективність функціонування сучасного підприємства, розробка граничних значень коефіцієнтів є проблемною, що й актуалізує такий напрям економічних досліджень. Зважаючи на підвищені вимоги

до оцінки функціонування підприємства, які зводяться до одночасного поєднання результатів поточної діяльності і формування потенціалу розвитку, у сучасній економічній науці пропонуються різнотипові системи збалансованих показників. Їх концептуальні засади і методологічна основа ґрунтуються на тому, що “оскільки індикатори спрямовані на відображення діяльності підприємства у минулому, на сучасному етапі та у майбутньому, то їх доцільно поділяти на ретроспективні, поточні та перспективні дослідження розвитку певних індикаторів дає змогу виявити певні тенденції та екстраполювати їх на майбутній період” [4, С. 49].

У сучасних економічних вимогах на результативну діяльність підприємства значний вплив має загальноекономічне середовище. Для встановлення, оцінки, аналізу й моделювання макроекономічних змін використовують певні види індикаторів. Випереджаючі індикатори (leading indicator) – економічні показники, які появляються в економіці незадовго до того, як в економіці наступлять зміни. Індикатор співпадіння (coincidence indicator) – економічний показник (змінюється у відповідності до змін тенденцій в економіці) вважається таким, що може допомогти компанії систематизувати інформацію про поточний стан національної економіки. Запізнілий індикатор (lagging indicator) – економічний показник, який підтверджує, але не прогнозує змін в економіці. Незважаючи на достатньо ґрунтовний опис таких видів індикаторів, в оцінково-аналітичних системах мікроекономічного рівня їх майже не використовують.

На рівні підприємства найчастіше проводиться аналіз коефіцієнтів (ratio analysis), який здійснюється на основі показників фінансових звітів, перетворених у коефіцієнтний вираз.

У зарубіжній теорії і практиці багато фахівців притримуються погляду, що неможливо достатньо об’єктивно на основі лише фінансових показників подати характеристику функціонування підприємства постіндустріального типу. На противагу їхнім аргументаціям, певна група зарубіжних фахівців, ураховуючи значний суб’єктивізм неформалізованих показників, обґрунтовують доцільність використання “фінансових показників, пояснюючи це тим тому що в кінцевому результаті діяльність бізнесу вимірюється бухгалтерськими категоріями: чистий прибуток, грошовий потік, активи, ціна акцій тощо” [8, С. 34].

У сучасній теорії і практиці оцінки та аналізу сформульовано чисельні відносні аналітичні показники, які вичисляються на основі фінансової звітності. На теперішній час домінують ті з них, які найчастіше використовуються у країнах з розвинутою економікою, тобто у вітчизняній теорії і практиці “більшість коефіцієнтів для розрахунку дублюють зарубіжні без наявності певних коментарів та інтерпретацій до умов діяльності вітчизняних підприємств” [14, С. 157].

Запозичення і пряме використання зарубіжних методик зазвичай викривлює вихідні дані, оскільки зміст показників фінансової звітності вітчизняних підприємств і прийнятих у міжнародній практиці

суттєво різняться (переведення звітності українських підприємств на міжнародні стандарти засвідчує про суттєві зміни ключових показників діяльності). Крім цього, існуючі можливості широкої варіативності вибору облікових процедур і формування показників звітності, виходячи із норм НП(С) БО та МСФЗ, “дає можливість вести бухгалтерський облік у 1728 комбінаціях (без урахування намірів керівника та професійної думки бухгалтера щодо формування забезпечень, створення фондів, переоцінки активів тощо)” [15, С.67], що посилює різницю відмінностей у результатах споріднених методик оцінки й аналізу діяльності підприємства.

Висновки і пропозиції подальших досліджень. Розробка та використання у базовій основі економічного інструментарію адекватних показників-індикаторів для оцінювання й аналізування окремих процесів та функціонування підприємства в умовах постіндустріальної економіки є актуальним напрямком економічних досліджень. Незважаючи на надмірну проблемність формалізації низки факторів впливу на результати діяльності (передусім зовнішніх) та продуктивності економічних ресурсів (насамперед нематеріального типу), система релевантних й адаптованих до сучасних економічних умов показників та індикаторів повинна мати максимально формалізований характер. Це може бути забезпечене подальшим розвитком уніфікації і стандартизації показників фінансової звітності, а також виробленням єдиної узгодженої методики оцінки й аналізу впливу зовнішніх факторів та нематеріальних економічних ресурсів на результати діяльності підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Олексюк О. І. Досвід використання систем показників в оцінці результативності діяльності підприємств / О. І. Олексюк // Вчені записки. Зб. наук. пр. Київського національного університету ім. В. Гетьмана. – 2009. – Вип. 11. – С. 119-131.

2. Головка І. В. Економічний аналіз фінансового стану підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / І. В. Головка. – Київський національний університет ім. Т. Шевченка, 2009. – 20 с.

3. Заюкова М. С. Теорія фінансової стійкості підприємства : монографія / [М. С. Заюкова, О. В. Мороз, О. О. Мороз та ін.; за ред. М. С. Заюкової]. – Вінниця : УНІВЕРСУМ, 2004. – 155 с.

4. Мельник О. Г. Полікритеріальні системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств на засадах бізнес-індикаторів : автореф. дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / О. Г. Мельник. – Національний університет “Львівська політехніка”, 2010. – 47с.

5. Резніков О. Л. Формування економічної безпеки промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / О. Л. Резніков. – Приазовський державний технічний університет, 2011. – 20с.

6. Фролов Є. Ю. Метод експоненціального згладжування в оцінці економічної безпеки підприємства / Є. Ю. Фролов // Вчені записки Університету “КРОК”. – 2011. – Вип. 27. – Т. 2. – С. 99-103.

7. Середенко Е. С. Модель оцінки економічної ефективності аналітичних інформаційних аналітичних інформаційних систем / Е. С. Середенко, Н. Н. Середенко // Вестник Московского университета. – 2011. – № 2. – С. 82-92. – (Сер. 6. Экономика).

8. Стютлі Р. Як керувати числами: Оптимальний шлях до опанування електронними таблицями, бюджетами, прогнозами, інвестиційними показниками / Річард Стютлі ; [пер. з англ. за наук. ред. Г. В. Григораш]. – Дніпропетровськ.

9. Дмитрієва О. О. Розширення можливостей управлінського обліку на основі використання збалансованої системи показників / О. О. Дмитрієва // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 11(65). – С. 182-191.

10. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2011. – 848 с.

11. Никифорова Е. Система сбалансированных показателей: интегрированный менеджмент / Е. Никифорова, Н. Резникова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 3. – С. 46-53.

12. Браун М. Г. Сбалансированная система показателей: на маршруте внедрения / М. Г. Браун ; [пер. с англ.] – М. : Альпина-Бизнес-Букс, 2005.

13. Рожок О. А. Аналітичні методи обґрунтування ефективності функціональних управлінських рішень / О. А. Рожок // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4(46). – С. 126-130.

14. Зоріна О. А. Ключові показники ранньої фінансової діагностики акціонерних товариств / О. А. Зоріна // Вісник Львівської комерційної академії – 2011. – Вип. 35. – С. 156-160. – (Серія економічна).

15. Чижевська Л. В. Бухгалтерський облік як професійна діяльність: теорія, організація, прогноз розвитку [Текст] : монографія / Л. В. Чижевська. – Житомир : ЖДТУ, 2007. – 528 с.

ЗАСТОСУВАННЯ АНАЛІТИЧНИХ ПРОЦЕДУР У ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРЬСЬКОМУ КОНТРОЛІ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтовано особливості методики застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі хлібопекарських підприємств.

Ключові слова: аналітичні процедури, внутрішньогосподарський контроль, хлібопекарські підприємства

Zubchik S.

APPLYING ANALYTICAL PROCEDURES IN INTERNAL ECONOMIC CONTROL OF BAKERY ENTERPRISES

Methodology peculiarities of applying analytical procedures in internal economic control of bakery enterprises are grounded.

Keywords: analytical procedures, internal economic control, bakery enterprises

Вступ. Застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі хлібопекарських підприємств дозволяє удосконалити систему управління господарською діяльністю. З цією метою на хлібопекарських підприємствах необхідно визначитися з системою показників, які будуть розраховуватися при застосуванні аналітичних процедур, адже на даний час не існує методики їх розрахунку. Це пов'язано з тим, що в науковій літературі обґрунтовано лише склад методів, показників і розрахунків, які використовуються в аудиті, в той час, як при застосуванні аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі, такого механізму не розроблено. Дану ситуацію пов'язуємо з тим, що система внутрішньогосподарського контролю має специфічні властивості на підприємствах різних галузей. Зважаючи на специфіку діяльності хлібопекарських підприємств, необхідним є розробка системи показників, які використовуються при аналітичних процедурах у внутрішньогосподарському контролі та які є суто контрольними й відповідно не дублюються в системі економічного аналізу.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Окремі питання методики застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі підприємств різних галузей національної економіки стали об'єктом дослідження вітчизняних вчених, серед яких Н. М. Проскуріна [7], Є. В. Мних, М. О. Никонович, Н. С. Барабаш [2], С. В. Івахненко, Т. В. Іськович [3] та ін. Показники, які можуть використовувати при застосуванні аналітичних процедур стали об'єктом дослідження наступних вчених: М. Н. Павленков, Е. В. Лабазова, А. В. Парамонов [4]. Окремі питання застосування методів економічного аналізу у внутрішньогосподарському контролі підприємств розглядалися в докторських

дисертаціях вітчизняних вчених: О. В. Олійник [6], І. Д. Лазаришина [5], К. С. Сурніна [10].

Результати проведених досліджень. Аналітичні процедури займають важливе місце в системі контролю, вони підвищують його ефективність [9, С. 5]. Застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі має ряд особливостей, які полягають у необхідності розмежування показників, які застосовуються в системі економічного аналізу та системі внутрішньогосподарського контролю хлібопекарських підприємств. Даної проблеми не виникає при використанні аналітичних процедур в аудиті. Так, наприклад, класифікацію аналітичних процедур з врахуванням специфіки аудиторського процесу в цілому розглядала К. С. Сурніна [11].

У випадку застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі на хлібопекарському підприємстві необхідно розмежувати показники, які розраховуватимуться аналітиками, та ті, які розраховуватимуться внутрішніми контролерами. Таке розмежування дозволить уникнути дублювання функцій аналітика та внутрішнього контролера, та підвищити ефективність інформаційно-комунікаційних зв'язків між інформаційними підсистемами системи управління діяльністю хлібопекарського підприємства.

Для визначення напрямів дублювання показників пропонуємо поділяти аналітичні показники на показники контрольного характеру та показники економіко-аналітичного характеру. Такий поділ показників пов'язаний з їх призначенням та завданням, які можна вирішити при їх використанні. Так, до показників економіко-аналітичного характеру можна віднести всі показники економічного аналізу за його видами: техніко-економічний, фінансовий, інвестиційний та ін. Застосування даних показників

дозволяє оцінити стан об'єкта управління та встановити причинно-наслідкові зв'язки в їх зміні. До показників контрольного характеру пропонуємо відносити показники, які дозволяють виявити відхилення об'єкта від заданих параметрів та встановити причини і наслідки таких відхилень.

Вважаємо, що при застосуванні аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі внутрішній контролер може використовувати й ті та інші види показників. Їх використання залежатиме від організаційної структури хлібопекарського підприємства та розподілу обов'язків з проведення економічного аналізу його господарської діяльності.

Крім того, варто зазначити що в своїй діяльності внутрішній контролер, окрім власне використання аналітичних процедур може також використовувати висновки аналітиків про окремих об'єкт управління або всю діяльність хлібопекарського підприємства. Висновки аналітиків, зазвичай оформлюються у вигляді аналітичних записок, спираючись на які внутрішній контролер може здійснювати контрольні заходи щодо об'єктів управління.

Таким чином, вагоме значення в організації механізму застосування аналітичних процедур мають інформаційно-комунікаційні зв'язки між зазначеними системами. Їх суть полягає в обміні інформацією між суб'єктами внутрішньогосподарського контролю та економічного аналізу на хлібопекарських підприємствах. Адже, як зазначає Т. В. Барановська, "застосування економічного аналізу є обґрунтованим на всіх етапах контрольної діяльності" [1, С. 14]. Налагодження інформаційно-комунікаційних зв'язків буде залежати від системи нормативного закріплення.

Визначившись з організаційними положеннями механізму застосування аналітичних процедур, перейдемо до обґрунтування методичних положень. Методика застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі полягає в обґрунтуванні складу показників, інформаційного забезпечення та порядку оформлення (робочі документи) їх розрахунку і формування висновків, а на їх основі формування зміни параметрів управління об'єктом контролю.

До складу робочих документів внутрішнього контролера в частині застосування аналітичних процедур пропонуємо відносити:

- аналітичні відомості та результати проведення документального і фактичного контролю за операціями з придбання / надходження активів, а також результати проведення економічного аналізу за досліджуваними об'єктами. Дані відомості пропонуємо затверджувати на рівні керівництва хлібопекарського підприємства як частини положення про інформаційно-комунікаційні зв'язки між відділами та підрозділами підприємства;

- аналітичні відомості з інформаційного забезпечення розрахунку показників, щодо придбання/надходження активів. Дані відомості формуються на основі збору даних в бухгалтерському обліку, бюджетах (планах, кошторисах), аналітичних за-

писках. Затвердження форм відомостей є частиною інструкції про застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі (форми відомостей повинні міститися в додатках до інструкції);

- розрахунки аналітичних показників. Форми розрахунків розробляються та затверджують ідентично аналітичних відомостей з інформаційного забезпечення, розрахунку показників.

Результатом етапу формування висновків про застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі господарських процесів (придбання, виробництво та реалізація) хлібопекарського підприємства є аналітична записка.

Етапи виконання аналітичних процедур та інформаційну базу у своїй праці досліджували М. Т. Щирба та І. М. Щирба [12]. С. В. Івахненко зосередив свою увагу на вивченні методів аналітичних процедур [3]. Також варто зазначити, що деякі вчені, досліджуючи аналітичні процедури певних операцій, звертають увагу на методику. Так, В. С. Рудницький та Т. І. Кобилюх пропонують модель застосування аналітичних процедур у внутрішньому аудиті товарних операцій [8, С. 180].

Методику застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі хлібопекарських підприємств пропонуємо розглядати за групами об'єктів. Такими групами об'єктів є господарські процеси:

- придбання/надходження оборотних і необоротних активів;
- виробництво готової продукції;
- реалізація хлібопекарської продукції та вибуття активів.

У розрізі кожної групи пропонуємо виділяти окремі об'єкти контролю, та застосовувати аналітичні процедури до операцій. Внутрішній контролер повинен формалізувати операції на ті, які оцінюватимуться в ході попереднього, поточного або наступного контролю. Виходячи з вище викладеного, розглянемо особливості застосування аналітичних процедур у розрізі окремих груп об'єктів, шляхом обґрунтування методики та її апробації на хлібопекарських підприємствах України:

- процес придбання/надходження оборотних та необоротних активів. Даний господарський процес, пов'язаний із забезпеченням хлібопекарського підприємства засобами та предметами праці. Особливістю застосування аналітичних процедур на даному етапі є обґрунтування складених планів щодо обсягів постачання сировини та матеріалів, визначення необхідності в додаткових одиницях основних засобів, обґрунтуванні вибору джерел надходження оборотних і необоротних активів, дослідженні договірному процесу;

- процес виробництва хлібопекарської продукції є особливим господарським процесом, який вимагає особливої уваги внутрішнього контролера, та використання специфічних аналітичних процедур. У ході дослідження даного процесу внутрішній контролер за допомогою аналітичних процедур надає оцінку таким об'єктам, як витрати, собівартість хлібопекарської продукції, незавершене виробництво, оборотні та необоротні активи, які використовують-

ся в ході виробництва. Внутрішній контролер повинен надати оцінку ефективності використання оборотних і необоротних активів, визначити правильність складання планових калькуляцій, обґрунтування норм витрат. Оцінка кожного з зазначених об'єктів вимагає використання методичного особливого інструментарію аналітичних процедур;

- реалізація/вибуття готової продукції та оборотних і необоротних активів. Ефективність даного господарського процесу є основою оцінки всієї господарської діяльності хлібопекарського підприємства та визначення напрямів його подальшого функціонування. На даному етапі внутрішній контролер за допомогою аналітичних процедур дає оцінку ефективності плануванню обсягів реалізації готовою продукції, обґрунтовує ефективність вибуття інших активів, аналізує договірний процес, аналізує доходи від реалізації готової продукції, визначає безбитковий обсяг реалізації готової продукції, розраховує баланс товарної продукції, визначає рентабельність готової продукції та підприємства в цілому.

Виконання зазначених завдань полягає в проведенні розрахунків за комплексом показників, які дозволять внутрішньому контролеру виявити кри-

тичні точки в функціонуванні об'єкту управління хлібопекарського підприємства. Зважаючи на склад об'єктів, пов'язаних з даним процесом пропонуємо наступний перелік показників (табл. 1).

Варто погодитися з Н. М. Проскуріною, яка зазначає, що застосування аналітичних процедур базується на існуванні причинно-наслідкового зв'язку між аналізованими показниками [7, С. 175].

Представлений порядок застосування аналітичних процедур при попередньому, поточному та наступному внутрішньогосподарському контролі процесу придбання / надходження оборотних і необоротних активів включає розрахунок ряду показників щодо надходження основних засобів. Показники, які використовуються в ході застосування аналітичних процедур при внутрішньогосподарському контролі процесу надходження основних засобів дозволяють оцінити забезпеченість основними засобами, визначити необхідні обсяги, оцінити окупність їх придбання, та визначити ефект від їх надходження. Розрахунок даних показників дозволяють сформулювати пропозиції щодо прийняття управлінського рішення в частині придбання основних засобів.

Таблиця 1

Методика застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі хлібопекарських підприємств

Придбання / надходження 1	Виробництво 2	Реалізація / вибуття 3
<i>Попередній контроль</i>		
Коефіцієнт забезпеченості необхідним обладнанням	Показник безбиткового обсягу виробництва	Потенційний приріст прибутку у випадку заміни ОЗ
$K_{зНО} = \frac{OB_{лн}}{OP_3}$	$ЧДб = \frac{ПВ}{Клм} = 3Вб + ПВ$	$\Delta ПР_{зо} = \Delta ВР \times \left[1 - \frac{P_1}{BP_1} \right] \pm \Phi P_{оф}$
Необхідна кількість обладнання	Зміна обсягів виробництва за рахунок недопоставок запасів	Потенційний строк окупності витрат за заміну ОЗ
$O_H = \frac{OP_3}{ВП_q \times B_p \times Д} \times K_{зНО}$	$\Delta OB_{оп} = (ПМ - ПМ) / H_\Phi$	$T_{ок_зо} = \frac{K}{\Delta ПР + \Delta АВ}$
Фонд часу роботи транспортних засобів		
$\Phi Ч = K_{тз} \times K_3 \times T_3 \times Д$		
Коефіцієнт забезпеченості транспортними засобами		Безбитковий обсяг реалізації
$K_{тз} = \frac{\Phi Ч_{лн}}{\Phi Ч_{л}}$		$T_o = \frac{Вn}{P - F}$
Потреба в матеріальних ресурсах		Баланс товарної продукції
$MP_i = \sum MP_{ij} + MP_i^3$		$OP = ГП_n + OB - ГП_k$
<i>Поточний контроль</i>		
Коефіцієнт нерівномірності поставок	Зміна обсягів виробництва за рахунок відходів	Середньозважена ціна готової продукції
$K_{нер.пост} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x - 100)^2 OP_{ii}}{\sum_{i=1}^n OP_i}}$	$\Delta OB_{вс} = (BC_\Phi - BC_\Pi) / H_\Phi$	$\bar{C}_0 = \frac{\sum (OB_{oi} \times C_{oi})}{\sum OB_{oi}}$ $\bar{C}_1 = \frac{\sum (OB_{li} \times C_{li})}{\sum OB_{li}}$
	Коефіцієнт ритмічності	
	$Kp = \frac{A\Phi}{An}$	
<i>Наступний контроль</i>		
Строк окупності інвестицій в ОЗ	Модифікована фондвідадача	Рентабельність готової продукції
$T_{окоз} = \frac{\overline{OЗ}_c + \overline{СЛ}_c + \sum_{j=1}^n (\Delta OЗ_j + \Delta СЛ_j)}{\overline{ЧП}_c + \overline{АВ}_c + \sum_{j=1}^n (\Delta ЧП_j + \Delta АВ_j)}$	$\Phi В_M = \frac{ВР}{OЗ + СЛ}$	$P = \frac{ЧП}{СВ}$

1	2	3
Фінансовий ефект від відтворення ОЗ	Модифікована фондорентабельність	Рентабельність підприємства
$\Phi EB_{O3} = Ra \times \overline{O3}_{CE} - CCK \times \overline{\Delta O3}_{CE}$	$\Phi P_M = \frac{PP}{O\Phi + CЛ} \times 100$	$PP = БП / (ВНАср. + ОСР)$
Чистий дохід від відтворення ОЗ	Індекс темпів зростання складових фондвіддачі	
$ЧПД_{O3} = \sum_j^n \frac{Ra_j \times \overline{\Delta O3}_{CBj} + AB_j}{(1+r_j)^j} - \left[O3_{CB0} + \sum_{j=1}^n \frac{\Delta O3_{CBj}}{(1+r_j)^j} \right]$	$I_{T_{фе}} = \frac{T_{зеп}}{T_{зоз}}$	
Ефективність інвестицій в ОЗ	Коефіцієнт корисного використання матеріалів	
– ОЗ виробничого призначення: $E_{юз} = \frac{(OP \times \bar{P} \times Rn + AB) + T_p}{KB}$	$Kk = \frac{Mчк}{Mзк}$	
– транспортні засоби: $E_{im} = \frac{(\Delta\Phi\chi_m \times K_{фч} \times C_u \times (1 - D_{op}) \times (1 - C_n) + AO) \times T_p}{KB}$	Продуктивність праці	
– будинки та споруди: $E_{i6} = \frac{S \times A \times (1 - C_{п}) \times 12 \times T_p + C_E}{KB}$	$Пп = \frac{Q}{T}$	
	Матеріаломісткість	
	$M_M = M / ВП$	

Стосовно оборотних активів, то запропоновані групи показників є основою для обґрунтування тієї чи іншої угоди щодо постачання виробничих запасів на хлібопекарське підприємство. Адже, при попередньому контролі внутрішній контролер визначає потребу в матеріальних ресурсах.

При поточному контролі внутрішній контролер визначає порядок формування положень договору постачання щодо строків поставок, на основі розрахунку коефіцієнт нерівномірності поставок.

Застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі процесу виробництва хлібопекарських підприємств полягає у контролі над планами, що стосуються обсягів виробництва, зокрема внутрішній контролер на основі проведених розрахунків може прогнозувати обсяги виробництва, за яких підприємство працюватиме прибутково. Крім того, внутрішній контролер визначає взаємозв'язок обсягів виробництва з поставками виробничих запасів. Також, на контролера покладаються завдання оцінки відхилень обсягів виробництва від запланованих показників, шляхом розрахунку показника зміни обсягів виробництва за рахунок відходів, непродуктивних втрат часу та коефіцієнта ритмічності. З метою оцінки ефективності використання ресурсів у виробничому процесі хлібопекарського підприємства внутрішній контролер визначає: фондвіддачу, фондорентабельність, індекс темпів зростання складових фондвіддачі, коефіцієнт корисного використання матеріалів, продуктивність праці, матеріаломісткість.

При застосуванні аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі процесу реалізації/випуття оборотних та необоротних активів визначається: по-перше, потенційний ефект від реалізації об'єктів основних засобів, шляхом розрахунку показників потенційного приросту прибутку у випадку заміни об'єкту основного засобу, потенцій-

ного строку окупності витрат за заміну основних засобів, потенційного прибутку від передачі основного засобу в оренду; по-друге, розраховуються показники реалізації готової продукції для забезпечення безбитковості підприємства (баланс товарної продукції, середньозважена ціна готової продукції); по-третє, ефективність результатів від реалізації готової продукції та діяльності підприємства (рентабельність продукції та рентабельність всього підприємства).

Визначені показники, які використовуються при застосуванні аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі хлібопекарських підприємств, сформовані на основі вивчення організації та методики економічного аналізу господарської діяльності підприємств. Більшість із зазначених показників є класичними в економічному аналізі. Проте, ряд показників розроблені нами самостійно, або модернізовані на основі проведеного дослідження.

Висновки. Можна зробити висновок, що на практиці в діяльності хлібопекарських підприємств більшість показників не розраховуються ні аналітиками, ані внутрішніми контролерами, що обумовлює прийняття неефективних управлінських рішень, безвідповідальне використання ресурсів підприємства, відсутність інструментів налагодження ефективного господарського процесу на підприємстві. Зазначена ситуація потребує відповідного вирішення шляхом впровадження запропонованих методик аналітичних процедур.

Нами розроблено організаційно-методичний підхід до застосування аналітичних процедур у внутрішньогосподарському контролі хлібопекарських підприємств в розрізі об'єктів згрупованих за господарськими процесами (придбання, виробництво, реалізація). Запропонований підхід передбачає розроблення положення щодо формування інфор-

маційного забезпечення, пакету робочих документів внутрішнього контролера-аналітика, структуру аналітичної записки, перелік і порядок розрахунку аналітичних показників, що є перспективою для подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барановська Т. В. Сутність аналітичних процедур в аудиті через призму економічного аналізу / Т. В. Барановська // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ. – 2010. – № 4 (54). – С. 11-16.
2. Державний фінансовий аудит: методологія і організація : монографія / [Є. В. Мних, М. О. Никонич, Н. С. Барабаш та ін.; за ред. Є. В. Мниха]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 319 с.
3. Івахненко С. В. Використання аналітичних процедур для підвищення ефективності аудиту / С. В. Івахненко, Т. В. Іськович // Магістеріум. – Вип. 18 : Економічні студії – 2005. – С. 35-40.
4. Контролінг ресурсного забезпечення підприємства: теорія, практика : монографія / [М. Н. Павленков, Е. В. Лабазова, А. В. Парамонов; под общ. ред. д.э.н., проф. М. Н. Павленкова]. – Новгород : Изд-во Волго-Вятской академии гос.службы, 2011. – 238 с.
5. Лазаришина І. Д. Економічний аналіз в Україні: історія, методологія, практика : монографія / І. Д. Лазаришина. – Рівне : НУВГП, 2005. – 369 с.
6. Олійник О. В. Розвиток економічного аналізу в умовах інституційних змін: теорія, методологія, організація : автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.09 / О. В. Олійник; Держ. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2009. – 36 с.
7. Проскуріна Н. М. Формалізація дій аналітичних процедур на базі інтенсифікації процесів в аудиторській діяльності / Н. М. Проскуріна // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. – 2010. – Вип. 2(8). – С. 174-180.
8. Рудницький В. С. Значення аналітичних процедур у внутрішньому аудиті товарних операцій / В. С. Рудницький, Т. І. Кобилюх // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. – Вип. 4(12). – С. 176-182.
9. Семенів М. І. Роль аналітичних процедур при здійсненні внутрішньогосподарського контролю / М. І. Семенів // Економічні науки. – Серія: Облік і фінанси. – Вип. 8(29). – Ч.4. – 2011 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2011_8_4/19.pdf
10. Сурніна К. С. Аналітичні процедури в аудиті: методологія та організація : автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.09 / К. С. Сурніна; Нац. акад. стат., обліку та аудиту. – К., 2012. – 35 с.
11. Сурніна К. С. Генезис теорії та аналіз практики застосування аналітичних процедур в аудиті / К. С. Сурніна // Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ. – 2012. – № 2 (60). – С. 146-149.
12. Щирба М. Т. Аналітичні процедури як інструмент підвищення якості внутрішнього аудиту / М. Т. Щирба, І. М. Щирба // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Vlca_Ekon/2011_35/94.pdf

ЛІЗИНГ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ АВТОТРАНСПОРТНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ: ОБЛІКОВІ АСПЕКТИ

Обґрунтовано теоретичні положення використання лізингу як інструменту підвищення ефективності надання транспортних послуг. Визначено основні складові угоди щодо лізингу транспортних засобів.

Ключові слова: лізинг, послуга, угода, бухгалтерський облік

Klymenko I.

LEASING IN THE SYSTEM OF PROVIDING SERVICES BY MOTOR TRANSPORT COMPANIES: ACCOUNTING ASPECTS

Theoretical regulations of using leasing as a tool for improving the efficiency of transport services are grounded. Main components of the agreement concerning the leasing of vehicles are determined.

Keywords: leasing, service, agreement, accounting

Вступ. У сучасних умовах господарювання автотранспортний бізнес займає вагомe значення у системі життєзабезпечення економічних відносин і функціонування всієї економічної системи кожної країни, а також світу. Дослідження підприємств автотранспорту України вказує на необхідність залучення фінансових ресурсів для їх спрямування в оновлення автопарку. Адже автопарк підприємства є основою його конкурентоспроможності й відповідно дозволяє підвищити ефективність надання транспортних послуг та покращити результативність діяльності всього підприємства.

Одним із напрямів залучення фінансових ресурсів на оновлення автотранспортного бізнесу є лізинг. Лізинг транспортних засобів є одним із найефективніших фінансових інструментів, який впливає на особливості надання транспортної послуги та дозволяє підприємству підвищити конкурентоспроможність як окремої послуги, так і вивести підприємство на якісно нове конкурентне місце на ринку автотранспортних послуг. На сьогоднішній день в Україні немає достатньо розробок щодо управління й облікового відображення надання транспортних послуг на основі лізингу, що знижує ефективність застосування даного фінансового інструменту та, відповідно, не дає можливості оцінити його значення. Така ситуація актуалізує наукові дослідження, спрямованні на виявлення особливостей та встановлення напряму розвитку системи управління транспортними послугами на основі лізингу.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми управління транспортними послугами на основі лізингу й облікове відображення операцій, пов'язаних з ними, стали об'єктом наукового дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, серед яких: Г. Ю. Жолнерчик, Л. А. Перетятко, О. Б. Васильчи-

шин, О. О. Ляхова, М. М. Федірко, Р. П. Саблук, О. В. Дорофєєва, О. Б. Дорош, Н. О. Лобода, Т. І. Хомуляк, О. М. Колеснікова, О. М. Розмислов, С. М. Лайчук, Т. А. Бондар, О. В. Годованець, О. В. Кленін, К. А. Малишенко, С. Є. Ткаченко, І. В. Вишнякова, В. В. Іванишин, В. М. Настасьєв, С. Т. Пілецька, Ю. Є. Холодна, Н. А. Карасьова, Н. І. Подольчак, Ю. М. Бабак, О. А. Плаксін, О. І. Шкуратов, Г. Є. Павлова, Т. В. Куліш, Л. В. Соболев, А. В. Подік, О. А. Сапліна, Т. В. Сівашенко, О. П. Овсак, К. В. Кабаніхіна, А. М. Кулик, О. М. Левковець, Р. Я. Москалик, С. В. Дідур, В. А. Гайдук, Н. І. Мужук, О. В. Борисюк, О. В. Кругляк, О. М. Лук'янова, Т. А. Черемисова, Ю. С. Гринчук, О. І. Баєва, О. В. Гудима, І. О. Щєбликіна. Проте, особливості використання лізингу автотранспортними підприємствами і теоретичні положення облікового відображення операцій пов'язаних з ним потребують подальшого дослідження.

Виклад результатів досліджень. Метою діяльності будь-якого автотранспортного підприємства є надання послуг встановленого обсягу і якості у визначені терміни. Проте при встановленні масштабів послуги слід виходити не тільки з народногосподарських та індивідуальних потреб у ній, але також у необхідності враховувати досягнення максимального рівня її ефективності. Тому оцінювати якість роботи підприємства слід, насамперед, за допомогою визначення економічної ефективності послуги.

Дослідження характерних рис, притаманних функціонуванню автотранспортних підприємств та особливостей тієї чи іншої організаційно-правової форми показало, що сучасним умовам найбільше відповідає створення автотранспортних підприємств у формі акціонерних товариств і товариств з обмеженою відповідальністю. Організаційні особливості і форма їх прояву (організаційна форма)

автотранспортних підприємств впливають на можливість росту і ефективність використання їх стратегічного потенціалу. У широкому сенсі, під потенціалом розуміється здатність суб'єкта господарювання найбільш ефективно вирішувати головні завдання при оптимальному використанні наявних економічних ресурсів.

Розвиток стратегічного потенціалу, загалом, орієнтований на покращення економічного стану автотранспортного підприємства, зокрема, на зростання його конкурентоспроможності, прибутковості та рентабельності шляхом пропозиції реальним і потенційним клієнтам більш якісних послуг з перевезення вантажів та створення нових супутніх продуктів і послуг.

Основним завданням будь-якої організації є формування потенціалу адаптації до змінних ринкових умов, підвищення своєї конкурентоспроможності та зменшення негативного впливу ризиків і факторів невизначеності. З цією метою багато з них прагнуть знайти способи ведення своєї діяльності із найменшими втратами та максимальною вигодою для свого бізнесу. Одним з варіантів, що дозволяють підвищити ефективність використання грошових коштів і виробничих активів, є лізинг (рис. 1).

Починаючи з 90-х років ХХ століття вітчизняними автотранспортними підприємствами стала широко застосовуватися практика лізингу транспортних засобів, коли зацікавлені автоперевізники замість придбання повітряного судна у виробника або колишніх його власників використовують нові або використовувані раніше транспортні засоби на основі лізингового договору. Для автотранспортного підприємства як лізингоодержувача такий транспортний засіб не є власністю, що значно знижує ризик витрат при його експлуатації, крім того, є можливість використання податкових і митних пільг. Лізинг транспортних засобів дозволяє автотранспортним підприємствам підтримувати імідж за рахунок оновлення свого транспортного парку.

Лізинг вигідний для автотранспортних компаній тим, що з'являється можливість експлуатації транспортного засобу необхідного типу і провізної ємності, не сплачуючи відразу його повну вартість. Це дозволяє відновити і розширити парк транспортних засобів автотранспортного підприємства без великих фінансових витрат.

Автотранспортні компанії використовують фінансовий лізинг з метою уникнення капітальних витрат і заборгованості, що виникають при купівлі транспортного засобу у виробника, або для зниження податкових та інших витрат. Строк фінансового лізингу може збігатися з терміном корисного використання транспортного засобу (10-15 років), але якщо у фінансовий лізинг береться транспортний засіб, який вже був в експлуатації, його термін є меншим.

Лізингоодержувач сплачує лізингові платежі з отриманих доходів від експлуатації предмета лізингу і після закінчення терміну дії лізингового контракту може стати власником об'єкта, якщо це передбачено в договорі (тобто опціон). Вартість предмета лізингу відображається у балансі автотранспортного підприємства в складі необоротних активів.

Оперативний лізинг використовується для забезпечення оперативних потреб автотранспортних компаній в додаткових транспортних засобах, після чого транспортний засіб повертається лізингодавцю. Лізингодавець є власником транспортного засобу і несе ризики поломки та втрати повітряного судна, включаючи ризик його зносу. Лізинг за договором оперативного лізингу лізингоодержувач розцінює як позабалансову угоду, тобто транспортний засіб не фігурує у складі необоротних активів у балансі.

Можливість укладення лізингових договорів на короткий термін дає великі вигоди, оскільки дозволяє використовувати лізинг в якості тимчасового заходу і, в принципі, може допомогти автотранспортним компаніям уникнути негативних наслідків циклічних змін економічного становища в галузі.

Світовий досвід показує, що лізинг для більшості автотранспортних компаній є одним з найбільш доступних і ефективних способів оновлення парку транспортних засобів. Від ефективної реалізації лізингових проектів в автотранспортній компанії залежить безліч показників ефективності її діяльності у наступні роки.

На основі вивчення послуг, які надаються вітчизняними лізинговими компаніями, що спеціалізуються на автолізингу (ALD Automotive (ТОВ "Перша Лізингова Компанія") [1], Avis Україна [2], АБ "Діамант" [3], ТОВ "АСТРА ЛІЗИНГ" [9], АТ "ІНДЕКС-БАНК" [4], ЗАТ "Єврофінанс" [6], Райффайзен Лізинг Аваль [7], ТОВ "Богдан-лізинг" [10], ТОВ "ВАБ Лізинг" [11], ТОВ "Вестлізинг" [12], ТОВ "Драйв Порт" [13], ТОВ "Євро Лізинг" [14], ТОВ "Компанія "Лізинговий дім" [15], ТОВ "Ласка Лізинг" [16], ТОВ "ЛД Лізинг" [17], ТОВ "Лізинг-Маркет" [18], ТОВ "Перша Західно-Українська Лізингова Компанія" [8], ТОВ "УКІО БАНК ЛІЗИНГ" [19], ТОВ "УніКредит Лізинг" [21], ТОВ "Універсальна лізингова компанія "Ленд-ліз" [20]) можна визначити особливості процесу лізингу транспортних засобів й відповідно сформулювати особливості послуг, які супроводжують лізинг. Ідентифікація даних послуг, які пропонуються лізинговими компаніями є основою визначення складових бізнес процесів надання транспортної послуги автотранспортним підприємством. Це пов'язано з тим, що послуги лізингових компаній можуть бути як консультативними так і технічними, які в свою чергу забезпечують весь процес використання автотранспортним підприємством транспортного засобу, який отриманий в лізинг. Відповідно до цього, визначають особливості калькулювання собівартості та обліку витрат окремих видів транспортних послуг.

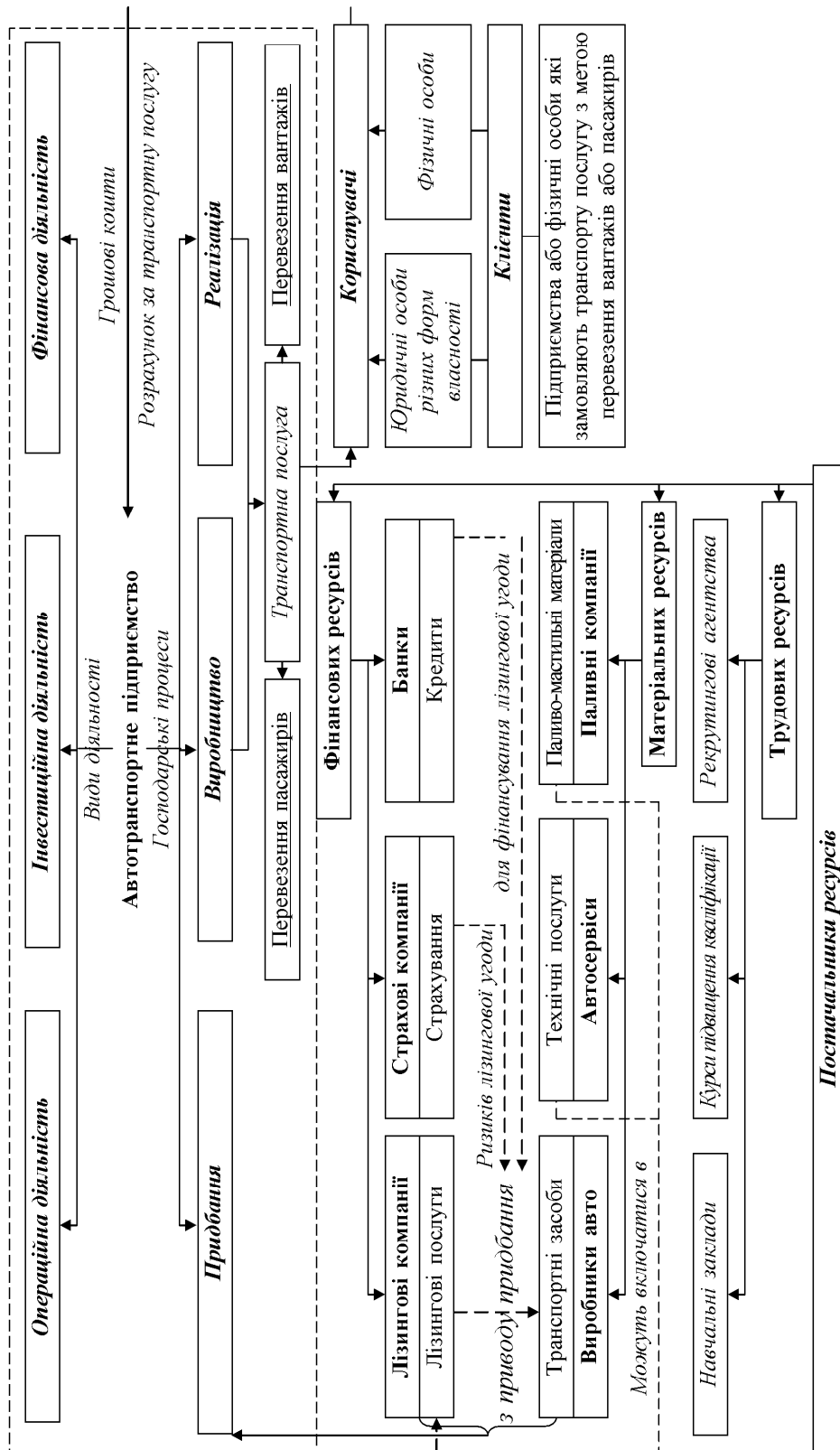


Рис. 1. Місце лізингу в діяльності автотранспортного підприємства (розроблено автором)

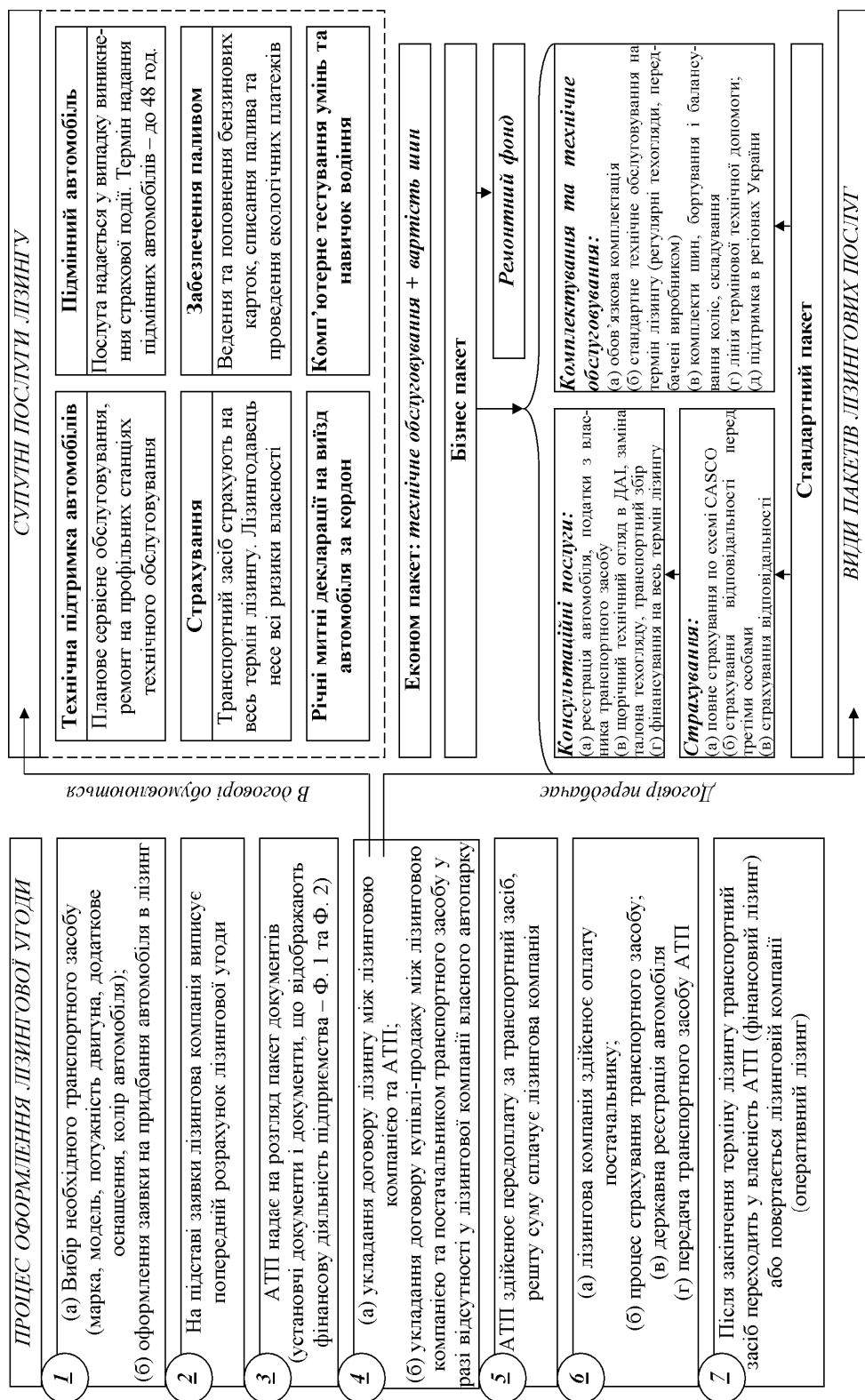


Рис. 2. Складові лізингової угоди щодо транспортного засобу (розроблено автором)

На рис. 2 на основі аналізу послуг, які надаються вище перерахованими лізинговими компаніями щодо лізингу транспортних засобів представлено особливі складові лізингової угоди, зокрема: по-перше, ідентифікація дій, щодо оформлення лізингової угоди та передачі транспортного засобу автотранспортній компанії; по-друге, ідентифікація послуг, які надаються лізинговими компаніями, щодо лізингу транспортного засобу; по-третє, характеристика послуг з прокату щодо лізингу транспортних засобів, які надаються вітчизняними лізинговими компаніями.

Лізингова угода, об'єктом якої виступає транспортний засіб, може мати ряд особливостей. На основі дослідження господарської діяльності компанії SIXT, прийшли до висновку, що на особливості управління та формування собівартості транспортної послуги на основі лізингу транспортних засобів впливають додаткові послуги. Розглянемо їх склад та особливості:

- технічна підтримка автомобілів – полягає у проведенні планового сервісного обслуговування, ремонту, транспортних засобів в різних регіонах країни тощо;

- страхування. Автомобілі страхуються на весь термін лізингу. Будучи власником автомобіля, лізингодавець несе всі ризики власності, наприклад, веде всі судові розгляди у разі ДТП;

- цілодобова телефонна лінія виділена для забезпечення технічної допомоги. За телефоном приймаються як планові заявки на проведення техобслуговування, так і екстрені дзвінки для надання технічної допомоги. Дана лінія забезпечує консультативну допомогу при страхових випадках, кваліфіковані консультації з сервісу, можливість виклику представника компанії для врегулювання питань з ДАІ та третьою стороною, можливість виклику евакуатора;

- підмінний автомобіль. Така послуга надається у випадку виникнення страхової події для збереження мобільності клієнтів. Термін надання підмінних автомобілів - до 48 годин. Вартість даної послуги може дорівнювати вартості місячного орендного платежу, пропорційно кількості використаних днів;

- комп'ютерне тестування умінь та навичок водіння. Організація курсів удосконалення водійської майстерності або спеціалізовані курси з водіння;

- забезпеченню автомобілів паливом. Дана послуга базується на веденні та поповненні бензинових карток, списання палива і проведенні платежів щодо екології за закуплене паливо.

Таким чином, проведено дослідження в галузі використання лізингу при наданні транспортних послуг автотранспортними підприємствами дозволило розкрити основні напрями підвищення ефективності діяльності автотранспортного бізнесу, та визначити напрями розвитку обліково-аналітичного забезпечення всієї системи управління господарською діяльністю на підприємствах галузі.

Висновки. На основі проведеного дослідження особливостей використання інструменту лізингу автотранспортними підприємствами ми дійшли таких висновків: по-перше, лізинг є одним з найбільш ефективних інвестиційних інструментів, який дозволяє підвищити ефективність транспортних послуг, шляхом

оновлення основного капіталу та збільшення його складу; по-друге, система лізингу направлена на обслуговування транспортної послуги не лише в момент передачі об'єкту лізингу – транспортного засобу, але й під час його використання; по-третє, використання лізингу автотранспортними підприємствами обумовлює необхідність трансформації організації та методики бухгалтерського обліку витрат та калькулювання собівартості транспортної послуги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ALD Automotive (ТОВ “Перша Лізингова Компанія”) : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.aldautomotive.ua
2. Avis Україна : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.avis.com.ua
3. АБ “Діамант” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.diamantbank.ua/>
4. АТ “ІНДЕКС-БАНК” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.indexbank.ua
5. Бізнес-Гід : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://business-guide.com.ua/>
6. ЗАТ “Єврофінанс” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eurofinance.com.ua/>
7. Райффайзен Лізинг Аваль : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rfa.com.ua
8. ТОВ “Перша Західно-Українська Лізингова Компанія” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.pzulk.com.ua
9. ТОВ “АСТРА ЛІЗИНГ” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.astraleasing.biz
10. ТОВ “Богдан-лізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : bogdan-leasing.com
11. ТОВ “ВАБ Лізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.tbileasing.com.ua
12. ТОВ “Вестлізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wls.com.ua>
13. ТОВ “Драйв Порт” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.driveport.com.ua
14. ТОВ “Євро Лізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lease.com.ua
15. ТОВ “Компанія “Лізинговий дім” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.leasinghouse.com.ua
16. ТОВ “Ласка Лізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.lasca-leasing.com
17. ТОВ “ЛД Лізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ld-leasing.ua
18. ТОВ “Лізинг-Маркет” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.leasingmarket.com
19. ТОВ “УКІО БАНК ЛІЗИНГ” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ubleasing.kiev.ua>
20. ТОВ “Універсальна лізингова компанія “Ленд-ліз” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.l-l.com.ua/>
21. ТОВ “УніКредит Лізинг” : Офіційний сайт / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unicreditleasing.com.ua>

АНАЛІЗ ОКРЕМИХ ПОЛОЖЕНЬ ПСБО 32 “ІНВЕСТИЦІЙНА НЕРУХОМІСТЬ” ТА ЇХ ПОРІВНЯННЯ З ОКРЕМИМИ ПОЛОЖЕННЯМИ МСБО 40 “ІНВЕСТИЦІЙНА НЕРУХОМІСТЬ”

Розглядаються теоретичні і методологічні основи визнання інвестиційної нерухомості у відповідності до норм національного Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 32 “Інвестиційна нерухомість” та вивчаються окремі важливі питання відображення інвестиційної нерухомості в обліку підприємств.

Ключові слова: *інвестиційна нерухомість, стандарти, бухгалтерський облік*

Mironova O.

ANALYSIS OF PARTICULAR REGULATIONS OF ACCOUNTING NATIONAL STANDARDS 32 “INVESTMENT PROPERTY” AND THEIR COMPARISON WITH CERTAIN REGULATIONS OF ACCOUNTING INTERNATIONAL STANDARDS 40 “INVESTMENT PROPERTY”

The article deals with theoretical and methodological bases of investment property recognition in compliance with Accounting National Regulations (Standards) 32 “Investment Property” and examines particular important issues on reflecting investment property in accounting of enterprises.

Keywords: *investment property, accounting standards, accounting.*

Постановка проблеми. У відповідності до норм ст.12 Закону України від 16.07.1999 р. № 996 “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” та Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг від 07.02.2012 р. № 84 “Про оприлюднення інформаційного повідомлення щодо переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності небанківськими фінансовими установами” з 01.01.2012 р. набрали чинності зміни до Порядку подання фінансової звітності, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 28.02.2000 р. № 419, відповідно до яких фінансова звітність та консолідована фінансова звітність складаються за міжнародними стандартами фінансової звітності публічними акціонерними товариствами, банками, страховиками, починаючи з 1 січня 2012 року, а також підприємствами, які провадять господарську діяльність за окремими видами. Поряд з цим, Наказом Міністерства фінансів України від 09.12.2011 року № 1591 внесено зміни до багатьох положень (стандартів) бухгалтерського обліку, у тому числі і в ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість” [1]. Ці зміни підкреслюють, що положення ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість” застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами незалежно від форм власності (крім бюджетних установ та підприємств, які відповідно до законодавства складають фінансову звітність за міжнародними стандартами фінансової звітності). Таким чином, велика кількість підприємств, на яких не розповсюджується обов’язок застосовувати норми міжнародних стандартів бухгалтерського

обліку, фінансової звітності взагалі та МСБО 40 “Інвестиційна нерухомість” [2], у тому числі повинні продовжувати застосовувати національні ПСБО. Зважаючи на те, що нормативна база, яка регулює порядок ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності достатньо динамічна, часто змінюється та доповнюється новими нормами, а ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість” - взагалі один із нових стандартів, з одного боку, та інвестиційна нерухомість – специфічний об’єкт обліку, визнання якого як раз частіше відбувається саме зараз, в непрості часи для підприємств, які перебувають у стані виходу зі складної фінансової кризи, що зачепила практично усі сфери діяльності, з іншого боку, розуміння та аналіз норм ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість” вкрай необхідне. Більше того, глибоке знання національних стандартів бухгалтерського обліку завжди допомагає переходу (при необхідності, що є дуже актуальним саме тепер) до застосування міжнародних стандартів: практично кожен із національних стандартів має міжнародний аналог. Тому важливо приділити увагу усім нормам, а окрему - тим нормам ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість”, які є найбільш складними та відрізняються від звичних правил ПСБО 7 “Основні засоби”, хоча інвестиційна нерухомість продовжує залишатися основним засобом.

Вивчення норм ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість” в останніх дослідженнях і публікаціях розглядається як один із допоміжних етапів у розумінні теоретичних та методологічних основ відображення окремих операцій з інвестиційною нерухо-

містю в обліку підприємств. Дослідженню окремих питань обліку інвестиційної нерухомості увагу приділили Т. П. Остапчук, І. В. Супрунова, Л. В. Чижевська, І. А. Юхименко-Назарук.

Метою дослідження є вивчення та аналіз окремих положень ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість”. Інвестиційна нерухомість, яка є частиною основних засобів, - специфічний обліковий об’єкт, який відрізняється від інших об’єктів основних засобів. Тому його облік і порядок відображення у фінансовій звітності регламентуються окремим стандартом. Визначення цих особливостей є метою дослідження.

Викладення основного матеріалу. З 1 січня 2008 року вступив в дію ПСБО 32 “Інвестиційна нерухомість [1] (далі – ПСБО 32). Як і його міжнародний аналог, МСБО 40 визначає сферу застосування як через перелік операцій, на які він розповсюджується, так і через перелік операцій, до яких він не застосовується. ПСБО 32 початковий акцент робить саме на операціях, до яких ПСБО 32 не застосовується, а саме до: класифікації оренди на операційну та фінансову (п.3.1); визнання доходу від оренди об’єктів інвестиційної нерухомості (п.3.2); оцінки орендодавцем нерухомості, яка надана в оренду за договором фінансової оренди (п.3.3); обліку операцій з продажу активів з їх подальшою орендою (п.3.4); розкриття інформації про фінансову та операційну оренду у фінансовій звітності (п.3.5); обліку біологічних активів, пов’язаних із сільськогосподарською діяльністю (п.3.6); обліку прав на розвідування та видобутку корисних копалин та невідтворюваних ресурсів (п.3.7).

У відповідності до п. 5 ПСБО 32 також з метою бухгалтерського обліку не вважається інвестиційною нерухомістю: операційна нерухомість, а також нерухомість, що утримується для використання у майбутньому як операційна нерухомість (п.5.1); нерухомість, що утримується з метою продажу за умов звичайної господарської діяльності (п.5.2); нерухомість, що будується або поліпшується за дорученням третіх сторін (п.5.3); нерухомість, що перебуває в процесі будівництва або поліпшення з метою використання у майбутньому як інвестиційна нерухомість (п.5.4); нерухомість, що надана в оренду іншому суб’єкту господарювання на умовах фінансової оренди (п.5.5).

ПСБО 32 застосовується: при визнанні та оцінці інвестиційної нерухомості (п.п.8-23); при переведенні нерухомості до інвестиційної нерухомості або виведенні її зі складу інвестиційної нерухомості (п.п.24-29); при вибутті інвестиційної нерухомості (п.п.30-32); для розкриття інформації про інвестиційну нерухомість у фінансовій звітності. В цьому питанні ПСБО 32 окремо виділяє інформацію, яка розкривається у примітках до фінансової звітності (п.п.33-36) від іншої інформації. Для інформації, яка розкривається у примітках до фінансової звітності, ПСБО 32 передбачено окремий підрозділ. Для інформації про інвестиційну нерухомість, яка розкривається в інших фінансових звітах, окремого підрозділу не передбачено. Вона надана у відповідних підрозділах ПСБО 32 у залеж-

ності від характеру господарської операції, що здійснюється [1].

У п.4 ПСБО 32 надані лише терміни, що використовуються в ПСБО та мають безпосередньо відношення до інвестиційної нерухомості, а саме:

інвестиційна нерухомість – це власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельні ділянки, будівлі, споруди, які розташовуються на землі, утримувані з метою отримання орендних платежів та/або збільшення власного капіталу, а не для виробництва та постачання товарів, надання послуг, адміністративної мети або продажу в процесі звичайної діяльності;

операційна нерухомість – це власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельні ділянки, будівлі, споруди, які розміщені на землі, утримувані з метою використання для виробництва, або постачання товарів чи надання послуг, або ж в адміністративних цілях;

балансова вартість активу – це вартість активу, за якою він включається до підсумку балансу [1].

Зазначаємо: в МСБО 40 – в розділі “Визначення” не тільки надані терміни, а ще й роз’яснені окремі положення, які деталізують практику застосування та полегшують розуміння загальних вимог даного стандарту [2]. У ПСБО 32 такі роз’яснення надані в п.5, який наводить приклади нерухомості, яка не може бути визнана інвестиційною. При цьому роз’яснення, які містяться в МСБО 40 більш розгорнуті, ніж ті, що містить ПСБО 32. В п.7 МСБО 40 підкреслює відмінність інвестиційної нерухомості від нерухомості, зайнятої власником. Одна з головних відмінностей, що відрізняє інвестиційну нерухомість, у тому, що інвестиційна нерухомість генерує грошові потоки в значній мірі незалежно від інших активів, утримуваних суб’єктом господарювання. Це відрізняє інвестиційну нерухомість від нерухомості, зайнятої власником. Виробництво або постачання товарів та надання послуг (або використання власності для адміністративних цілей) генерує грошові потоки, які мають відношення не тільки до нерухомості, а й до інших активів, що використовуються у процесі виробництва або постачання. Саме з цих причин до нерухомості, зайнятої власником, необхідно застосовувати МСБО 16 “Основні засоби”, а не МСБО 40. ПСБО 32 не містить такого чітко сформульованого акценту та пояснень, хоча ця основна ідея в ПСБО 32 зберігається.

Як за МСБО 40, так і за ПСБО 32 складним є процес визнання інвестиційної нерухомості в тому випадку, коли одна частка нерухомості утримується з метою отримання орендної плати або для збільшення капіталу, а друга частка нерухомості утримується для використання у виробництві або для постачання товарів чи надання послуг, або для адміністративних цілей. В даному випадку п.6 ПСБО 32 передбачає наступне: “Якщо певний об’єкт основних засобів уключає частину, яка утримується з метою отримання орендної плати та/або для збільшення власного капіталу, та іншу частину, що є операційною нерухомістю, і ці частини можуть бути продані окремо (або окремо надані в

оренду згідно з договором про фінансову оренду), то ці частини відображаються як окремі інвентарні об'єкти. Якщо ці частини не можуть бути продані окремо, об'єкт основних засобів визнається інвестиційною нерухомістю за умови її використання переважно з метою отримання орендної плати та/або для збільшення власного капіталу. За наявності ознак, за яких об'єкт основних засобів може бути віднесеним і до операційної нерухомості, і до інвестиційної нерухомості, підприємство розробляє критерії щодо їх розмежування". Як і за МСБО 40, так і за ПСБО 32 розробка критеріїв щодо їх розмежування – це саме та складність, яка супроводжує будь-яке підприємство на шляху практики застосування ПСБО 32. При цьому, якщо МСБО 40 ставить наголос на тому, що саме суб'єкту господарювання та керівництву надано право розробки та обрання цих критеріїв на підставі послідовного застосування професійного судження, то ПСБО 32 такої інформації не містить. Хоча саме професійне судження в даному випадку може мати ключове значення при прийнятті управлінського рішення стосовно облікової політики підприємства в даному питанні.

Таким чином, ПСБО 32 підкреслює необхідність розробки чітких критеріїв, не забороняє, але й не наголошує про можливість застосування професійного судження. При цьому обов'язкове для визнання нерухомості інвестиційною за МСБО 40 генерування грошових потоків такої нерухомістю достатньо окремо та незалежно від грошових потоків звичайної господарської діяльності суб'єкта господарювання [2] за ПСБО 32 не підкреслено, але передбачається всіма запропонованими процедурами обліку та відображення у фінансовій звітності.

Також важливим моментом є момент визнання нерухомості інвестиційною у випадках, коли взаємовідносини в рамках угоди про операційну оренду відбуваються між материнським і дочірнім підприємствами. В такому випадку ПСБО 32 більш лаконічний, ніж МСБО 40. МСБО 40 в п.15 передбачає такий алгоритм дій: "іноді суб'єкт господарювання володіє нерухомістю, наданою в оренду материнському чи дочірньому підприємству та зайнятою ними. Така нерухомість не визнається інвестиційною нерухомістю у консолідованій фінансовій звітності, оскільки з погляду групи вона є нерухомістю, що зайнята власником. Але якщо її розглядати з погляду окремого суб'єкта господарювання, який нею володіє, то така нерухомість є інвестиційною нерухомістю, якщо вона відповідає визначенню, поданому в параграфі 5. Отже, орендодавець розглядає таку нерухомість як інвестиційну нерухомість у своїй окремій фінансовій звітності" [2]. ПСБО 32 в п.7 описує лише наступне: "Якщо підприємство контролює інвестиційну нерухомість, надану в оренду материнському підприємству або дочірньому підприємству для виробництва або постачання товарів чи надання послуг, або з адміністративною метою, такий об'єкт основних засобів при складанні консолідованої фінансової звітності цієї групи підприємств вважається операційною нерухомістю. Отже, згідно з ПСБО

32 можливість розглядати нерухомість як інвестиційну хоча б у своїх окремих фінансових звітах орендодавцем не передбачена взагалі. Але очевидно, що існуюче формулювання п. 7 ПСБО 32 все ж залишає можливість відображати нерухомість як інвестиційну. Це може бути можливим в ситуації, коли підприємство контролює інвестиційну нерухомість, надану в оренду материнському підприємству або дочірньому підприємству, але при цьому мета її використання – подальше надання в оренду (суборенду) іншим користувачам.

Інвестиційна нерухомість повинна визнаватися активом тоді, коли виповнюються дві умови: є ймовірність того, що суб'єкт господарювання отримає майбутні економічні вигоди у вигляді орендних платежів та/або збільшення власного капіталу; первісна вартість інвестиційної нерухомості може бути достовірно визначена.

При визнанні інвестиційної нерухомості ПСБО 32 виділяє можливість застосування двох методів оцінки: метод оцінки за первісною вартістю, зменшеною на суму нарахованої амортизації з урахуванням втрат від зменшення корисності та вигод від її відновлення, метод оцінки за справедливою вартістю. Кожен з двох можливих для застосування методів оцінки має право на існування, та ПСБО 32, як і МСБО 40, чітко регламентує порядок їх застосування. Порядок застосування кожного з цих методів оцінки може бути предметом окремого наукового дослідження.

Висновки. Як показав аналіз окремих положень ПСБО 32 та їх порівняння з положеннями МСБО 40 у питаннях визнання в бухгалтерському обліку об'єктів даного виду активів, між ПСБО 32 та МСБО 40 існують розбіжності. Але в окремих питаннях розуміння положень ПСБО 32 може бути більш глибоким після вивчення саме норм МСБО 40. І хоча ПСБО 32 застосовується тими підприємствами, які не зобов'язані вести бухгалтерський облік та складати фінансову звітність за МСБО, та норми МСБО 40 допомагають краще зрозуміти окремі ключові питання порядку визнання й обліку інвестиційної нерухомості. Норми ПСБО 32 мають мету - визначити методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про інвестиційну нерухомість та її розкриття у фінансовій звітності. А це означає, що перспективним у подальших дослідженнях можна визначити необхідність глибокого та детального аналізу кожного з розділів ПСБО 32, як це є доречним відносно усіх інших стандартів: по-перше, між інвестиційною нерухомістю та іншими необоротними активами існує велика різниця. Це різні види необоротних активів, бухгалтерський облік яких регламентується різними стандартами бухгалтерського обліку; по-друге, до інвестиційної нерухомості, оціненої за різними методами, слід застосовувати різні підходи в обліку та при розкритті інформації в фінансовій звітності; по-третє, різні операції з інвестиційною нерухомістю потребують окремої уваги, тому що у відповідності до ПСБО 32 для окремих операцій передбачено застосовувати окремі підходи. Так, наприклад, оцінка при визнанні інвестиційної не-

рухомості та оцінка після її визнання – це різні операції. Вони передбачають можливість здійснення як різних процедур, так і різних підходів у відображенні цих процедур в облікових регістрах підприємства та його фінансової звітності. Ці перелічені особливості притаманні не тільки ПСБО 32, але ще й МСБО 40. Таким чином, глибоке знання та розуміння ПСБО 32 при необхідності значно полегшить перехід до застосування МСБО 40. Саме ретельне та поступове вивчення ПСБО 32 може забезпечити полегшення його застосування на практиці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 32 “Інвестиційна нерухомість” : наказ Міністерства фінансів України від 02 лип. 2007 року № 779 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0823-07>.
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 40 “Інвестиційна нерухомість” : IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_026.
3. Міронова О. І. ПСБО 32: перші поради з практичного застосування / О. І. Міронова // *Баланс*. – Дніпропетровськ, 2007. – № 58. – С. 18-21.
4. Міронова О. І. Інвестиційна нерухомість та її справедлива вартість / О. І. Міронова // *Баланс*. – Дніпропетровськ, 2008. – № 48. – С. 39-43.
5. Міронова О. І. Бухгалтерський учет инвестиционной недвижимости: опыт Украины / О. І. Міронова // *ЖДТУ : Міжнародний збірник наукових праць*. – 2009. – № 3(15). – С. 175-184.
6. Міронова О. І. Інвестиційна нерухомість: бухоблік, оподаткування, страхування, оформлення та реєстрація прав власності / О. І. Міронова. – Х. : Фактор, 2008. – 448 с.
7. Міронова О. І. Аналіз окремих положень МСБО 40 “Інвестиційна нерухомість” / О. І. Міронова // *Вісник ЖДТУ* – 2013. – № 1 (63). – С. 152-154. – (Сер.: Економічні науки).
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку: коментарі / [за ред. Я. Кавторевой]. – Х. : Фактор, 2008. – 1328 с.

ОПЕРАЦІЇ ОПЕРАТИВНОГО ЛІЗИНГУ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЛІЗИНГОВИХ КОМПАНІЙ

Розглянуто особливості методики облікового відображення операцій оперативного лізингу в лізингових компаніях. Обґрунтовано напрями удосконалення обліку даних операцій з виконання умов договору оперативного лізингу та операцій з приймання передачі об'єкту оперативного лізингу.

Ключові слова: лізинг, оперативний лізинг, лізингова компанія, бухгалтерський облік

Nikolaieva S.

OPERATIONAL LEASING OPERATIONS IN THE SYSTEM LEASING COMPANIES ACCOUNTING

The article is devoted to the investigation of some methodological features of the operational leasing operations reflected in the leasing companies. The ways of data operations improvement due to the terms and conditions of the operational leasing contract and also the operational leasing object transfer operations are grounded.

Keywords: leasing, operational leasing, leasing company, accounting

Вступ. Зростання попиту на послуги оперативного лізингу в економічній системі України обумовило зростання ролі та значення лізингових компаній у забезпеченні оновлення основних фондів провідних галузей національної економіки. Зокрема, сьогодні оперативний лізинг користується популярністю на підприємствах транспорту (авіакомпанії – повітряні судна (літаки), судноплавні компанії – морські та річкові судна (кораблі, яхти, лайнери), автотранспортні підприємства – легкові та вантажні автомобілі, підприємства залізничного транспорту – вагони, контейнери та ін.).

За таких умов, лізингові компанії повинні розширяти склад об'єктів та особливості надання лізингових послуг. Все це вимагає підвищення ефективності системи управління діяльністю лізинговими компаніями в частині операцій оперативного лізингу, що, в свою чергу, обумовлює розробки заходів щодо удосконалення системи бухгалтерського обліку таких операцій. Зокрема, сьогодні залишається невирішеними проблеми статусу об'єктів лізингу та їх відображення на рахунках бухгалтерського обліку, порядок облікового відображення відшкодування витрат на ремонт, об'єкта лізингу, операції зі страхування об'єктів лізингу і нотаріального засвідчення договору оперативного лізингу.

Окремі питання облікового відображення операцій фінансового лізингу в лізингових компаніях стали об'єктом дослідження вчених: П. Балтус, А. Барабаш, Бірман, Р. Брейлі, В. Бойко, Н. Внукова, В. Газман, І. Глушков, В. Горемікін, Н. Гришко, А. Завгородній, Н. Кондраков, І. Ламікін, М. Лещенко, А. Левкович, С. Майєрс, Ж. Матук, В. Міщенко, В. Іванишин, Ю. Осадчий, О. Ольховиков, Н. Панічев, Л. Прилуцький, В. Різник, П. Саблук, Н. Слав'янська, Ю. Сосюрко, А. Турило, Т. Топішко, Я. Усенко, Г. Холодний,

С. Шмідт, Х.-Й. Шпітлер. Проте у зв'язку з динамічними умовами економічного розвитку сьогодні потребують перегляду рід зазначених проблем облікового відображення операцій фінансового лізингу в лізингових компаніях.

Вклад результатів дослідження. Договір операційного лізингу передбачає, що лізингоодержувач зобов'язується використовувати майно строком, що не перевищує строк його амортизації з наступним поверненням його лізингодавцю або ж викупом у власність. В якості продавця майна може виступати як третя особа, так і сам лізингоотримувач, який передає свої активи лізингодавцю з правом їх подальшої оренди для одержання додаткового фінансового ресурсу.

У порівнянні з оформленням фінансового лізингу операційний лізинг може виділятися наявністю цілого ряду особливостей:

- всі ризики, пов'язані з володінням і використанням майна в лізингу, лягають на лізингодавця, сюди включаються витрати з обслуговування, страхування майна;

- термін дії договору лізингу майна не може перевищувати строку його амортизації;

- операційний лізинг оформлюється з метою використання та повернення майна, в результаті воно часто передається лізингодавцем для повторної оренди з метою компенсації витрат на його придбання.

Основною відмінною рисою оперативного лізингу стає той факт, що ризики володіння майном в лізингу лягають у даному випадку на плечі лізингодавця. Хоча законодавство в цьому випадку передбачає внесення в договір пунктів, які можуть переносити майнові ризики на лізингоотримувача.

Кожна з умов впливає на відображення лізингових операцій в системі бухгалтерського обліку лізингової компанії, адже обумовлює склад об'єктів бухгалтерського обліку, їх особливості, а також порядок відображення на рахунках. Тому, з метою, визначення напрямів удосконалення системи бухгалтерського обліку операцій оперативного лізингу в лізингових компаній та приведення її у відповідність до сучасних умов господарювання, обумовлених галузеву специфікою небанківських фінансової інститутів, обґрунтуємо порядок ідентифікації об'єктів бухгалтерського обліку, які задіяні в операції фінансового лізингу.

Перш ніж перейти до обґрунтування складу об'єктів необхідно охарактеризувати етапи послуги оперативного лізингу. Так, основними етапами послуг оперативного лізингу є:

- передача майна в оперативний лізинг. Особливості даного етапу обумовлюються договором оперативного лізингу щодо об'єкту оперативного лізингу, його технологічних складових, а також порядку та терміни відвантаження даного об'єкту лізингоотримувачу;

- використання об'єкту оперативного лізингу. Порядок користування об'єктом лізингу міститься в положеннях договору оперативного лізингу, та пов'язаний з наступними операціями: складові суміжних послуг, які надає лізингова компанія щодо об'єкту лізингу, метод нарахування лізингових платежів, порядок проведення ремонтних робіт об'єкту лізингу та їх фінансування;

- повернення об'єкту оперативного лізингу. Договором оперативного лізингу обумовлюються строки повернення, порядок сплати останнього лізингового платежу та можливість придбання об'єкту лізингу.

Таким чином, лізингова операція полягає у багаторівневому русі ресурсів і потоків інформації, які повинні відобразитися на рахунках бухгалтерського обліку лізингової компанії. Розглянемо особливості облікового відображення кожного з об'єктів у розрізі етапів лізингової послуги.

Найбільш проблемним питанням бухгалтерського обліку операцій оперативного лізингу в лізингових компаніях, сьогодні є особливості відображення об'єктів лізингу в складі активів. Дана проблема полягає у статусі таких об'єктів. Так, не виникає жодних проблем, коли підприємство, в статуті якого не передбачено надання лізингових послуг, передає об'єкти основних засобів в оренду, а в системі бухгалтерського обліку відображає шляхом зміни субрахунків.

Деяко інша ситуація з лізинговими компаніями, коли передача основних засобів в оперативний лізинг є основною діяльністю. У такому випадку виникає питання, чи правомірно відобразити об'єкти оперативного лізингу в складі основних засобів підприємства. Адже, в податковому та бухгалтерському законодавствах прописано, що основні засоби повинні бути задіяні у господарській діяльності підприємства.

Зокрема, в ст. 14.1.138. Податкового кодексу України таким чином тлумачить сутність основних

засобів: “основні засоби - матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин на наданих у користування ділянках надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у *господарській діяльності* платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку із фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік)”.

Так, податковим кодексом, чітко прописано, що основні засоби повинні бути задіяні в господарській діяльності. У свою чергу під господарською діяльністю в Податковому кодексі України розуміється “діяльність особи, що пов'язана із виробництвом (виготовленням) та/або реалізацією товарів, виконанням робіт, наданням послуг, спрямована на отримання доходу і проводиться такою особою самостійно та/або через свої відокремлені підрозділи, а також через будь-яку іншу особу, що діє на користь першої особи, зокрема за договорами комісії, доручення та агентськими договорами”.

Зазначене вказує, що відповідно до податкового законодавства в основні засоби, пов'язанні з виробництвом (виготовленням) та/або реалізацією товарів, виконанням робіт, наданням послуг. У такому ж напрямі визначає поняття основних засобів бухгалтерську законодавство України. Зокрема в П(С)БО 7 “Основні засоби”, подано наступне визначення основних засобів: “основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік)”.

Таким чином, виникає питання: чи доцільно відобразити об'єкти, які передаватимуться в оперативний лізинг у складі основних засобів лізингової компанії. Відповідь на дане питання залежатиме від того, що розуміти під господарською діяльністю лізингової компанії в частині операцій оперативного лізингу.

Зважаючи на те, що операції оперативного лізингу є статутним видом діяльності лізингової компанії, об'єкти лізингу використовуються як основні засоби для надання послуг оперативного лізингу. Таким чином, для лізингових компаній основні засоби мають такий же статус, як і для підприємств сфери послуг, а їх передача лізингоотримувачу є операцією зміни місця їх знаходження. В системі бухгалтерського та податкового обліку лізингової компанії процес передачі майна в оперативний лізинг пропонуємо відобразити наступним чином (табл. 1).

Запропонована методика відображення операцій передачі об'єкту оперативного лізингу лізингоотримувачу

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція		Податковий облік	
		Д-т	К-т	Витрати	Доходи
1	Передано об'єкт операційну оренду: - будинки та споруди - машини та обладнання - транспортні засоби	103.2 104.2 105.2	103.1 104.1 105.1	-	-
2	Відображено знос: - будинки та споруди - машини та обладнання - транспортні засоби	131.1.1 131.2.1 131.3.1	131.1.2 131.2.2 131.3.2	-	-
3	Відображено держмити за нотаріальне посвідчення договору оперативного лізингу	92	641	+	-
4	Відображено витрати на страхування об'єкту оперативного лізингу	949	685	+	-
5	Відображено отримання попередньої оплати за оперативний лізинг	311	69	-	-
6	Відображено зобов'язання з ПДВ	643	641	-	-
7	Включено попередню плату до доходів від реалізації послуг в межах нарахованого лізингового платежу	69	703	-	+
8	Відображено закриття зобов'язань з ПДВ	703	643		

Запропонована методика відображення операцій оперативного лізингу на етапі передачі об'єкта лізингу мають ряд особливостей від існуючої на сьогоднішній день. Ці особливості пов'язані з тим, що нами обгрунтовано необхідність відображати операції лізингу в системі бухгалтерського обліку лізингової компанії як основну діяльність. У випадку, коли йдеться про оперативну оренду, необхідно застосувати чинний на даний час підхід.

Відображення зміни статусу об'єктів оперативного лізингу, пропонуємо відображати шляхом зміни аналітичних рахунків. Крім того, в системі аналітичного обліку об'єктів основних засобів необхідно розрізняти об'єкти, які використовуються в діяльності лізингової компанії, об'єкти, які отримуються для передачі в оперативний лізинг та об'єкти, які передані в оперативний лізинг.

Виходячи з представленої табл. 1, на аналітичних рахунках до субрахунків основних засобів пропонуємо відображати наступні об'єкти:

- 103.1, 104.1, 105.1 – об'єкти основних засобів (будинки та споруди, машини та обладнання, транспортні засоби), які отримуються для передачі в оперативний лізинг;

- 103.2, 104.2, 105.2 – об'єкти основних засобів (будинки та споруди, машини та обладнання, транспортні засоби), які передані в операційний лізинг лізингоотримувачу;

- 103.3, 104.3, 105.3 – об'єкти основних засобів (будинки та споруди, машини та обладнання, транспортні засоби), які використовуються лізинговою компанією в господарській діяльності.

Таким же чином, пропонуємо організувати аналітичний облік зносу основних засобів, тобто в залежності від напрямів їх використання.

Стосовно податкового обліку операцій з передачі об'єкта в оперативний лізинг, то відповідно до положень податкового кодексу передача майна в

оперативний лізинг (оренду) не змінює податкових зобов'язань орендодавця (лізингодавця) – лізингової компанії та орендаря (лізингоотримувача).

Враховуючи те, що договір оперативного лізингу рухомого майна має майновий характер, то державне мито при його нотаріальному посвідченні справляється, як за посвідчення інших договорів, що підлягають оцінці, тобто 1 відсоток суми договору, але не менше 1 неоподаткованого мінімуму доходів громадян. Згідно з п. 8 Інструкції про порядок обчислення та справляння державного мита № 811, за посвідчення договорів, платежі за які провадяться періодично (наприклад, за договорами лізингу), сума, з якої обчислюється і сплачується державне мито, визначається виходячи із загальної суми лізингових платежів за договір за весь час його дії. Якщо договір укладено на невизначений строк, то державне мито обчислюється і сплачується виходячи із загальної суми платежів за договором, але не більше ніж за три роки. Облікове відображення операцій з нарахування та сплати держмити за нотаріальне посвідчення договору лізингу здійснюється шляхом збільшення адміністративних витрат та збільшення заборгованості за податками та зборами. В податковому обліку сума держмити включається до складу витрат.

Наступною особливістю складовою передачі майна в оперативний лізинг є страхування. У зв'язку з тим, що всі ризики щодо використання майна несе лізингодавець, лізингова компанія зацікавлена у страхуванні об'єкта оперативного лізингу. В умовах договору оперативного лізингу може бути передбачено, що витрати на страхування об'єкту оперативного лізингу несе лізингоотримувач, тоді такі операції не відображатимуться в системі бухгалтерського обліку лізингової компанії. В іншому випадку лізингова компанія відображає збільшення інших витрат операційної діяльності. Стосовно

податкового обліку витрат на страхування об'єкту оперативного лізингу, то дані операції регулюються п. 138.1 Податкового кодексу України, в якому зазначено, що витрати, які враховуються при обчисленні об'єкта оподаткування, складаються із витрат операційної діяльності та інших витрат та п. 140.1.6 - при визначенні об'єкта оподаткування витрати враховуються як подвійного призначення будь-які витрати із страхування, зокрема витрати зі страхування майна платника податку, об'єкта фінансового лізингу, а також оперативного лізингу, в межах звичайної ціни страхового тарифу відповідного виду страхування, що діє на момент укладення такого страхового договору.

Особливої уваги при передачі майна в оперативний лізинг мають операції з попередньої оплати. Так, попередня оплата, до нарахування лізингових платежів відображається на рахунку 69 "Доходи майбутніх періодів". Одночасно з отриманням попередньої плати в системі бухгалтерського обліку лізингової компанії необхідно відобразити ПДВ за правилом першої події. Адже, відповідно до положень Податкового кодексу України, при здійсненні платником ПДВ операцій з передачі майна в оперативний лізинг об'єктом оподаткування ПДВ є вартість наданих послуг у межах договору оперативного лізингу, тобто сума лізингових платежів підлягає оподаткуванню в загальноствановленому порядку за основною ставкою, якщо місце поставки послуг - територія України.

На момент нарахування лізингових платежів в межах вартості попередньої оплати у системі бухгалтерського обліку відображається зменшення доходів майбутніх періодів і збільшення доходів від реалізації послуг у випадку, коли лізингодавцем

є лізингова компанія, та інших доходів коли орендодавцем є підприємство, яке не надає фінансові послуги. В податковому обліку сума нарахованих лізингових платежів відображається у складі доходів лізингодавця і складі витрат лізингоотримувача. Адже відповідно до положень Податкового кодексу України, орендодавець збільшує суму доходів, а орендар збільшує суму витрат на суму нарахованого лізингового платежу за наслідками податкового періоду, в якому здійснюється таке нарахування.

Наступним етапом послуги оперативного лізингу є використання об'єкту лізингу. Особливості даного етапу обумовлюються договором оперативного лізингу, що впливає на такі об'єкти бухгалтерського обліку діяльності лізингової компанії як лізингові платежі, обслуговуючі послуги, амортизація та ремонт об'єкту лізингу.

Проблема відображення даних об'єктів полягає в ідентифікації складу витрат та їх відображення на відповідних рахунках бухгалтерського обліку. Так, вважаємо, що у зв'язку з тим, що послуги оперативного лізингу є основною діяльністю лізингової компанії, всі витрати пов'язані з її наданням повинні включатися до складу виробничих витрат та обліковуватися на рахунку 23 "Виробництво". Організація аналітичного обліку за рахунком 23 "Виробництво" повинна вестися в розрізі окремих договорів з подальшою деталізацією за видами супутніх послуг, якщо ці послуги обумовлені договором оперативного лізингу та елементами витрат.

Для відображення операцій з оперативного лізингу на етапі вирощання об'єкту лізингу в системі бухгалтерського та податкового обліку пропонуємо наступний методичний підхід (табл. 2).

Таблиця 2

Запропонована методика відображення операцій з виконання умов договору оперативного лізингу

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція		Податковий облік	
		Д-т	К-т	Витрати	Доходи
1	2	3	4	5	6
1	Відображено надання послуг щодо обслуговування об'єкту оперативного лізингу відповідно до умов договору	23	201, 651, 661, 131, 685	+	-
2	Нараховано амортизацію на об'єкт оперативного лізингу	23	131	+	-
3	Відображено витрати на капітальний ремонт об'єкту оперативної оренди	152	201, 651, 661, 131, 685	-	-
4	Списано капітальні витрати на вартість об'єкта переданого в оперативну оренду	103.2 104.2 105.2	152		
5	Списано капітальні витрати на вартість об'єктів які утримуються для передачі в оперативну оренду	103.1 104.1 105.1	152		
6	Відображено витрати поточний ремонт об'єкту переданого в оперативну оренду	23	201, 651, 661, 131, 685	+	-
7	Відображено списання вартості послуги оперативної оренди за звітний період	903	23	-	-
8	Нараховано лізинговий платіж як дохід	361	703	-	+
9	Відображено зобов'язання з ПДВ	703	641	-	-
10	Списано доходи на фінансовий результат	703	79		
11	Списано собівартість на фінансовий результат	79	903		

Дещо інша ситуація складалась із бухгалтерським і податковим обліком витрат на капітальний ремонт, при умові, що такі витрати поніс лізингоотримувач, але лізингова компанія їх буде компенсувати. Так, відповідно до п. 146.19 ст. 146 Податкового кодексу України у разі, якщо договір оперативної оренди (лізингу) чи концесії зобов'язує або дозволяє орендарю чи концесіонеру здійснювати ремонт та/або поліпшення об'єкта оперативної оренди (лізингу) чи концесії, частина вартості таких ремонтів та/або поліпшень у сумі, що перевищує віднесено на витрати згідно з п. 146.11 і п. 146.12 ст. 146 Кодексу, амортизується орендарем чи концесіонером як окремих об'єкт в порядку, встановленому для групи основних засобів, до якої відноситься об'єкт оперативної оренди (лізингу) чи концесії, що ремонтується та/або поліпшується.

При цьому орендарем не враховується балансова вартість об'єктів оперативної оренди/лізингу, за якою вони обліковуються на балансі орендодавця.

об'єкта оперативної оренди/лізингу, то орендар включає суму такої компенсації до доходів за даюю їх визнання. Орендодавець включає суми компенсації до складу інших витрат у звітному періоді, в якому вони були здійснені.

При безоплатній передачі орендарем балансоутримувачу (орендодавцю) відремонтованих (добудованих) приміщень у балансоутримувача після закінчення процедури взяття на баланс цих об'єктів виникає дохід на суму вартості поліпшення (добудови) основних засобів, що враховується при визначенні об'єкта обкладення податком на прибуток.

При цьому орендодавець не змінює вартість основних засобів, а орендар збільшує витрати на суму вартості поліпшення такого основного засобу як окремого об'єкта амортизації за вирахуванням сум накопиченої амортизації.

На рахунках бухгалтерського обліку лізингової компанії капітальний ремонт здійснений лізингоотримувачем і повернення об'єкту лізингу відображається наступним чином (табл. 3).

Таблиця 3

Запропонована методика відображення операцій передачі об'єкту оперативного лізингу лізингоотримувачу

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція		Податковий облік	
		Д-т	К-т	Витрати	Доходи
1	Оприбуткування поліпшень здійснених лізингоотримувачем	152	631	-	-
2	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	631	-	-
3	Оплата поліпшень об'єкта оперативного лізингу	631	311	-	-
4	Відображено вартість поліпшень об'єкта оперативного лізингу здійснених лізингоотримувачем на безоплатній основі	152	42	-	+
5	Відображено вартість поліпшень в складі вартості об'єкта: - за умови, що об'єкт повернуто після закінчення строку договору	103.1 104.1 105.1	152	-	-
	- за умови, що об'єкт знаходиться в оперативному лізингу	103.2 104.2 105.2	152	-	-
6	Повернуто об'єкт після закінчення строку договору оперативного лізингу: - будинки та споруди	103.1	103.2	-	-
	- машини та обладнання	104.1	104.2	-	-
	- транспортні засоби	105.1	105.2	-	-
7	Відображено знос: - будинки та споруди	131.1.2	131.1.1	-	-
	- машини та обладнання	131.2.2	131.2.1	-	-
	- транспортні засоби	131.3.2	131.3.1	-	-

У разі повернення орендарем об'єкта оперативної оренди/лізингу після закінчення дії договору лізингу/оренди платник податку - орендар у звітному періоді, в якому виникають такі обставини, збільшує витрати на суму вартості ремонту/поліпшення об'єкта оренди, яка амортизується, за вирахуванням сум накопиченої амортизації такого об'єкта основних засобів. При цьому орендодавець не змінює витрат на суму витрат, здійснених орендарем для поліпшення такого об'єкта.

Якщо орендодавець здійснює компенсацію витрат, понесених орендарем на ремонт/поліпшення

Запропонований підхід щодо капітального ремонту об'єктів, переданих в оперативну оренду, дозволяє забезпечити достовірною інформацією узгодження інтересів сторін договору оперативного лізингу. Крім того, застосування зазначеного підходу не суперечить чинному законодавству України, адже не впливає на суму об'єкта оподаткування, а лише змінює статус витрат та доходів.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. В цілому запропонований підхід до облікового відображення операцій з оперативного лізингу є ефективним засобом інформаційного за-

безпечення управління діяльністю лізинговими компаніями, включає в себе комплекс операцій згрупованими у залежності від етапу лізингової угоди. Впровадженню такої методики бухгалтерського обліку операцій оперативного лізингу в лізингових компаніях України, повинно передувати зміна ряду положень Податкового кодексу України. Зокрема, зміни повинні торкнутися: визначенню понять оперативний лізинг; зміна статусу інших операційних доходів лізингової компанії, отриманих в якості лізингових платежів на доходи від реалізації робіт і послуг; зміна статусу витрат пов'язаних з виконанням умов договору оперативного лізингу з іншими операційними витрат та виробничі витрати.

Щодо бухгалтерського обліку, то зміни відбуваються в частині ідентифікації об'єктів основної діяльності, які в чинному бухгалтерському законодавстві розуміються як інша операційна діяльність. Запровадження запропонованих змін дозволить підвищити ефективність управління діяльністю лі-

зинговими компаніями, а також дозволить підвищити якість облікової інформації як інформаційного джерела економічного аналізу діяльності лізингової компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Податковий кодекс України : від 2 грудня 2010 року № 2755-VI у редакції від 11.08.2013 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби” : наказ Міністерства фінансів України від 24.04.2000 р. № 92, зі змінами і доповненнями : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 14 “Оренда” : наказ Міністерства фінансів України від 28.07.2000 р. № 181, зі змінами і доповненнями : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0487-00>.

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ВАРТОСТІ КОМПАНІЇ

В статті розроблено структуру управлінського балансу, в якій знаходять відображення інтелектуальні ресурси та джерела їх формування. Представлено комплексну оцінку реальної вартості компанії, що базується на використанні системи збалансованих показників

Ключові слова: управлінський баланс, інтелектуальний капітал, сукупний капітал, система збалансованих показників

Sayun A.

MANAGERIAL ACCOUNTING OF COMPANY VALUE

The structure of balance sheet management, which reflects the intellectual resources and sources of their formation, is developed. a comprehensive assessment of the real value of a company based on the use of the balanced scorecard is presented.

Keywords: balance sheet management, intellectual capital, total capital, balanced scorecard

Вступ. Однією з головних ознак сучасних економічних відносин є необхідність швидкого прийняття раціональних рішень. Прийняття глобальних рішень щодо значних за розміром компаній ускладнюється практичною відсутністю актуальної інформації щодо вартості компаній, в якій зацікавлено широке коло осіб – власники, інвестори, тощо. Фінансова звітність компаній не містить даних про їх реальну вартість, що потребує додаткового інструменту, який би більш точно ілюстрував хоча б її структуру – управлінського балансу.

Більшість спроб щодо визначення сутності інтелектуального капіталу здійснюється лише на підставі аналізу властивостей форм, які він може приймати, тому розробка управлінського балансу, який би містив у собі всі види сукупного капіталу, актуальна в сучасних умовах. Сутність категорії “капітал” традиційно розглядалась не лише за формами, а й за джерелами залучення, визначення місцезнаходження інтелектуального капіталу у структурі управлінського балансу, що допомагає комплексному розкриттю його сутності.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Спроби відобразити весь інтелектуальний капітал у модифікованому балансі компанії робились рядом дослідників. Зокрема, О. Н. Мельниковим, С. С. Григоруком з деякими припущеннями проводиться аналогія між використанням людського капіталу та використанням позикових коштів. Підставою для оцінки людського капіталу пропонується використати трудові договори, укладені з працівниками, які є джерелом людського капіталу компанії. Знаючи строк договору та суму винагороди, можливо вирахувати номінальну вартість людського капіталу, яку автори пропонують включити в актив модифікованого балансу. З цих же міркувань включення даної вартості у склад позикових коштів в пасиві бухгалтерського балансу не буде суперечити основним принципам бухгалтерського обліку [1]. Не можна погодитись з авторами у тому, що не будуть порушені основні принципи бухгалтерського обліку, оскільки з юридичної точки зору людський капітал не є власністю компанії, а його пропонується

відобразити в якості актива. Спірним також є і намагання відобразити в активі саме номінальну вартість людського капіталу, оскільки цього буде недостатньо для оцінки сукупного капіталу. Більш точним було б відображення в активі реальної вартості людського капіталу, яка в більшості випадків є більшою за номінальну і включає в свій склад вартісну оцінку додаткових вигід від користування цим видом капіталу. Це вже значно складніше завдання при якому і відображення в пасиві балансу не стане суто механічним, і оцінка реальної вартості відбувається за іншим алгоритмом.

Схожу спробу розробки управлінського балансу робить ще один дослідник сукупного капіталу компанії, О. С. Черемних. До структури сукупного капіталу компанії, на його думку, входять фінансовий (матеріальний), квазіматеріальний та нематеріальний капітал; інтелектуальний капітал входить до складу нематеріального, а основою квазіматеріального капіталу є групи клієнтів, бренди, продукти та „зацікавлені особи” [2]. До позитиву можна віднести намагання розробити модифікований комплексний управлінський баланс, але викладений механізм лише як ідея, причому більшість термінів використовуються як загальноживані поняття.

Аналіз можливості відображення людського капіталу в пасиві балансу компанії роблять О. М. Антипіна та В. Л. Іноземцев. У якості віддзеркалення в активі балансу пропонується застосувати гудвіл. Але, враховуючи суб’єктивність обчислення гудвілу, суб’єктивною буде й оцінка людського капіталу, тому “для знаходження методів оцінки інтелектуального капіталу у балансі фірм знадобиться зворотній хід, націлений на пошук поєднання добре відомих об’єктивних вартісних показників та суб’єктивних індивідуальних оцінок” [3]. Варто відмітити, що така спроба частково відповідає підходу Л. Джойя щодо визначення суті інтелектуального капіталу. Важко погодитись з тим, що відображенням гудвілу є виключно людський капітал. В його склад, безсумнівно, входять також елементи структурного капіталу.

Отже, завданням дослідження є розробка форми управлінського балансу, яка б точно відобразила основні джерела формування ринкової вартості компанії.

Обґрунтування власного бачення. При включенні до сукупних ресурсів не тільки активів, права власності на які належать компанії, а й тих ресурсів, залучення яких об'єктивно сприяє досягненню його цілей і свідчить про наявність у нього конкурентних переваг, стає можливим отримати модифіковану структуру балансу для цілей управління, яка дає більш точну інформацію про те, за рахунок чого формується ринкова вартість компанії. Авторська структура управлінського балансу компанії, яка дає уявлення про структуру сукупного капіталу і відповідність розділів управлінського балансу перспективам системи збалансованих показників, наведена в табл. 1.

ня інвестицій на розвиток людського і клієнтського компонентів інтелектуального капіталу. Вимір синергетичного ефекту є ускладненим внаслідок значної довжини періоду його отримання та часової різниці між моментом здійснення інвестицій і отриманням перших результатів. При розробці модифікованого управлінського балансу пріоритетною є задача отримання висновку про джерела формування ринкової вартості компанії.

Отже, намагання отримати математично точний інструмент виміру реальної вартості компанії на підставі класичної форми балансу ґрунтуються на постулаті про обумовленість відмінності балансової та ринкової вартостей компанії наявністю інтелектуального капіталу. Вищевказана відмінність обумовлена також і рядом факторів, зокрема суб'єктивним впливом екзогенних факторів, синер-

Таблиця 1

Показники 1	Показники 2	Перспективи збалансованих показників
Необоротні активи	Власний капітал та цільове фінансування	“Фінанси”
	Довгострокові зобов'язання	
Оборотні активи	Короткострокові зобов'язання	
Витрати майбутніх періодів	Доходи майбутніх періодів	
Людський капітал	Позабалансові зобов'язання за людським капіталом	“Людські ресурси”
Організаційний капітал	Позабалансові зобов'язання за організаційним капіталом	“Внутрішні процеси”
Клієнтський капітал	Позабалансові зобов'язання за клієнтським капіталом	“Клієнти”
Компоненти сукупного капіталу	Суб'єктивний вплив ситуації на фондовому ринку	

Дана структура балансу показує, з яких джерел залучаються інтелектуальні ресурси (перші три позиції, виділені темним кольором у колонці “Ресурси”). Різниця між сукупною вартістю інтелектуальних ресурсів та розміром інвестицій, спрямованих на їх формування, є перевищенням ринкової вартості над балансовою і дорівнює сумі структурного капіталу та суб'єктивного впливу екзогенних факторів.

Спільне цілеспрямоване використання видів сукупного капіталу приводить до виникнення синергетичного ефекту, який обумовлюється відхиленням ефекту від управління окремими компонентами та власне сукупним капіталом. Найбільш вагомими джерелами синергетичного ефекту при управлінні сукупним капіталом компанії є збільшення доходів і зменшення витрат. Два інші основні джерела синергетичного ефекту (удосконалення процесів та зменшення вартості капіталу) є більш вагомими при синергії, яка виникає внаслідок злиття або поглинання. Також до цих загальновідомих джерел синергетичного ефекту вважаємо за доцільне додати й збільшення компонентів сукупного капіталу, яке не обов'язково виникає шляхом збільшення прибутку. Так, збільшення організаційного капіталу є наслідком раціонального спрямування і використан-

гією компонентів сукупного капіталу, наведених у табл. 1, яка є продовженням попередніх досліджень [4]. Констатація наявності даних факторів поки що ставить перешкоду в отриманні точного інструменту виміру реальної вартості компанії та обумовлює напрям подальших досліджень.

У даній структурі розглянуто не тільки ресурси, права власності на які належать компанії, а й інші ресурси, що використовуються менеджментом компанії для реалізації її стратегії. Також суттєво ширшим є наповнення поняття пасивів – під ними розуміється сукупність власного капіталу, балансових і позабалансових зобов'язань, суб'єктивного впливу ситуації на фондовому ринку тощо. Ця структура відрізняється від попередніх тим, що проводиться чітке розмежування понять “інтелектуальний капітал” та “сукупність наявних інтелектуальних активів”.

Висновки. Реальна вартість компанії може бути визначена за допомогою управлінського балансу, який, базуючись на структурі класичного балансу, дає більш повну картину за рахунок інтегрування із системою збалансованих показників. Вирішення проблеми виміру позабалансових складових сукупного капіталу і є проблемою подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антипина О. Н. Диалектика стоимости в постиндустриальном обществе / О. Н. Антипина, В. Л. Иноземцев // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – № 5. – С.48-59.

2. Гончаренко А. М. Місце інтелектуального капіталу в управлінському балансі / А. М. Гончаренко // Облік інтелектуального капіталу: сучасний стан і перспективи розвитку. Збірник наукових праць. – Х. : ХІБМ, 2011. – С. 115-117.

3. Мельников О. Н. Об оценке стоимости человеческого капитала / О. Н. Мельников, С. С. Григорук // Материалы 12 междунар. науч.-практ. конф. : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.egorabramov.ru/data/publ/konf15-16042004.html>

4. Черемных О. С. Модель оценки совокупного капитала компании: основа системы управленческого учета. / О. С. Черемных : [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.akdi.ru/AVT-UPR/news/41.htm>

УДК 657.330

Семенюшена Н. В.

БАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ “БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК” КРИЗЬ ПРИЗМУ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ТЕОРІЇ

Проведено аналіз визначень поняття “бухгалтерський облік”. Акцентовано увагу на різноманітності підходів до визначення цього поняття. Подано інтерпретацію поняття кризь призму інституційної економічної теорії та теорії дискурсу.

Ключові слова: бухгалтерський облік, теорія, інституційна теорія, поняття, дефініція, терміно-система, інститут, інституційний дискурс

Semenyushena N.

VIEWING THE DEFINITION OF THE CONCEPT “ACCOUNTING” THROUGH THE INSTITUTIONAL THEORY

Definitions of the concept “accounting” are analyzed; the diversity of the approaches concerning its definition is emphasized; an interpretation of the concept is given through the institutional theory of economics and the discourse theory.

Keywords: accounting, theory, institutional theory, concept, definition, terminological system, institution, institutional discourse.

Вступ. Загальновідомо, що кожна наукова теорія володіє, застосовує та розвиває свій власний понятійно-категоріальний апарат. Понятійно-категоріальний апарат вбирає в себе як поняття, вироблені у процесі виникнення і розвитку даної науки, так і поняття інших (особливо близьких) наукових дисциплін. Це стосується бухгалтерського обліку. Водночас, використовуючи поняття споріднених наукових дисциплін, кожна окрема наука надає їм своєрідність, певну специфіку у відповідності до змісту свого об'єкта і предмета.

Необхідність у мовній репрезентації того чи іншого поняття, яка сприяє ефективному функціонуванню мови в такій предметній сфері наукового знання, як теорія обліку, виникає у зв'язку з постійним оновленням референтного простору і говорить про те, що на сьогодні нагально необхідним є надання серйозної уваги розвитку термінологічної культури і підвищенню професійної комунікативної компетентності фахівців з обліку.

Огляд літературних джерел. Питанню термінологічного аналізу дефініції “бухгалтерський облік” присвячено праці як вітчизняної, так і зарубіжної наукової спільноти.

Провідні теоретики і практики бухгалтерського обліку обґрунтовували дефініції бухгалтерського обліку, виходячи з різних підходів : найчастіше визначається як система та інформаційна система (В. Астахов; Н. Амаглобелі, Ю. Бабаєв, М. Бондар, Ф. Бутинець, Б. Валуєв, П. Безруких, Н. Гура, В. Івашкевич, М. Кондраков, М. Кулинич, Є. Ковальчук, І. Василюк; С. Голов; Н. Грабова; А. Ларіонов, С. Левицька; Г. Партин; В. Савич; Н. Чебанова В. Швець, В. Панасюк та ін.), як процес (М. Білуха, М. Корінько, Н. Ткаченко), як спосіб (засіб) (О. Васюта-Беркут, Г. Шепітко, Н. Ромашевська; А. Кузьмінський, Ю. Кузьмінський) або як певний вид діяльності, як модель (В. Жук, Ф. Бутинець, І. Белоусова, С. Голов, Н. Гура, В. Костюченко, М. Коцупатрий, Я. Крупка, Ю. Кузьмінський, Н. Малюга, В. Пархоменко, В. Сопко, М. Чумачен-

ко, В. Швець, М. Шигун, В. Шпак та ін., так і зарубіжні дослідники: П. Арьков, А. Бородкін, Л. Горшкова, М. Деркач, В. Івашкевич, А. Лузін, І. Мацкевичос, А. Наринський, Р. Рашитов, Я. Соколов, О. Шеремет, А. Шапошніков).

Водночас, питання дефініції обліку в наукових джерелах та вітчизняному законодавстві не повною мірою відображають його сутність і потребують подальшого розгляду. Узагальнення досліджень попередників та вироблення авторської позиції щодо дефініції поняття “бухгалтерський облік” складають мету дійсної публікації.

Виклад матеріалу дослідження. На сьогоднішній день терміноутворюючі процеси набули глобального розмаху, оскільки відбувається постійний міжнародний обмін термінами. Абсолютно очевидним є той факт, що бухгалтерський облік, зокрема, його терміносистема, як і політика, та ідеологія, не знає національних кордонів. Облікові категорії, поняття, терміни, технології експортуються та імпортуються, що доводить схожість існуючих систем обліку в різних країнах.

Водночас, попри суспільне визнання ролі і значення бухгалтерського обліку, як інформатора управлінської системи, досі не відпрацьовано єдиного наукового підходу щодо самої дефініції поняття “бухгалтерський облік”.

Проведені автором дослідження вказують на ряд проблем, що існують як у сучасних наукових дослідженнях, так і в пов’язаних із застосуванням вищенаведеного поняття в практичній діяльності.

Проблеми, загалом, можна згрупувати у дві групи:

1) проблеми, пов’язані зі слововживанням поняття “бухгалтерський облік” як лексичної одиниці;

2) проблеми, пов’язані з репрезентативною (номінативною) функцією поняття “бухгалтерський облік” як лексичної одиниці.

Так, при розгляді проблем першої групи, слід відзначити, що в науковій літературі існує підхід щодо:

➤ відмови від самого поняття “бухгалтерський облік” (пропонується не вживати слово “бухгалтерський”);

➤ заміни поняття “бухгалтерський облік” лексичними одиницями іноземного походження та імплементація іноземних термінів у вітчизняну облікову терміносистему (еккаунтинг, еккаунтологія, айфарезинг, контролінг, реінжиніринг, аутсорсинг).

З приводу генезису та розвитку поняття “бухгалтерський облік” представляють інтерес дослідження Соколова Я. В., котрий зауважував, що “... всі ... науки російською мовою представлені іменниками жіночого роду ..., за аналогією наша наука повинна була б називатися “бухгалтерія”, але її з кінця тридцятих років ХХ ст. стали іменувати вітчизняним словом, іменником чоловічого роду “облік”, надавши йому прикметник “бухгалтерський”. Оглядаючи історію назви, можна дійти висновку: кращим було найперше – бухгалтерія, воно пов’язане з традицією, добре звучить..., абсолютно зрозуміло всім і last but not least – жіночого роду, що

дозволяє включити бухгалтерію в ряд великих наук. Слова “рахівництво” і “рахунковедення” – середнього роду, “облік” – чоловічого і це як би применшує її (науки) значимість [16, С.9-10].

З приводу виникнення самого поняття Соколов Я. В. зауважує: “Майже у всіх мовах назва походить або від носія даних - книги : knigovodstvo (Серб, хорв.), Účetnictví (чеська), або від назви основної категорії – рахунки : Comptabilite (фр.), рахівництво (болг.) Часто використовують дві назви: від книги - для позначення техніки реєстрації фактів господарського життя - діловодство (англ.), Buchhaltung (нім.), ksengowose (пол.) і для чогось більш широкого і важливого - від категорії рахунку - accaunting (англ.), Rechnungswesen (нім.), rachunkowosc (пол.). До Росії настільки звичне і близьке нам слово “бухгалтерія” прийшло в 1710 р., але не з німецької, як прийняти вважати, а зі шведської мови - Bokhallare [16, С.9].

З цього приводу досить дотепно писав видатний російський вчений Я. В. Соколов в своїх працях “Бухгалтерський облік – весела наука” та “Айфарез: нове слово і нова справа” [15, С. 492–493].

З приводу запозичень та імплементації іншомовних термінів вважаємо за доцільне зауважити, що заміна будь-якого поняття, терміну, категорії чи імплементація іншомовних термінів у вітчизняний термінологічний фонд завжди буде пов’язана з надскладною проблемою – перекладом наукових текстів, при цьому обов’язково виникне проблема передачі вихідного змісту за допомогою іншої терміносистеми.

Терміносистема мови перекладу є принципово неповторною (як і лексична система в цілому), оскільки пояснюється наступними причинами:

– терміносистема є частиною лексичної системи національної (підкр. авт.) мови, отже, вона тією чи іншою мірою відображає його національно-культурну специфіку;

– терміносистема відображає предметно-пояснювальну галузь знань конкретної предметної сфери, яка також відрізняється в різних культурах;

– терміносистема завжди динамічна, вона постійно змінюється як у системних відносинах між одиницями, так і відносно сутності окремої термінологічної одиниці.

Щодо другої групи проблем, пов’язаних з репрезентативною (номінативною) функцією поняття “бухгалтерський облік” як лексичної одиниці, проведені дослідження дали змогу виділити дефініції поняття “бухгалтерський облік”, що розглядаються у науковій літературі.

Бухгалтерський облік – це наука. Баченню бухгалтерського обліку як науки присвятили свої праці Ю. Бабаєв, М. Білуха, М. Бондар, С. Булгакова, М. Булатов, Ф. Бугинець, Б. Валуєв, Н. Гура, З. Гуцайлюк, В. Жук, З.-М. Задорожний, Л. Кіндрацька, Г. Кірейцев, В. Ковальов, О. Кольвах, М. Кутер, С. Легенчук, Н. Малюга, М. Медведєв, Є. Мізіковський, В. Палій, Д. Панков, П. Папковська, О. Петрук, М. Пушкар, М. Пятов, Н. Семенишена, С. Свірко, Я. Соколов, В. Соколов, В. Сопко,

К. Циганков, Л. Чайковська, Л. Чижевська, М. Чумаченко А. Шайкан і зарубіжних дослідників – Х. Аль-Аддім, Дж. Баклі, М. Дж. Гаффікін, Дж. Демскі, Р. Маттессіч, Р. Маутц, М. Метьюс, А. Ріаї-Белькаой, С. Сальварі, Е. Стемп, Р. Стерлінг, Е. Хендріксен, Г. Хетфілд, Е. Хоупвуд, Р. Дж. Чемберста та ін.).

Аналіз наукових праць першої половини ХХ ст. дозволяє стверджувати, що погляди на визначення обліку як науки підтримувались значною кількістю дослідників та не піддавались сумнівам.

Бухгалтерський облік – це мистецтво. У цьому контексті класичним є визначення бухгалтерського обліку за Мейєм: “Мистецтво запису, класифікації та узагальнення у вартісній оцінці угод та операцій, що носять, принаймні частково, вартісний (фінансовий) характер, з подальшою інтерпретацією результатів” [Цит. по: 7].

Бухгалтерський облік – це процес. Таке тлумачення отримало поширення через Американську асоціацію бухгалтерів, яка у 1966 р. визначила бухгалтерський облік як “процес ідентифікації, квантифікації і комунікації (передачі) економічної інформації, що дозволяє дозволяти неясні господарські ситуації і приймати дієві управлінські рішення” [Цит. по: 7]; відтоді бухгалтерський облік став розглядатись як інформаційний процес, який а) ідентифікує, б) кваліфікує економічну інформацію.

Слід зауважити, що і Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” трактує бухгалтерський облік як “процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім і внутрішнім користувачам для прийняття рішень” [6].

Бухгалтерський облік – це система. Баченню бухгалтерського обліку як системи присвятили свої праці Б. Валуєв, С. Грей, Н. Малюга, Н. Кондраков, Ю. Кузьмінський, П. Куцик, Л. Ловінська, Б. Нідлз, О. Петрук, М. Пушкар, Н. Ткаченко, А. Яругова та ін.).

Перші дефініції належать Адольфу Ентховену, який у 1973 р. стверджував, що бухгалтерський облік може бути визначений як “певна система кількісної інформації, що складається з підсистем, пов’язаних у зовнішньому середовищі з безліччю кореспондентів” [Цит. по: 7].

Ф. Бутинець припускає, що “система бухгалтерського обліку є моделлю ретроспективного відображення документально оформлених та оцінених у вартісних вимірниках фактів господарської діяльності підприємства, що ґрунтується на застосуванні єдиного взаємопов’язаного циклу рахунків, регламентованих планом рахунків” [12, С. 17]

Н. Малюга [10, С. 27] стверджує: “Для системи бухгалтерського обліку характерні не лише наявність зв’язків і відносин між елементами, що її утворюють, а й нерозривна єдність із середовищем, у взаємозв’язку з яким вона проявляє свою цілісність. Відкритість системи бухгалтерського обліку пояснюється її активною взаємодією із зовнішнім середовищем, що дозволяє зберегти високий рівень організованості системи та розвиватися в напрямі підвищення складності”.

На думку М. Проданчука, бухгалтерський облік можна представити як систему, оскільки вона має ряд ознак, які властиві системі: наявність елементів та зв’язок між ними, цілеспрямованість і багатоаспектність. Автор вбачає наступною дефініцію поняття : “Бухгалтерський облік є структурно-організована й упорядкована цілісна система, яка складається з підсистем, кожна з яких виконує функції окремих об’єктів обліку, налаштованих на конкретний результат” [14].

Слід зазначити, що дефініція бухгалтерського обліку як системи простежується в законодавстві більшості країн пострадянського простору – Вірменії, Білорусі, Казахстані, Киргизстані, Молдові, Таджикистані, Туркменістані (табл. 1).

Законодавство країн СНД щодо дефініції “бухгалтерський облік”

Росія	Бухгалтерський облік являє собою упорядковану систему збору, реєстрації та узагальнення інформації в грошовому вираженні про майно, зобов'язання організацій і їхньому русі шляхом суцільного, безперервного і документального обліку всіх господарських операцій
Вірменія	Бухгалтерський облік - це система збору, реєстрації та узагальнення інформації в грошовому вираженні про стан і рух активів, власного капіталу, зобов'язань організації шляхом суцільного і безперервного документального обліку господарських операцій
Білорусь	Бухгалтерський облік - система безперервного і суцільного документального відображення інформації про господарську діяльність організації методом подвійного запису в грошовому вираженні на рахунках бухгалтерського обліку відповідно до законодавства Республіки Білорусь
Казахстан	Бухгалтерський облік являє собою упорядковану систему збору, реєстрації та узагальнення інформації про операції і події індивідуальних підприємців та організацій, регламентовану законодавством Республіки Казахстан про бухгалтерський облік та фінансову звітність, а також облікової політикою
Киргизстан	Бухгалтерський облік являє собою систему збору, вимірювання шляхом реєстрації даних, обробки і передачі інформації про активи, зобов'язання, власний капітал, доходи та витрати суб'єкта (юридична особа), за допомогою фінансових звітів про певний суб'єкт для прийняття обґрунтованих рішень
Молдова	Бухгалтерський облік являє собою комплексну систему обліку, інформації та звітності, на базі якої визначаються необхідні показники для складання декларацій, інших документів, що використовуються для обчислення і сплати податків, здійснення розрахунків
Таджикистан	Бухгалтерський облік являє собою упорядковану систему збору, реєстрації та узагальнення інформації в грошовому вираженні про майно, зобов'язання підприємств та їх русі шляхом суцільного, безперервного і документального обліку всіх господарських операцій
Туркменістан	Бухгалтерський облік являє собою систему суцільного, безперервного і документального відображення та обробки інформації про фінансово-господарської діяльності органів державної влади і управління, місцевої виконавчої влади та місцевого самоврядування, підприємств, організацій та установ усіх форм власності (надалі іменовані підприємство (організація))

Примітка. Складено автором за законодавством про бухгалтерський облік країн СНД

У зарубіжній науковій літературі та законодавстві поняття “бухгалтерський облік” має схожі дефініції. Так, у американських виданнях бухгалтерський облік характеризується як “система, яка здійснює вимір, обробку й передачу фінансової інформації про суб'єкт господарювання” [3, С. 12]. Така інформація необхідна користувачам для того, щоб “приймати обґрунтовані рішення під час обрання альтернативних варіантів використання обмежених ресурсів в управлінні господарською діяльністю фірми”.

Л. Ловінська узагальнює висновки зарубіжних науковців у наступному визначенні: “бухгалтерський облік - це штучно створена система, знакова система, яка функціонує відповідно до встановлених правил (стандартів) на потребу певному колу користувачів” [9, С.19].

Водночас, російське законодавство внесло корективи у дефініцію “бухгалтерський облік” подану в Законі РФ 1996 р. (п.1, ст.1). Відповідно до російського законодавства, бухгалтерський облік визначався як “впорядкована система збирання, реєстрації й узагальнення інформації в грошовому вираженні про майно, зобов'язання організацій та їх рух шляхом суцільного, безперервного й документального обліку всіх господарських операцій” Однак уже в редакції 2011 року російське законодавство визначає бухгалтерський облік як “фор-

мування документованої систематизованої інформації про об'єкти, відповідно до вимог, встановлених цим Законом, і складання на її основі бухгалтерської (фінансової) звітності”.

Згідно із Загальним планом рахунків Франції, бухгалтерський облік являє собою “систему організації фінансової інформації, яка дозволяє зібрати, систематизувати та зареєструвати документально підтвержені дані та представити звіти, що достовірно відображають майновий і фінансовий стан, а також результат діяльності підприємства до звітної дати” [3].

Бухгалтерський облік – це інформаційна система. Баченню бухгалтерського обліку як інформаційної системи присвятили свої праці В. Астахов; Н. Амаглобелі, Ю. Бабаєв, М. Бондар, Ф. Бутинець, Б. Валуєв, П. Безруких, Н. Гура, В. Івашкевич, М. Кондраков, М. Кулинич, П. Кудик, С. Ковальчук, І. Василюк; С. Голов; Н. Грабова; А. Ларіонов, С. Левицька; Г. Партин; В. Савич; Н. Чебанова В. Швець, В. Панасюк та ін.

Так, Б. Валуєв зазначає, що бухгалтерський облік як інформаційна система це “штучно створена інформаційна система, економічна модель підприємства, яка побудована відповідно до процесу кругообігу капіталу”, і яка складається з підсистем, а саме облікових моделей грошових коштів, капітальних інвестицій, засобів праці і так далі [1,

С.27]. Такої позиції притримується і Н. Гура, резюмуючи у своїх дослідженнях, що бухгалтерський облік “є складною інформаційною системою, яка має усі риси систем і відповідні характеристики складності” [3].

Бухгалтерський облік – це модель (Б. Валуєв, В. Жук, Ф. Євдокимов, Ф. Бутинець, Т. Маренич, М. Чумаченко, В. Швець, М. Шигун та ін., зарубіжні - Я. Соколов, О. Шеремет, В. Івашкевич та ін.).

Бухгалтерський облік – це спосіб. Баченню бухгалтерського обліку як способу (засобу) присвятили свої праці О. Васюта-Беркут, Г. Шепітко, Н. Ромашевська; А. Кузьмінський, Ю. Кузьмінський; А. Мороз та ін.

Так, на думку А. Мороза та його співавторів, бухгалтерський облік – це спосіб безперервного і суцільного документального спостереження, вимірювання та відображення господарської діяльності окремого підприємства, організації, установи з метою забезпечення користувачів обліковою інформацією для прийняття відповідних рішень [11].

Бухгалтерський облік – це інститут. Баченню бухгалтерського обліку як інституту присвятили свої дослідження О. Воронова, В. Жук, О. Петрук, Н. Семенишена, Л. Чайковська.

На нашу думку, для аналізу становлення та розвитку бухгалтерського обліку варто застосовувати синтез методів соціальних, історичних та економічних наук, методи інституційного, структурно-функціонального і типологічного аналізу; міждисциплінарний характер дослідження обумовлює своєрідність використовуваної методології.

З огляду на вищевикладене та на підставі проведених досліджень, вважаємо доцільним розширити сучасне бачення та розуміння такої багатоаспектної категорії, як бухгалтерський облік.

На нашу думку, бухгалтерський облік на сьогодні розвивається під впливом однієї з найпотужніших економічних теорій – інституційної теорії.

Серед вітчизняних науковців вперше бачення бухгалтерського обліку як інституту було викладене в дослідженнях О. М. Петрука. На думку автора, “бухгалтерський облік є соціально-економічним інститутом, який створює передумови та одночасно накладає обмеження на дії і можливості у підприємстві. Адже за формою бухгалтерський облік – це сукупність принципів і правил, комплексне застосування яких надає потрібну для управління інформацію” [13, С. 127].

Розвиваючи основи інституційної теорії бухгалтерського обліку, В. Жук запропонував розглядати бухгалтерський облік як “інститут із соціально-економічного середовища, котрий забезпечує порозуміння та керуваність у цьому середовищі”; “інститут трансформації за допомогою специфічних методів, підходів (формальна складова інституту) і професійних суджень (неформальна складова інституту) фактів господарського життя”; інститут, який в сукупності формують “складові (інститути) його інституційного забезпечення” [5, С. 17, 19]. Схожої позиції притримуються і російські науковці Л. Чайковська [17] та О. Воронова [2].

Погоджуючись з трактуванням авторів щодо дефініції поняття бухгалтерського обліку як інституту, відзначимо, що, з нашого огляду, бухгалтерському обліку в сучасних реаліях мінливості інституційного середовища притаманні також всі властивості інституційного ділового дискурсу : як ознаки різних його типів, так і структурні компоненти.

Висхідним у пропонованій нами концепції бухгалтерського дискурсу як різновиду інституційного ділового лежить положення про те, що дискурс - це владний ресурс, що являє собою систему способів позначення, інтерпретацій, оцінок, позиціонування та ідентифікації суспільних суб’єктів, відносин і об’єктів реальності, які закріплюються та легітимуються соціальними інститутами. Цінність дискурсу полягає в тому, що він дозволяє зберігати і передавати в часі принципи поведінки [2].

Виходячи з проведених досліджень, вважаємо, що норми бухгалтерського інституційного дискурсу відображають етнічні цінності соціуму в цілому та цінності певної суспільної групи, що утворює інститут.

Висновки й перспективи подальших досліджень. Систематизація наукових поглядів і законодавства про бухгалтерський облік зарубіжних країн щодо дефініції поняття “бухгалтерський облік” можна дійти таких висновків:

- визначення бухгалтерського обліку згідно із ст. 1 Закону України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” не повною мірою відображає економічну та юридичну сутність цього поняття;

- більшою мірою в наукових джерелах дослідження сутності та дефініція поняття “бухгалтерський облік” даються з позицій процесно-системного підходу;

- при дослідженні категоріального апарату облікової терміносистеми загалом, та поняття “бухгалтерський облік” зокрема, в наукових дослідженнях присутній фрагментарний характер і відсутній міждисциплінарний підхід;

- дефініції бухгалтерського обліку як інституту та різновиду інституційного ділового дискурсу збагачують і розширює рамки теорії бухгалтерського обліку та його міждисциплінарних зв’язків, передбачає подальші розвідки у заданому напрямку з проблем розширення функцій бухгалтерського обліку в умовах інституційних змін, розширення повноважень його комунікативної функції, систематизації та класифікації професійних ознак бухгалтерського дискурсу та подальший розвиток бухгалтерського термінологічного фонду. Адже основна функція облікової терміносистеми – по можливості точно виражати спеціальні поняття – поряд з репрезентативно-когнітивним носить також соціально-комунікативний характер, і саме в термінах найбільш чітко проявляється соціально-комунікативний параметр пізнання, його комунікативно-діалогічний вимір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Валуев Б. И. Теория бухгалтерского учета [Текст] / Б. И. Валуев. — Одеса : ОДЕУ; Принт-мастер, 2002. — 272 с.
2. Воронова Е. Ю. Бухгалтерский учет как институт современного социального государства / Е. Ю. Воронова : [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.viperson.ru/wind.php?ID=643698>.
3. Гейер Е. С. Вплив видів обліку на методологію визначення фінансового результату / Е. С. Гейер : [Електронний ресурс]. — Режим доступу до статті : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/econ/2010_3/Geyer.pdf.
4. Гура Н. Бухгалтерський облік як складна інформаційна система / Н. Гура : [Електронний ресурс]. — Режим доступу до статті : http://papers.univ.kiev.ua/ekonomika/articles/Accounting_as_a_complex_information_system_13882.pdf.
5. Жук В. М. Наукова гіпотеза трактування бухгалтерського обліку як соціально-економічного інституту [Текст] / В. М. Жук // Облік і фінанси АПК. — 2012. — № 2. — С. 14–22.
6. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета [Текст] / Я. В. Соколов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 496 с.
7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 19.07.1999 р. : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/Z0334_0.html.
8. Как следует понимать бухгалтерский учет : [Электронный ресурс]. — Режим доступу до джерела : http://88.86.72.250/html/db/492/chapter_70.html.
9. Легенчук С. Ф. Класифікація теорій бухгалтерського обліку / С. Ф. Легенчук : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ptmbo/2010_3/23.pdf.
10. Ловінська Л. Г. Оцінка в бухгалтерському обліку : навч. посіб. / Л. Г. Ловінська. — К. : КНЕУ, 2006. — 256 с.
11. Малюга Н. М. Концепція розвитку бухгалтерського обліку в Україні: теоретико-методологічні основи: дис. ... доктора екон. наук: 08.06.04 / Н. М. Малюга. — Житомир, 2006. — 365 с.
12. Національний банк і грошово-кредитна політика : Підручник / [Електронний ресурс] / [за ред. А. М. Мороза, М. Ф. Пуховкіної]. — К.: КНЕУ, 1999. — 368 с. <http://www.vuzlib.org/nbu/11-1.htm>.
13. Організація бухгалтерського обліку : підручник / [за ред. Ф. Ф. Бутинця]. — Житомир : Рута, 2002. — 592 с.
14. Петрук О. М. Розвиток національної системи бухгалтерського обліку в Україні: стратегія, гармонізація, регламентація: дис. ... доктора екон. наук: 08.06.04 / О. М. Петрук. — Житомир, 2006. — 336 с.
15. Проданчук М. А. Облікова система як філософська сутність інформаційного підходу в управлінні економікою / М. А. Проданчук : [Електронний ресурс]. — Режим доступу до статті : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vkhnauekon/2012_10/pdf/18.pdf.
16. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет – веселая наука [Текст] / Я. В. Соколов. — М. : ІС-Паблішинг, 2011. — С. 492–493.
17. Соколов Я. В. Основы теории бухгалтерского учета [Текст] / Я. В. Соколов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 496 с.
18. Чайковская Л. А. Современные концепции бухгалтерского учета (теория и методология) [Текст] : автореф. дис. док. екон. наук: 08.00.12. — ГОУ ВПО “Российская Экономическая Академия им. Г. В. Плеханова”. — М., 2007. — 41 с.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ДОСЛІДЖЕННЯ І РОЗРОБКИ

Розглянуто основні аспекти організації внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки, запропоновано шляхи удосконалення функціонування системи внутрішнього контролю ґрунтуючись на застосуванні організаційних процедур контролю структурного характеру.

Ключові слова: Внутрішній контроль, система контролю, система управління, процес контролю, витрати на дослідження та розробки

Senchuk T.

IMPROVEMENT IN COSTS INTERNAL CONTROL ORGANIZING FOR RESEARCH AND DEVELOPMENT

The main aspects of internal control of costs for research and development are examined, the ways of improving the functioning of the internal control system based on the use of organizational control procedures, structural by their nature, are proposed.

Keywords: internal control, system of control, system of management, process of control, costs for research and development.

Вступ. Суттєвою (глобальною) проблемою більшості вітчизняних і зарубіжних підприємств є неефективне використання наявних ресурсів – людських, фінансових, матеріальних, що є наслідком недостатнього обсягу потрібної інформації для прийняття правильних рішень, навмисного та ненавмисного спотворення даних, наведених у звітності, прямого шахрайства або ж байдужості з боку персоналу і керівників. Подібних проблем можна уникнути шляхом впровадження на підприємстві ефективної системи внутрішнього контролю.

Вагомий внесок у розробку теоретичних основ внутрішнього контролю зробили вітчизняні вчені: М. Т. Білуха, Ф. Ф. Бугинець, Т. А. Бугинець, Б. І. Валувєв, С. В. Калюга, П. О. Куцик, С. В. Мних, Л. В. Нападівська, В. П. Пантелеєв, С. М. Петренко, М. С. Пушкар, В. В. Сопко, М. Г. Чумаченко і зарубіжні дослідники: Р. Адамс, В. Андреев, К. Друрі, Т. Карпова, Б. Соколов, А. Сонін, Ч. Хорнгрен. Незважаючи на вагомий науковий напрацювання, існуюча система контролю на вітчизняних підприємствах у повній мірі не відповідає сучасним вимогам і потребує подальшого дослідження. Особливо це стосується організаційно-методичного забезпечення внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки, що потребує розробки внутрішніх стандартів контролю.

Виклад результатів дослідження. Дослідження показали, що будь-яка діяльність підприємства відбувається в межах трьох систем. Перша – це стратегічна система, яка передбачає визначення мети функціонування підприємства, розробка плану стратегії розвитку підприємства. Друга – це операційна (організаційна) система, яка побудована та спрямована на досягнення визначеної мети і пос-

тавлених завдань. Третя система – це система контролю, яка пронизує як стратегічну, так і операційну (організаційну) систему. На етапі стратегічного планування остання – здійснює оцінку окресленої стратегії з урахуванням економічних і виробничих умов, а також визначення критеріїв, згідно яких буде в майбутньому оцінюватися діяльність підприємства. Отже, можна стверджувати, що система контролю використовує мету та стратегію підприємства і забезпечує її виконання. Разом з тим, реалізація цілей підприємства не можлива без ефективної внутрішньої координації ресурсів і контролю за реалізацією тактичних завдань окремими структурними підрозділами. Таким чином, пронизуючи всі стадії системи управління, починаючи із розробки стратегічних планів і закінчуючи прийняттям управлінських рішень щодо реалізації тактичних планів, контроль підтримує систему в робочому (ефектному) стані. Отже, система внутрішнього контролю спрямована на створення необхідних передумов і підвищення ймовірності того, що підприємство в цілому та його менеджери зокрема досягнуть поставленої мети.

Аналізуючи тенденції розвитку контролю, як однієї з ключових систем підприємства, можемо зазначити, що на початку ХХ століття ця система функціонувала у вигляді сукупності трьох елементів: розподіл повноважень, ротація персоналу, використання і аналіз облікових даних. Сьогодні функції внутрішнього контролю значно розширилися перетворившись на організацію і координацію дій, спрямованих на збереження активів, перевірку надійності облікової інформації, підвищення ефективності операцій, дотримання політики та проце-

дур, прийнятих на підприємстві, досягнення підприємством поставленої мети.

Критичний аналіз поглядів провідних вітчизняних та зарубіжних вчених на суть та призначення внутрішнього контролю показав відсутність єдиного бачення цієї науково-практичної категорії (рис. 1). Деякі науковці розглядають це поняття з точки зору його бухгалтерського розуміння. В такому випадку система внутрішнього контролю спрямована лише на забезпечення впевненості в

тому, що: транзакції належним чином авторизовані; транзакції своєчасно і точно відображаються у звітності підприємства та відповідно до стандартів обліку; доступ до активів підприємства здійснюється на відповідно до належної авторизації;

– фізична наявність активів підприємства відповідає даним бухгалтерського обліку.

Отже, базуючись на баченні системи внутрішнього контролю вченими, можна сформулювати його мету як забезпечення (у межах можливого)

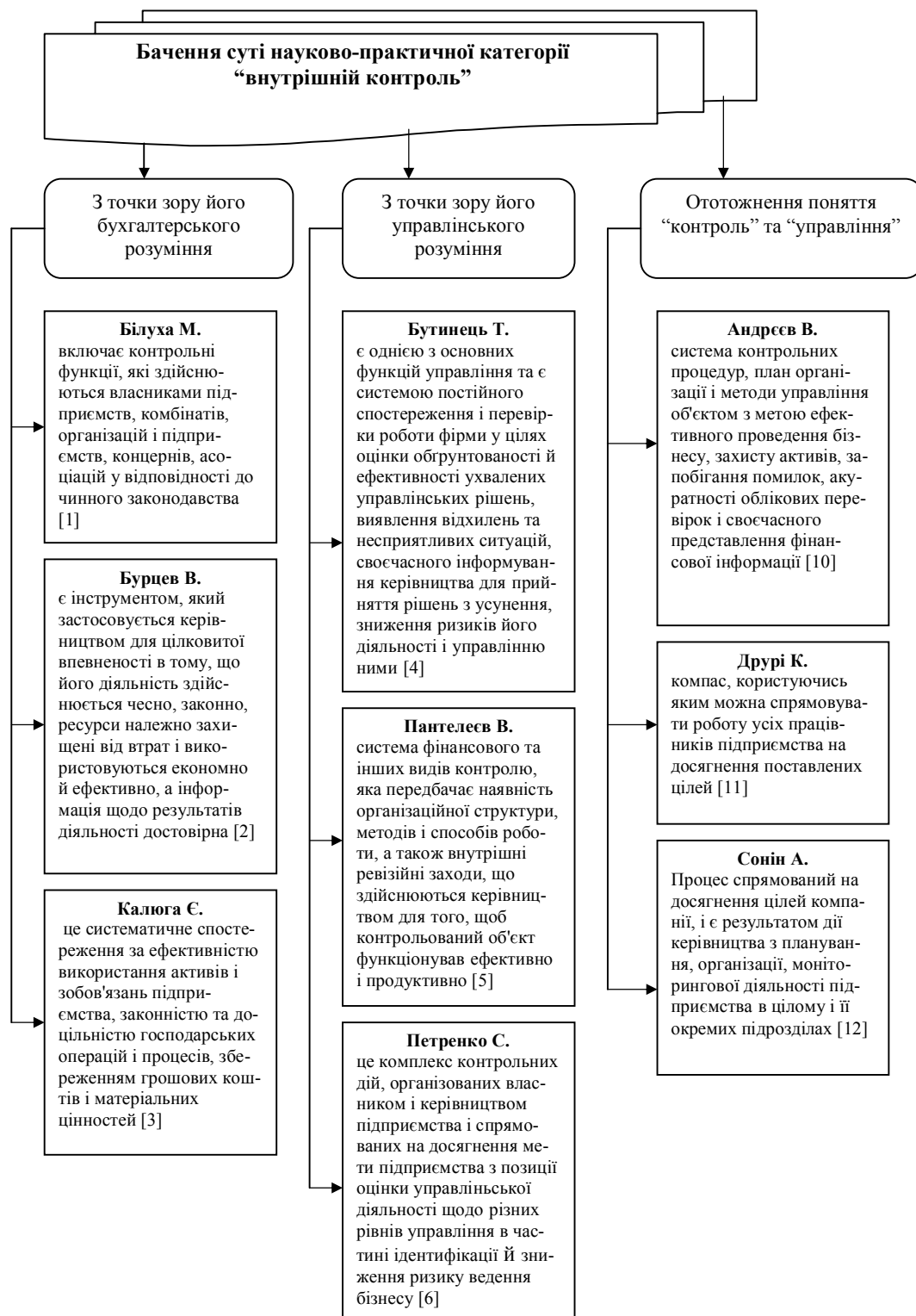


Рис. 1. Трагування суті "внутрішній контроль" вітчизняними та зарубіжними вченими

дотримання облікової політики, збереження та раціональне використання активів підприємства, запобігання і викриття фальсифікацій, помилок, точність і повнота бухгалтерських записів, достовірність сформованої фінансової звітності.

Науковці, які розглядають внутрішній контроль з точки зору управлінського розуміння, наголошують, що це процес, за допомогою якого забезпечується раціональне використання ресурсів підприємства для досягнення поставлених цілей. При цьому, деякі вчені ототожнюють поняття “контроль” із поняттям “управління”, що на наш погляд є неприпустимо. Зокрема, Р. Друкер встановив чіткі межі між цими двома поняттями: “контроль – це вимір і інформація, управління – це, насамперед, дія” [11]. Таким чином, контроль націлений на моніторинг процесів, що відбуваються на підприємстві, тоді як управління забезпечує виконання роботи відповідно до першопочаткового плану. Контроль дозволяє отримати інформацію на основі якої здійснюється управління, тобто проводяться відповідні дії.

Отже, проведений аналіз дозволив нам сформулювати суть внутрішнього контролю як процес, спрямований на досягнення мети підприємства, водночас, він є результатом дій керівництва з планування, організації і моніторингу діяльності підприємства загалом і його окремих структурних підрозділів зокрема. В компетенцію системи внутрішнього контролю, на наш погляд, входить з одного боку оцінка коректності облікового процесу, а також пов'язаних з ним операцій, контроль за цілісністю та несуперечливістю баз даних, що формуються на підприємстві у межах комп'ютерних систем обліку, стратегічного планування та прогнозування, бюджетування та інших, з іншого – оцінка рівня виконання поставлених перед підприємством завдань.

Метою внутрішнього контролю є допомога менеджерам підприємства у виконанні покладених на них функцій та поставлених перед ними завдань, а також надання менеджерам підприємства достатньої впевненості в тому, що активи підприємства використовуються оптимально, виходячи з економічних і технологічних особливостей підприємства.

Одним з найбільш відповідальних етапів пов'язаних із налагодженням функціонування системи внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки суб'єкта господарювання є її правильна організація. Саме поняття “організація” втілює чітке впровадження, належне впорядкування будь-чого і розглядається як процес.

Проведені дослідження наукової літератури дозволили констатувати, що існують суттєві відмінності у підходах до організації внутрішнього контролю. Виокремимо декілька підходів у розв'язанні цього питання. Перший підхід пропонують, зокрема Є. В. Мних [14] і Б. Н. Соколов [15], розглядаючи організацію внутрішнього контролю, акцентують увагу на розподілі функціональних обов'язків усередині служби внутрішнього контролю, регламентації її діяльності та інтеграції в

організаційну структуру підприємства. В. П. Пантелєєв, конкретизує, що з метою організації внутрішнього контролю потрібно окреслити сукупність параметрів, актуальних для діяльності конкретного підприємства [5].

Позиція щодо організації внутрішнього контролю інших вітчизняних науковців полягає, насамперед, в організації процесу його здійснення, а вже потім як розподіл визначеного масиву робіт між виконавцями. Представники цього напрямку пропонують різні варіанти побудови процесу контролю. На думку В. В. Сопка, А. М. Кузьмінського та В. П. Завгороднього, організація контролю передбачає організацію контрольних номенклатур, форм відображення та матеріальних носіїв контрольної інформації, технології процесу, що відбуваються окремо на кожному етапі процесу контролю (підготовчому, контрольній обробки даних та підсумковому) [16]. Такий алгоритм дає відповіді на запитання: що контролювати? як отримувати контрольну інформацію? хто повинен контролювати? Автори методики акцентують увагу головним чином на наступному контролі, тобто коли операція відбувалась, ігноруючи превентивний характер контролю. Слід зауважити, що докладніше розглядають такий блок, як інформаційне забезпечення контролю, зокрема Р. О. Костирко [17] та С. М. Петренко [6], які підкреслюють значущість цього питання з огляду застосування різних форм контролю.

Л. В. Нападівська представляє модель організації контролю як послідовність контрольних дій, які виконують відповідальні особи, з урахуванням поділу контролю на попередній, поточний та наступний [18]. Проте такий підхід характеризує радше методику контролю, а не організацію.

Вважаємо, що організація внутрішнього контролю є комплексом заходів, спрямованих на створення та впровадження, а також постійне впорядкування та удосконалення системи внутрішнього контролю з метою інформаційного забезпечення менеджменту підприємства для прийняття адекватних рішень щодо підвищення ефективності інноваційної діяльності суб'єкта господарювання.

Організація системи внутрішнього контролю повинна передбачати:

- визначення об'єктів контролю та формування показників, за якими налагоджується контроль;
- організація методики контролю з використанням чинних прийомів і методів системи контролю;
- з'ясування місць виникнення витрат і формування центрів відповідальності;
- формування аналітичного забезпечення системи контролю та визначення бюджетних показників з метою виявлення відхилень.

Вважаємо, що при організації процесу внутрішнього контролю слід орієнтуватися на основні принципи, дотримання яких є запорукою ефективного функціонування системи внутрішнього контролю, зокрема: відповідальності, гнучкості, адаптивності, об'єктивності, інформативності, мобільності, збалансованості, відповідності планових, облікових і контрольних показників, постійності, комплексності. Дотримання цих принципів дозво-

ляє забезпечити ефективне функціонування та стійкість підприємства, зберігати і ефективно використовувати ресурси та потенціал підприємства, формувати систему інформаційного забезпечення всіх рівнів управління, забезпечити більш ефективну, налагоджену і чітку роботу підрозділів підприємства.

Слід наголосити на тому, що система внутрішнього контролю є ефективною та корисною лише в тому випадку, якщо вона спрямована на виконання конкретних завдань (рис. 2).

мства, його стратегічними завдання, затвердженими стандартами. По-третє, визначення, аналіз і управління ризиками, які виникають на підприємстві та шляхи досягнення поставлених цілей. По-четверте, щоденне здійснення контролю щодо обліку і звітності, розподілу повноважень, прав доступу до активів. По-п'яте, відслідковування та аналіз рівня виконання стратегічних та тактичних завдань, а також бюджетних показників окремими структурними підрозділами та підприємством загалом. По-шосте, контроль за санкціонованим досту-

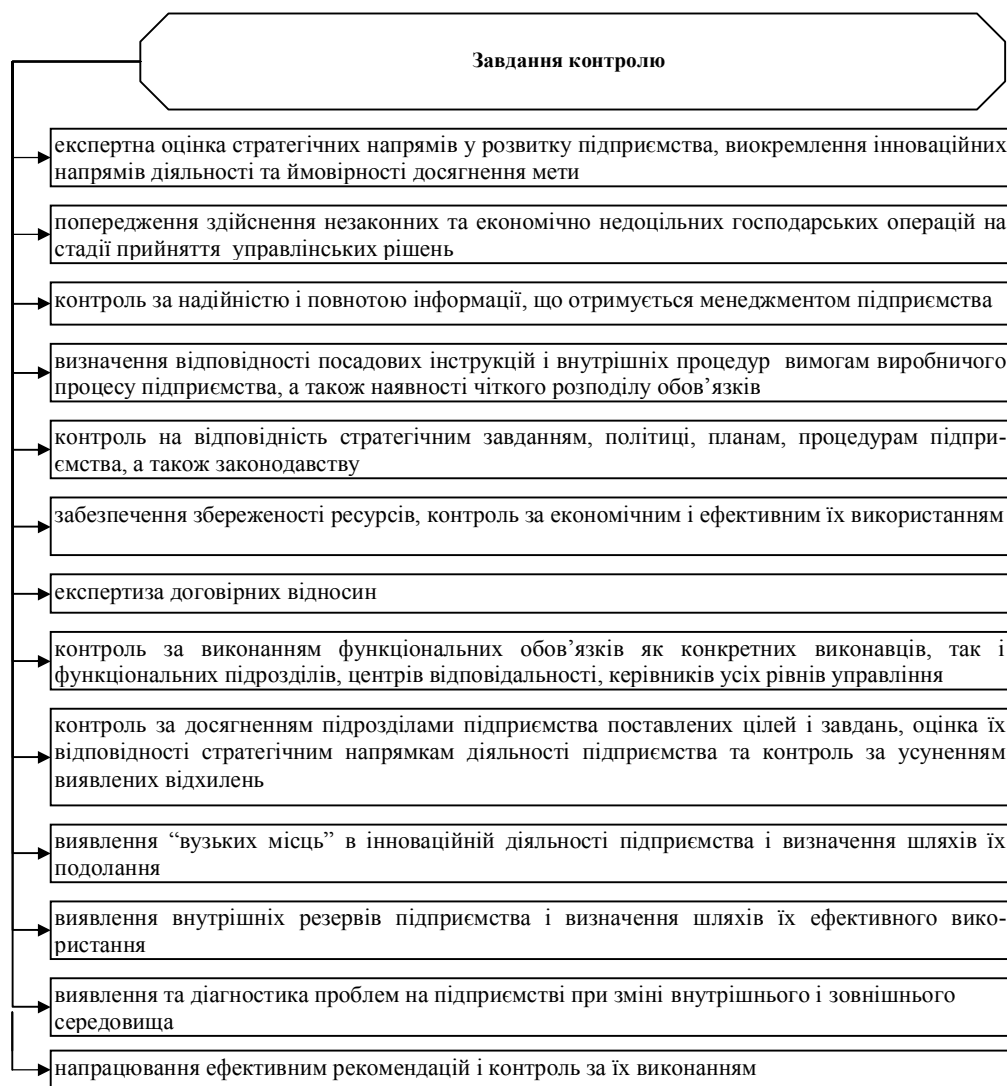


Рис. 2. Завдання системи внутрішнього контролю витрат на дослідження та розробки

Вважаємо, що для того, щоб бути дієвою, системою внутрішнього контролю повинна здійснювати певні процедури. Насамперед, моніторинг внутрішнього середовища підприємства (етичні норми, стиль управління, процес прийняття рішень, делегування повноважень та відповідальності, політика по відношенню до персоналу, компетентність співробітників) та зовнішнього середовища підприємства (нормативно-правове регулювання діяльності підприємства, особливості функціонування ринкових сегментів, в межах яких працює підприємство). По-друге, ознайомлення із місією підпри-

пом до інформації – відповідна інформація повинна бути доступною тому, хто її потребує відповідно до покладених на нього функціональних обов'язків. А також, моніторинг самої системи внутрішнього контролю, необхідний для визначення його доцільності та ефективності.

Разом з тим, слід зазначити, що в системі внутрішнього контролю доцільно здійснювати: попередній (контроль стратегічних цілей, прогнозів, відхилень між стратегічними і прогнозними показниками, контроль обмежень, планів і бюджетний контроль), поточний (моніторинг господарських

процесів з метою раннього виявлення проблем), заключний (контроль виконання планів, виявлення та аналіз причин відхилень). У загальному контурі поточного внутрішнього контролю доцільно окремо розрізняти внутрішньо-економічний (дозволяє оцінити якісний ступінь інформації, що формується в системі обліку) та бюджетно-аналітичний контроль (дозволяє виявити відхилення фактичних величин витрат від планових та оцінка ступінь впливу виявлених відхилень на аспекти функціонування організації).

Моделювання ефективної системи внутрішнього контролю можливе, насамперед, на основі виділення суб'єктів цієї системи, вивчення їх статусу і функцій. До суб'єктів внутрішнього контролю належить управлінський персонал, обліковий персонал, спеціальні внутрішні контролюючі служби, а також усі працівники підприємства, які здійснюють самоконтроль. Вважаємо, що суб'єкти внутрішнього контролю доцільно розподілити на рівні. До суб'єктів внутрішнього контролю першого рівня

ники відділу внутрішнього контролю, внутрішнього аудиту, відділів технічного контролю якості).

Слід зазначити, що проведені дослідження показали безсистемність закріплення функцій контролю за певними працівниками, у зв'язку з чим один працівник може контролювати більше інформаційних об'єктів, інший менше, або один об'єкт контролюється декількома працівниками, а деякі – взагалі не контролюватися. Тому при організації системи внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки повинен здійснюватися чіткий розподіл і закріплення функцій контролю за певними робочими місцями, що необхідно регламентувати внутрішніми стандартами контролю, розробленими кожним підприємством. З метою оптимізації процесу організації внутрішнього контролю витрат на дослідження та розробки в частині розподілу функцій контролю між суб'єктами контролю у розрізі інформаційних об'єктів нами пропонується матриця (табл. 1).

Таблиця 1

Фрагмент матриці розподілу функцій контролю витрат на дослідження та розробки

Функція	Суб'єкти контролю						Підсумок
	Керівник інноваційного проекту	Керівник конструкторського бюро	Спеціаліст відділу НДК	Головний інженер	Бухгалтер	Контролер	
Контроль витрат на проектування та конструювання інноваційного продукту							
Контроль за витратами пов'язаними із придбанням (розробкою) технічної документації	0	1	0	1	1	1	4
Контроль за витратами пов'язаними із дослідженням інноваційного потенціалу підприємства	0	1	1	1	1	1	5
Контроль за витратами пов'язаними із розрахунком і моделюванням нового виробництва	0	1	1	1	1	1	5
Контроль за витратами пов'язаними із розробкою техніко-економічного обґрунтування	0	1	1	1	1	1	5
Контроль за витратами пов'язаними із проектуванням нового виробу	0	1	1	1	1	1	5
Контроль за комплексним показником витрат на етапі проектування та конструювання інноваційного продукту	1	1	0	0	0	1	3
Разом	1	6	4	5	5	6	27

доцільно віднести учасників (засновників) підприємства. До суб'єктів другого рівня відносяться працівники підприємства, до обов'язків яких функції контролю не входять, проте виходячи із виробничої необхідності, вони їх здійснюють (будь-які працівники підприємства, які виконуючи свої службові обов'язки, водночас здійснюють самоконтроль). В обов'язки суб'єктів внутрішнього контролю третього рівня входять не лише контрольні, а й інші функції (адміністративно-управлінський персонал, служби комерційної та фізичної безпеки, служби бухгалтерського обліку). До функціональних обов'язків суб'єктів внутрішнього контролю четвертого рівня входять лише функції контролю (співробіт-

Матриця формується, виходячи з принципу відповідності функцій контролю обов'язкам певного суб'єкта контролю (посадової особи), тобто у випадку, якщо посадова особа виконує функцію контролю на перетині відповідних рядків і стовпчиків ставиться "1", у іншому випадку – "0". Побудова даної матриці дозволить виявити недоліки в організації системи внутрішнього контролю, а також оптимізувати контрольні процеси з урахуванням завантаженості контрольних функцій на кожному посадову особу.

Важливим питанням організації внутрішнього контролю операцій, пов'язаних з дослідженнями і розробками, є визначення його об'єктів. Насамперед, слід наголосити, що об'єкти контролю повинні

збігатися з об'єктами обліку та об'єктами бюджетування. Вважаємо, що доцільно виокремити такі об'єкти контролю витрат, понесених при дослідженнях і розробках, як елементи облікової політики підприємства, бюджетні та фактичні показники, організаційно-технологічні та фінансово-господарські процеси, пов'язані з інноваційною діяльністю підприємства.

Якщо розглядати систему управління будь-якого суб'єкта господарювання, то вона складається не лише з таких елементів, як суб'єкт і об'єкт, але і з прямих і зворотних зв'язків. Якщо система внутрішнього контролю належним чином організована, то повинен бути налагоджений механізм прямих і зворотних зв'язків. Прямий зв'язок – це вид з'єднання елементів, при якому вихідний вплив одного елемента передається на вхід іншого елемента (інформація передається від суб'єкта управління до об'єкта). Зворотній зв'язок – вид з'єднання елементів, при якому вихідний вплив одного елемента передається на вхід того ж самого елемента (від об'єкта управління до суб'єкта) [13]. Тому на підприємствах повинна бути налагоджена система

зв'язків між суб'єктами та об'єктами внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки. Якщо є відсутність якогось із зв'язків, то може виникнути ситуація викривлення інформації. Налагоджений механізм прямих і зворотних зв'язків знизить ризик при прийнятті рішеннях по результатах кінцевого контролю.

Ефективність внутрішнього контролю підвищується завдяки вмілому поєднанню різних методів, способів і прийомів його здійснення. Метод характеризується використанням загальнонаукових (аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, моделювання, абстрагування, конкретизація, функціонально-вартісний аналіз) і власних методичних прийомів і способів контролю (інвентаризація, тематична перевірка, перевірка документів, усне опитування).

Ґрунтуючись на вищенаведеному, пропонуємо концептуальну модель організації внутрішнього контролю, яка буде найефективнішою для вітчизняних суб'єктів господарювання, які здійснюють витрати на дослідження і розробки (рис. 3).

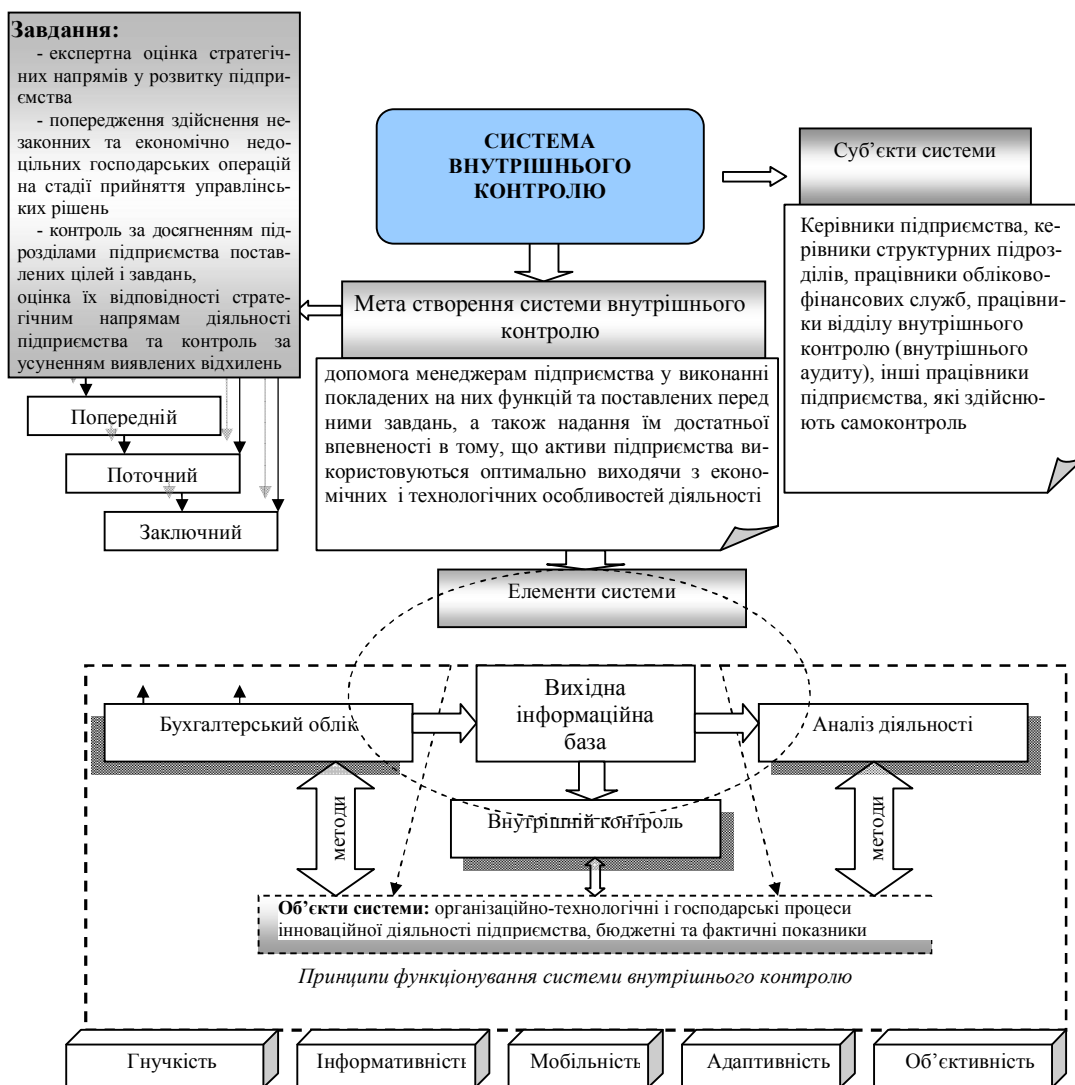


Рис. 3. Концептуальна модель організації системи внутрішнього контролю витрат на дослідження та розробки (запропоновано автором)

Отже, організація внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки зумовлена інтересами підвищення ефективності інноваційної діяльності підприємства. Особливістю внутрішнього контролю є те, що при його організації та здійсненні:

1) застосовуються основні принципи, форми та методи контролю;

2) операції фінансово-господарської діяльності контролюються у тісному взаємозв'язку з обліком та бюджетуванням;

3) досягається системність у накопиченні, узагальненні та реалізації матеріалів контролю.

Висновки і напрями подальшого розвитку.

За результатами проведених досліджень було встановлено необхідність реструктуризації системи внутрішнього контролю на підприємствах з метою організації більш ефективної. Правильна організація процесу внутрішнього контролю витрат на дослідження і розробки сприятиме чіткому документуванню операцій, своєчасній та повній реєстрації даних обліку в регістрах, правдивому відображенню інформації у управлінській фінансовій звітності, а також досягненню усіма службами підприємства, які займаються дослідженнями і розробками, запланованих показників.

Отже, з допомогою контролю керівництво підприємства визначає правильність своїх рішень і встановлює потребу в їх коригуванні, адже, з одного боку система контролю визначає відхилення від встановлених підприємством стандартів, а з іншого – досліджує процес виконання управлінських рішень і дає оцінку досягнутих результатів від їх виконання.

У подальшому планується розробити стандарти внутрішнього контролю, які регламентуватимуть методику проведення контролю витрат на дослідження і розробки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білуха М. Т. Фінансовий контроль: теорія, ревізія, аудит : навч. посіб. / М. Т. Білуха, Т. В. Микитенко. – К. : Українська академія оригінальних ідей, 2005. – 888 с.

2. Бурцев В. В. Внутренний аудит компании: вопросы организации и управления / В. В. Бурцев // Управление финансами предприятия. – 2003. – № 4. – С. 35-49

3. Калюга Є. Система внутрішньогосподарського контролю та удосконалення її ефективності на підприємствах / С. Калюга // Вісник податкової служби України. – 2001. – № 33. – С.26-31.

4. Бугинець Т. А. Внутрішній контроль: суть і зміст / Т. А. Бугинець // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2008. – № 2(44). – С.31-42.

5. Пантелеев В. П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація [Текст] : монографія / В. П. Пантелеев. – Державна академія ста-

тистики, обліку та аудиту. – К. : Інформ.-аналіт. агентство, 2008. – 491 с.

6. Петренко С. М. Внутрішній контроль діяльності підприємств і його інформаційне забезпечення: теорія, методологія, організація : автореф. дис. ... доктора екон. наук: 08.00.09 / С. М. Петренко. – Донецьк, 2010. – 560 с.

7. Куцик П. О. Організація контролю витрат в системі управління санаторно-курортними установами / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк // Вісник Житомирського державного технологічного університету / Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – № 3 (53). – С. 143-149.

8. Марценюк Р. А. Теоретичні аспекти формування системи контролю на заготівельних підприємствах / Р. А. Марценюк // Стан, проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу і контролю у контексті сучасних концепцій управління : матеріали VI Міжн. наук.-практ. конф. – Львів : Львівська комерційна академія, 2011. – С. 272-274.

9. Редченко К. Управленческий контроль и аудит / К. Редченко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sfin.ru/ias/uprcontrol.shtm>

10. Андреев В. Д. Практический аудит : [пособ.] / В. Д. Андреев. – М. : Экономика, 1994. – 366 с.

11. Друри К. Управленческий и производственный учет : учеб. / Колин Друри ; [пер с англ.] – [5-е, изд., перераб. и доп]. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 1071 с.

12. Сонин А. М. Внутренний аудит: современный подход / А. М. Сонин. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 64 с.

13. Пономаренко Л. А. Основы экономической кибернетики : підручн. / Л. А. Пономаренко. – К. : КНТЕУ, 2002. – 432 с.

14. Контроль у системі інноваційного менеджменту : монографія / [Є. В. Мних, С. В. Бардаш, О. А. Шевчук та ін.] ; [за ред. Є. В. Мниха]. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 452 с.

15. Соколов Б. Н. Системы внутреннего контроля (организация, методика, практика) : монографія / Б. Н. Соколов, В. В. Рукин. – М. : Экономика, 2007. – 442 с.

16. Сопко В. В. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу : підручник / В. В. Сопко, В. П. Завгородній. – К. : КНЕУ, 2004. – 412 с.

17. Костирко Р. О. Організація внутрішнього контролю в управлінні витратами машинобудівного підприємства : монографія / Р. О. Костирко, С. В. Щеголькова. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2009. – 296 с.

18. Нападовська Л. В. Внутрішньогосподарський контроль в ринковій економіці : монографія / Л. В. Нападовська. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2000. – 224 с.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК РЕЗУЛЬТАТІВ НАДЗВИЧАЙНИЙ СИТУАЦІЙ ПОВ'ЯЗАНИХ З ЕКСПЛУАТАЦІЄЮ СУДНА

Досліджено особливості експлуатації флоту суднохідних компаній, на основі чого визначено три групи надзвичайних подій, які можуть статися з судном. До таких груп віднесено: арешт судна, затоплення судна та захоплення судна піратами. Визначено сутність та особливості кожної ситуації, на основі чого обґрунтовано склад господарських операцій, які виникають в ході таких подій та мають місце у відображенні на рахунках бухгалтерського обліку. Обґрунтовано методичний підхід до облікового відображення наслідків надзвичайних ситуацій з судном.

Ключові слова: необоротні активи, морське судно, бухгалтерський облік

Tarasenko S.

ACCOUNTING OF EMERGENCIES RESULTS RELATED TO THE EXPLOITATION OF VESSELS

The features of the exploitation of the navigable companies' fleet are investigated, on the basis of which the following three groups of emergencies that can happen to the ship are defined: ship arrest, ship sinking and ship capture by pirates. The essence and features of each situation are determined, which grounds the content of business transactions occurring and taking place during such events and which are reflected in the accounts. The methodological approach to accounting emergencies with vessels is specified.

Keywords: non-current assets, vessel, accounting.

Вступ. У сучасних умовах господарювання підприємств водного транспорту – судноплавних компаній виникає необхідність підвищення ефективності управління ресурсно-технологічним потенціалом. Основу ресурсно-технологічного потенціалу складає флот судноплавної компанії, який представлений об'єкти водного транспорту, а саме морськими / річковими суднами.

Аналізуючи сучасний стан управління флотом судноплавних компаній, можна констатувати негативний його стан, що обумовлює зниження обсягів наданих транспортних послуг, втрати конкурентних позицій на міжнародному ринку транспорту. Аналіз сучасного стану національного флоту показує, що вік більшості суден складає більше ніж 20 років, що робить їх неконкурентоспроможними на світовому ринку перевезень, вимоги до технічного стану суден, до їх віку з кожним роком зростає [2, С. 167].

Така ситуація обумовлена відсутністю раціонально організованого бухгалтерського обліку, який би надавав інформацію не лише про результативність діяльності компаній, але й забезпечував прийняття інвестиційних рішень та аналіз перспектив розвитку компанії.

Крім зазначеного, зважаючи на визначальне значення судна в наданні транспортних послуг, недосконалість методики облікового відображення результатів надзвичайних ситуацій, спричиняє відсутність адекватного інформаційного забезпечення системи управління витратами та доходами компанії, а також процесами виконання договірних зо-

бов'язань. Зважаючи на це, зростає актуальність розвитку організації та методики бухгалтерського обліку не лише суден як об'єктів необоротних активів, але й операцій, пов'язаних з арештом судна, захоплення судна піратами та затоплення судна.

Аналіз основних досліджень та публікацій.

Питання бухгалтерського обліку основних засобів досліджували в дисертаційних роботах вчені: А. А. Белоусов, О. С. Гавриловський, О. П. Гаценко, О. О. Горошанська, А. Ф. Гуменюк, В. М. Диба, В. В. Жук, М. М. Зюкова, В. П. Карев, О. Г. Красота, Д. Л. Кузьмін, Л. О. Леонова, О. А. Наумчук, О. Ю. Омельченко, Т. П. Остапчук, М. В. Півторак, О. М. Розмислов, В. С. Семйон, С. В. Хома, Р. В. Цебень, С. О. Шевченко, А. В. Янчев та ін. Окремі питання бухгалтерського обліку основних засобів висвітлені у працях зарубіжних вчених А. Фукса, Ж. Рішара, Е. Хендріксена, М. Ван Бреда. Порядок оцінки вартості об'єктів транспорту, зокрема морського, досліджували Дж. Аліко, Б. В. Буркінський, І. М. Гуревич, С. В. Грибовський, О. М. Лазарев, Н. П. Лебідь, О. Г. Мендрул, В. Г. Никіфоров, Е. Б. Саприцький, С. Л. Скринько, Є. М. Сич, Генрі С. Харрісон. Проте є потреба в обґрунтуванні теоретичних положень та розробці методичного підходу до бухгалтерського обліку наслідків надзвичайних ситуацій, пов'язаних із використанням морських суден, зокрема арешт суден, затоплення суден тощо.

Виклад результатів дослідження. Незважаючи на значний науковий доробок вітчизняних і зарубіжних вчених з питань бухгалтерського обліку основних засобів, залишаються не вирішеними пи-

тання окремих їх об'єктів, а саме об'єктів водного транспорту – суден. Зокрема необхідним є вирішення порядку організації аналітичного обліку, особливості нарахування амортизації на судна лінійного та трампового використання, напрями формування облікової й амортизаційної політики судноплавної компанії, особливості визнання права власності на судно, яке будується, що є основою відображення таких витрат на рахунках бухгалтерського обліку.

Світовий океан в сучасний період відіграє дедалі вагомішу роль в діяльності переважної більшості держав. Одним із важливих видів діяльності держав у Світовому океані є міжнародне суднопластво. Відомо, що понад 90% світового вантажообігу припадає на морський транспорт. Тому не випадково, що морський флот є одним з найбільш популярних видів транспорту, який у всіх державах посідає пріоритетне місце, а тому потребує особливої уваги з боку управління діяльністю судноплавних компаній та напрямів формування інформації про його стан у системі обліку.

Судноплавна компанія являє собою відкриту, багатощільову, ієрархічну, непостійну в часі, складно керовану систему, тому на систему управління лягає основне навантаження із забезпечення ефективності діяльності судноплавної компанії. Організація системи управління господарською діяльністю судноплавної компанії повинна враховувати безліч альтернатив реального транспортного процесу, кожна з яких описується значною кількістю факторів, що змінюються в часі і часто носять невизначений характер.

В основі виробничо-господарської діяльності судноплавних компаній лежить експлуатаційна робота, яка полягає в організації транспортного процесу з використанням наявного в розпорядженні компанії флоту з врахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів. Діяльність судноплавних компаній формується не як випадковий набір компонентів, а як струнка система взаємопов'язаних елементів (провізна властивість флоту та пропускна властивість портів, природні та шляхові умови, сезонність роботи, розвиток економіки регіонів, попит на транспортні послуги та якісний розвиток транспортних засобів). Будь-які зміни стану одного компоненту викликають зміни в поведінці системи загалом. Таким чином, система управління господарською діяльністю судноплавних компаній має складний та багатфакторний характер.

Морські судна на сьогоднішній день залишаються незамінним засобом доставки великих партій вантажу, як у зовнішньоторговельних перевезеннях, так і в перевезеннях на національному рівні. На сьогоднішній день, перевозяться дуже великі обсяги вантажів між країнами Європи та Азії, тому їх перевезення здійснюються за допомогою морського транспорту. Морські перевезення вантажів менш затратні, ніж доставка за допомогою автомобільного, залізничного та авіатранспорту. По морю здійснюється доставка найрізноманітніших вантажів - нафтопродукти, зернові культури, газ, тварини, обладнання, будівельна та сільськогосподарська техніка. Для перевезення кожного з вище перелічених вантажів існують різні типи морських суден.

Таким чином, морські судна є особливим об'єктом здійснення транспортних послуг судноплавної компанії, а тому наслідки надзвичайних ситуацій, пов'язаних з їх експлуатацією потребують відповідного відображення в бухгалтерському обліку. Адже, бухгалтерський облік є основним джерелом формування інформації для прийняття управлінських рішень, тому як спрямований на задоволення інформаційних потреб різних користувачів, як зовнішнього так і внутрішнього середовища.

Судно є транспортним засобом загального користування, адже використовуються для перевезення пасажирів і транспортування вантажів. Виходячи з вище викладеного, вони є об'єктами бухгалтерського обліку та повинні відображатися в складі основних засобів на рахунку 105 "Транспортні засоби" відповідно до Плану рахунків бухгалтерського обліку та у складі 5-ї групи "Транспортні засоби" відповідно до ПКУ.

Розглядаючи поняття та значення судна, варто відзначити, що в міжнародному праві і в юридичній літературі немає універсального визначення поняття "судно". У більшості міжнародних конвенцій, якщо і дається розгорнуте визначення поняттю судна, то виключно для цілей цієї конвенції. Разом з тим, ця проблема має дуже важливе практичне значення, оскільки в певних випадках не визнання плавучого засобу в якості судна, може принести судновласникам значні фінансові втрати, крім того, визначає місце його в об'єктах бухгалтерського обліку.

Визначення поняття "судно" має чи не вирішальне значення для встановлення сфери застосування Кодексу торгового мореплавства України, оскільки він регулює відносини, що впливають із торгового мореплавання.

Судно слід розглядати не просто як технічну споруду або виробничу одиницю, а в тісному взаємозв'язку його з рядом економіко-правових ознак, до яких відносимо наступні: по-перше, це прапор судна, що вказує на його національність; по-друге, назва судна, що дає можливість його ідентифікації; по-третє, належна комплектація судна кваліфікованим екіпажем, очолюваного капітаном.

Таким чином, судно як плавучий об'єкт характеризується сукупністю ряду технічних і економіко-правових ознак, які підтверджуються відповідними судовими документами. Порядок визнання судна власне судном й відповідно відображення його в складі флоту судноплавної компанії, як частини транспортних засобів має визначатися відповідно до норм чинного законодавства, зокрема положень Кодексу торговельного мореплавання України.

Вище зазначене враховує особливості відображення суден, які використовуються судноплавною компанією, для надання постійних або періодичних транспортних послуг. Проте в складі флоту судноплавної компанії можуть знаходитися судна які тимчасово не використовуються у зв'язку з надзвичайними ситуаціями, технічного, економічного, екологічного, політичного або правового характеру. Але дані судна не є законсервованими об'єктами бухгалтерського обліку, а тому потребують

відображення на окремому рахунку бухгалтерського обліку, адже інформація про них є необхідною для управління господарською діяльністю, проте їх склад та вартість не повинна впливати на забезпеченість основної діяльності компанії. Зважаючи на це, пропонуємо передбачати в складі рахунку 105 “Транспортні засоби” аналітичний рахунок, який призначений для відображення суден, які не використовуються судноплавною компанією з ряду причин – рахунок 105.Х. “Флот, який не використовується в основній діяльності”.

На запропонованому аналітичному рахунку пропонуємо відображати судна, які не використовуються в результаті:

- **арешту судна.** Відповідно до ст. 41 Кодексу торговельного мореплавства України “Судно може бути арештоване чи звільнене з-під арешту тільки за рішенням суду, господарського суду або голови Морської арбітражної комісії. Арешт судна означає будь-яке затримання судна або обмеження в його пересуванні, що здійснюється для забезпечення морських вимог, зазначених у статті 42 цього Кодексу, під час перебування судна в морському порту України”. 16 травня 2012 р. в Україні набрали чинності Міжнародна конвенція з уніфікації деяких правил щодо накладення арешту на морські судна (1952), відома як Брюссельська Конвенція, та пов'язані з нею зміни до процесуального законодавства. Для забезпечення морської вимоги положення Конвенції дозволяють накладати на території України арешт як на судна під українським прапором, так і на судна під прапором іноземних держав. При цьому Конвенція поширюється лише на так звані запобіжні арешти і не може бути застосована для арешту судна для виконання рішення суду. Конвенцією передбачено 17 видів морських вимог, які можуть бути підставою для арешту

судна. Заява про арешт судна для забезпечення морської вимоги може бути подана до суду за місцезнаходженням морського порту України, в якому перебуває судно, або порту реєстрації судна. Україна зберегла за собою право не застосовувати положення Конвенції до військових кораблів та інших державних суден, які експлуатуються в некомерційних цілях” [1];

- **піратським захопленням судна.** Відповідно до ст. 446 Кримінального кодексу України “Піратство, тобто використання з метою одержання матеріальної винагороди або іншої особистої вигоди озброєного чи незброєного судна для захоплення іншого морського чи річкового судна, застосування насильства, пограбування або інших ворожих дій щодо екіпажу чи пасажирів такого судна, — карається позбавленням волі на строк від п'яти до дванадцяти років із конфіскацією майна”. “За даними Міжнародного морського бюро тільки у 2009 р. у світі відбулось 406 піратських захоплень суден з 1052 членами команд на борту. Вісім моряків були вбиті, 68 отримали поранення. 217 спроб захоплення відбулися з боку сомалійських піратів” [3]. Крім того, в останні роки піратському захопленню підлягали й судна під українським прапором, серед яких “Аріана”, “Beluga Fortune”, “Леманн Тімбер”, “Lugela”, “Panagia”, “Фаїна”;

- **затоплення** в територіальних водах або відкритому морі, проте судноплавна компанія прийняла рішення про їх підняття та подальше використання.

У результаті даних подій є втрата судна, тому при його поверненні судноплавне підприємство приймає ряд рішень, результати яких повинні відобразитися в системі бухгалтерського обліку. В табл. 1 відображено методику бухгалтерського обліку операцій, пов'язаних з наслідками надзвичайних ситуацій з використанням флоту судноплавної компанії.

Таблиця 1

Бухгалтерський облік наслідків надзвичайних ситуацій з експлуатації судна

№	Зміст господарської операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
Затоплення судна			
1	Переведення судна в склад не використовуваних	105.3	105.2(1)
2	Прийнято рішення про підняття судна та його відновлення	152	105.3
3	Прийнято рішення про ліквідацію судна	977	105.3
4	Витрати на підняття судна	152	201, 661, 651, 13, 685
5	Введено судно в експлуатацію	105.2(3)	152
Піратське захоплення судна			
6	Переведення судна в склад не використовуваних	105.3	105.2(1)
7	Витрати на переговори	977	685
8	Витрати на відновлення судна	152	20, 661, 651, 13, 685
9	Введено судно в експлуатацію	105.2(3)	152
10	Не повернено судно	977	105.3
Арешт судна			
11	Переведення судна в склад не використовуваних	105.3	105.2(1)
12	Витрати на здійснення досудових та судових дій	92	685
13	Введено судно в експлуатацію	105.2(1)	105.3

Складовими діяльностями з приводу затопленого судна є: операції пов'язанні з понесеними витратами на його підняття, а у випадку відмови від підняття, його залишкова вартість списуватиметься на надзвичайні витрати. У випадку захоплення судна піратами, витрати пов'язані з його отриманням у власність судноплавної компанії відображатимуться в складі надзвичайних витрат. А витрати, пов'язанні з введенням в експлуатацію збільшуватимуть балансову вартість. Витрати, пов'язанні з арештом судна включатимуться до складу витрат періоду, які складатимуться з витрат, пов'язаних з юридичними послугами та судовими рішеннями.

4. Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведене дослідження особливостей бухгалтерського обліку операцій з експлуатації судна дозволило запропонувати організаційно-методологічний підхід до облікового відображення операцій, пов'язаних із затопленням судна, арештом судна та піратським захопленням судна. Новизна розробленого підходу полягає в його комп-

лексності, адже архіває всі надзвичайні ситуації, пов'язані з експлуатацією судна та всі можливі операції з даними ситуаціями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нові правила арешту морських суден набрали чинності в Україні // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.asterslaw.com/upload/medialibrary/newsletters/asters_newsletter_ukr_23_05_12.html
2. Самойловская В. П. Принципы разработки тарифной политики с учетом развития национального судоходства / В. П. Самойловская // Развитие методов управления та господарювання на транспорті. – Одеса, 2008. - № 28. – С. 166-173.
3. ICC Maritime Bureau “Piracy and Armed Robbery against Ships. Report for the period 1 January 2009 - 31 December 2009” // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.icc-ccs.org>

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ДОХОДІВ І ВИДАТКІВ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ

У статті розглянуто методику аналізу доходів і видатків бюджетної установи на основі аналізу виконання кошторису. Виявлено невирішені питання в даній темі, представлено основні види та прийоми аналізу доходів і видатків, методи прогнозування доходів і видатків, як елементу аналітичних досліджень, встановлено значення аналітичних розрахунків у бюджетних установах.

Ключові слова: аналіз, доходи і видатки бюджетних установ, методика аналізу доходів і видатків, кошторис

Shynkarenko O., Mychak O.

PECULIARITIES OF THE METHODOLOGY FOR ANALYZING INCOME AND EXPENDITURE OF BUDGETARY INSTITUTIONS

The article deals with the methods of analysis of income and budgetary institutions expenditure, which is based on an analysis of the budget. New problems in this topic are identified; the main types and techniques of analysis of income and expenditure are presented; methods of forecasting revenues and expenditures as part of the analytical studies are analyzed, the importance of analytical calculations in budgetary institutions is defined.

Keywords: analysis, revenues and expenditures of budgetary institutions, methods of analysis of revenue and expenditure, budget

Вступ. Для з'ясування проблеми, поставленої у цій статті, насамперед маємо за необхідність в'ясувати значення терміну "бюджетна установа". Згідно зі ст. 2 Бюджетного кодексу України бюджетні установи – органи державної влади, органи місцевого самоврядування, а також організації, створені ними у встановленому порядку, що повністю утримуються за рахунок відповідно державного чи місцевого бюджету та є неприбутковими. Установи, які утримуються за рахунок коштів бюджетів, для забезпечення своєї діяльності, а також виконання покладених на них функцій, складають кошторис, який є важливим інструментом формування, управління й контролю фінансової політики бюджетної установи.

Одним зі способів вивчення діяльності підприємства є аналіз. Необхідність проведення аналізу у бюджетних установах насамперед зумовлена тим, що їх керівникам потрібна аналітична інформація про діяльність суб'єктів господарювання для прийняття відповідних управлінських рішень. Серед складових елементів цього аналізу важливу роль в управлінні діяльністю бюджетних установ відіграють раціональна організація та методика аналізу доходів і видатків. У цьому напрямі існує проблема пошуку нових підходів до аналізу доходів і видатків бюджетних установ, яка ще недостатньо досліджена. Все ще залишаються нерозв'язаними проблеми обліку та аналізу доходів і видатків сільських бюджетів, які здійснюють інтегрований облік, тобто облік доходів та видатків бюджетів і кошторисів установ, які отримують кошти

бюджетів цього рівня. Через кризовий стан сільських бюджетів переважна більшість населених пунктів не має можливості створення власної необхідної матеріальної та фінансової основи, яка б належним чином забезпечувала реалізацію повноважень у системі органів місцевого самоврядування, оскільки переважна частина бюджетів сіл і селищ є фінансово неспроможними без офіційних трансфертів, які надаються із державного бюджету.

Отже, проведення аналізу повинно стати частиною службових обов'язків кожного фахівця, керівника, обов'язком всіх службовців, що мають відношення до прийняття управлінських рішень. Звідси витікає важливий принцип організації аналізу – обґрунтований розподіл обов'язків по проведенню аналізу господарської діяльності між окремими виконавцями.

Аналіз основних публікацій та досліджень. Проблемам фінансового аналізу бюджетних установ з різних точок зору у своїх працях приділяли увагу такі фахівці, як Ю. Цал-Цалко, А. Поддєрьогін, М. Білик, К. Ізмайлова, О. Кононенко, Н. Верхоглядова, Н. Шморгун, Т. Боголіб, С. Салига, Н. Нестеренко, О. Яришко, С. Ткаченко, В. Бугаєнко, Ю. Горбатовська та ін. Питанням вивчення ефективного виконання доходної й видаткової частини місцевого бюджету в Україні присвячені праці багатьох учених і практиків, зокрема, І. Бланка, В. Федоренко, Б. Щукіна, В. Щелкова, Л. Белоусова, В. Блинкова, В. Савчука, С. Прилипка, Е. Велічко, Н. Сушко та ін. Проте поки що невирішеними залишається низка питань, таких як: відсут-

ність науково обґрунтованих підходів до процесу розподілу видатків на касові та фактичні, що обумовлює об'єктивну необхідність розроблення й впровадження теоретичних і методичних положень з формування та вдосконалення обліку касових і фактичних витрат.

Віддаючи належне науковим напрацюванням вчених у напрямі аналізу доходів і видатків бюджетних установ, слід відзначити, що проблема пошуку нових підходів до аналізу доходів та видатків бюджетних установ в умовах обмеженості фінансових ресурсів потребує подальшого науково-практичного дослідження. Тому нами поставлено за мету дослідити методику аналізу доходів і видатків бюджетної установи на основі з'ясування основних етапів та складових аналізу виконання кошторису.

Результати проведеного дослідження. В цілому аналіз діяльності бюджетних установ – це процес з'ясування причинно-наслідкових зв'язків розвитку та зміни діяльності бюджетних установ, який включає в себе аналіз виконання кошторису та аналіз фінансового стану. Для аналізу діяльності бюджетної установи необхідно використовувати спеціальну методику, засновану на класичному аналізі фінансово-господарської діяльності. Для оцінювання фінансового стану бюджетної установи проводиться структурно-динамічний, параметричний і факторний аналіз. Але ми розглянемо складову аналізу діяльності – аналіз доходів і видатків установи. Розробка стратегії аналізу доходів і видатків бюджетних установ передбачає дослідження динаміки й оцінку факторів, що обумовлюють їх величину (рис. 1).

ного та синтетичного обліку, фінансових звітів щодо обліку доходів і видатків бюджетних установ та нормативно-правових документів; методичні прийоми, які включають аналіз абсолютних показників та загальний аналіз. Щодо фінансової звітності, то вона має такі форми: форма № 1 “Баланс”, форма № 2м “Звіт про виконання загального фонду кошторису установи”, форма № 4-1м “Звіт про надходження і використання коштів, отриманих як плата за послуги, що надаються бюджетними установами”, форма № 4-2м “Звіт про надходження і використання коштів, отриманих за іншими джерелами власних надходжень бюджетних установ”, форма № 4-3м “Звіт про надходження і використання інших надходжень спеціального фонду”.

Основним плановим документом бюджетних установ, який підтверджує повноваження щодо отримання доходів та здійснення видатків, визначає обсяг і спрямування коштів для виконання нею своїх функцій та досягнення цілей, визначених на рік відповідно до бюджетних призначень, є кошторис, який складають перед початком нового бюджетного року усі установи на наступний бюджетний період, на який планують видатки. Розробка кошторису бюджетної установи спрямована на розв'язання двох основних завдань: по-перше, визначення обсягу доходів і видатків, пов'язаних із діяльністю установи чи її окремих структурних одиниць, підрозділів, а по-друге, забезпечення покриття видатків фінансовими ресурсами із різних джерел. Як правило, аналіз доходів і видатків здійснюється наприкінці бюджетного року для визначення залишку коштів або можливого недофінансування.

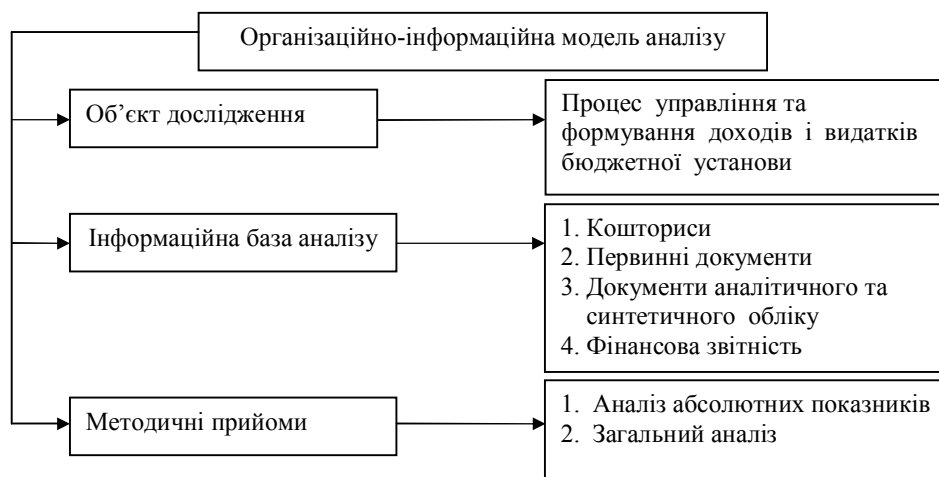


Рис. 1. Модель аналізу доходів і видатків у бюджетній установі (розробка автора)

Як видно зі схеми, основними компонентами моделі аналізу доходів і видатків бюджетних установ є визначення об'єкта дослідження, яким є процес управління та формування доходів і видатків бюджетної установи з приводу нарахування та використання коштів бюджетних асигнувань; інформаційна база аналізу, яка складається з кошторисів, первинних документів з обліку доходів і видатків бюджетних установ, документів аналітич-

Для аналізу використовують різноманітні джерела інформації. Склад, зміст та якість інформації, яка залучається до аналізу, мають визначальну роль у забезпеченні його дієвості. Аналіз не обмежується тільки економічними даними, а широко використовує технічну, технологічну та іншу інформацію. Та потреба в конкретних матеріалах залежить від періоду, що аналізується, цілей та завдань аналізу.

Перш ніж розглянути аналіз виконання кошторисних призначень, необхідно зазначити особливості їх фінансування, яке здійснюється за рахунок державного бюджету: загального та спеціального фондів, які суворо плануються і витрачаються згідно із затвердженим кошторисом. Розподіл бюджету на загальний та спеціальний фонди, їх складові частини визначаються виключно Бюджетним Кодексом України [1] та Законом “Про Державний бюджет України” [2]. На рівні бюджетних установ доходи загального фонду - це державні кошти, що надійшли на рахунок бюджетної установи із загального фонду державного або місцевого бюджету для її утримання. Спеціальний фонд кошторису включає надходження із спеціального фонду бюджету для утримання установи і розподілу витрат. Спеціальний фонд бюджетної установи – це кошти, які надходять із конкретною метою і використовуються на відповідні видатки за рахунок цих надходжень. Спеціальний і загальний фонди кошторису складаються з дохідної та витратної частин. Формування дохідної частини загального фонду здійснюється на підставі планових обсягів бюджетних асигнувань, що виділяються на утримання установи.

Доходи спеціального фонду бюджетної установи складаються з власних надходжень бюджетної установи і доходів за іншими надходженнями спецфонду.

Так, специфіка діяльності бюджетних установ (медицина, культура, освіта та ін.) та потреба населення в необхідності збільшення кількості та якості їхніх послуг зумовили таку діяльність цих установ як надання платних послуг, ведення господарської діяльності в межах визначених законодавством та при цьому вони отримують доходи (крім бюджетного фінансування). Такі надходження називають власними надходженнями. До них відносять кошти, одержані від надання платних послуг, реалізації продукції виготовленої в навчальних майстернях, надання в оренду приміщень та обладнання, виконання науково-дослідних робіт, а також кошти, отримані як гуманітарна допомога, суми, отримані від підприємств для виконання окремих доручень та ін.

Значення аналізу надходжень та використання коштів за загальним і спеціальним фондами визначається тим, що за його допомогою здійснюється контроль за правильністю їхнього утворення, а також визначаються резерви із зміцнення матеріально-технічної бази установи і додаткових фінансових ресурсів. Аналіз виконання кошторису за загальним фондом передбачає такі складові: аналіз касових і фактичних видатків загального фонду за функціональною та економічною класифікацією видатків, параметричний аналіз виконання кошторису бюджетної установи та прогнозний аналіз виконання кошторису.

В ході проведення аналізу виконання кошторису за загальним фондом використовується один з головних прийомів аналізу – порівняння. Порівняння як спосіб дослідження здійснюється через зіставлення одного показника з іншим для виз-

начення спільних рис або розбіжностей між ними, наприклад, порівняння фактичних показників із показниками попередніх періодів та з плановими показниками. Так от, важливим етапом аналізу виконання кошторису є вивчення співвідношення між касовими і фактичними показниками. Воно може характеризуватись рівністю між ними, перевищенням касових видатків над фактичними або ж навпаки – фактичних видатків над касовими. Вивчення існуючого між ними об’єктивного взаємозв’язку та залежності дозволяє з’ясувати певні господарські й фінансові обставини, що виникли у процесі виконання кошторису бюджетної установи. Під час проведення аналізу виконання кошторису установ за КФК і КЕКВ досліджується їх динаміка, склад та структура. Здійснюється порівняння видатків за наступними напрямками: фактичні видатки з видатками, які затверджені кошторисом; касові видатки з видатками, які затверджені кошторисом; касові видатки із фактичними видатками. Тому предметом такого аналізу є фінансові ресурси установ, їх формування та використання. Але щодо порівняння видатків, то необхідно зауважити, що касові видатки бюджетних установ, які фінансуються через органи управління Державної казначейської служби, обліковуються два рази: один раз в органах казначейської служби (при списанні коштів з реєстраційного рахунка установи) і другий раз — в самій установі (при отриманні виписки органу казначейства з реєстраційного рахунка). Тому можна сподіватись, що в майбутньому необхідність обліку касових видатків безпосередньо у бюджетних установах відійде на задній план, а відтак значно зменшиться обсяг звітних показників про виконання кошторису видатків. Порівняльний же аналіз касових видатків, які характеризують рух грошових засобів в установі, і фактичних видатків, які характеризують повноту їх використання, та фінансування можна буде здійснювати у відповідні строки шляхом порівняння даних органів казначейської служби про касові видатки та звітності установи про фактичні видатки між собою та із затвердженим кошторисом.

На підставі показників касових і фактичних видатків та показників доходів фондів також доцільно проводити параметричний аналіз виконання кошторису, який полягає у визначенні групи часткових та узагальнених показників, які характеризують всі важливі елементи кошторису. Конкретніше, він проводиться за такими коефіцієнтами:

- коефіцієнт співвідношення касових видатків до фактичних;
- відношення планових надходжень до фактичних надходжень коштів за звітний період;
- відношення видатків до доходів;
- відношення видатків спецфонду до суми власного капіталу.

Прогнозний аналіз виконання кошторису являє собою основу для фінансового планування в установі та для фінансового бюджетування. Фінансове планування (й особливо прогнозування) є важливим інструментом управління і надає такі переваги органам місцевого самоврядування і громадянам

як: поліпшення якості прийняття фінансових рішень; удосконалення процесу формування бюджету; дозволяє краще оцінити бюджетні пропозиції та приймати відповідні рішення; окреслює фінансове майбутнє і залишає час для запобігання несприятливим подіям. Основою прогнозного фінансового аналізу є узагальнення й аналіз існуючої інформації з подальшим моделюванням можливих варіантів розвитку ситуацій та фінансових показників. Прогнозний фінансовий аналіз являє собою дослідження довготермінових перспектив зміни фінансового стану бюджетної установи. Його основне призначення – це забезпечення збалансованості активів і пасивів балансу установи в майбутньому. Щоб спрогнозувати доходи, необхідно: визначити джерела доходів, з яких будуть складатися прогнози; зібрати фактичні дані по кожному джерелу доходів принаймні за три останні роки; спрогнозувати дані і характеристики кожного джерела доходів для визначення найбільш придатної методики прогнозування; обрати та застосувати необхідний метод прогнозування; визначити, чи прийнятний даний прогноз доходів та відрегулювати його відповідно до змін, що можуть вплинути на дохід. На практиці застосовуються наступні методи прогнозування доходів і видатків:

- експертна оцінка, яка полягає у тому, що експерт пропонує найкраще припущення про майбутні доходи і видатки, покладаючись на свої спеціалізовані знання. Перевагою методу є здатність скласти відносно точні прогнози, а відносні вони тому, що навіть найбільш точні прогнози можуть ставитися під сумнів;

- аналіз тенденцій, який полягає в тому, що час – це єдина визначальна змінна, минулі тенденції надають підставу для прогнозування майбутніх змін, але цей метод підходить лише для оцінки доходів, які є постійними та щороку змінюються на постійну величину або розвиваються в передбачуваному напрямі. Визначаючи зміни минулих років, деякі доходи і видатки можна спрогнозувати досить точно. Техніка тенденцій припускає, що рівень росту у майбутньому році буде таким же, як і в останні роки;

- детерміністичний підхід, який припускає постійність відношень між прогнозованою змінною та певним іншим фактором (наприклад, економічним чи демографічним);

- економетричне моделювання, що встановлює відношення між змінною доходу або видатку та рядом “причинних” чи пояснювальних факторів, і використовується щодо змінних, які перебувають під впливом циклічних змін, є математично складним методом та потребує великої кількості даних. Економетричні моделі дозволяють розглянути вплив декількох змінних на доходи чи видатки;

- аналіз фінансового впливу, який передбачає безпосередній зростаючий вплив на надходження та видатки, що має відношення до нового розвитку та може використовувати прості математичні розрахунки, такі як множення частки на приріст населення, або більш складні економетричні методики.

Щодо прогнозування видатків, то його можна здійснювати з використанням економетричних технологій чи технологій тенденцій, але найбільш прийнятний підхід – підхід бухгалтерської ідентичності, який можна розділити на дві категорії: видатки розподіляються організаційно за головними розпорядниками коштів і за економічною класифікацією; видатки розподіляються за програмами.

Прогнозування служить двом цілям, а саме:

- 1) розраховує майбутній вплив поточних рішень, програм і політики (аналіз впливу);

- 2) визначає і аналізує можливості збалансування доходів та видатків (аналіз дефіциту).

Проте варто зазначити, що існує безліч можливих підходів до прогнозування, але не існує єдино вірних рішень.

Основними етапами аналізу виконання кошторису за спеціальним фондом можна визначити такі:

- оцінка складу, структури та динаміки спеціального фонду за показниками залишків, надходжень і видатків здійснюється за методиками горизонтального й вертикального аналізу:

- горизонтальний аналіз (порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом), який дає можливість визначити роль бюджетного фінансування за загальним і спеціальним фондом;

- вертикальний аналіз (визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат), який дає можливість визначити найвагоміші складові у балансі бюджетних установ, але найбільш вагоме його використання в аналізі складових доходів та витрат кошторису;

- аналіз виконання плану надходжень спеціального фонду передбачає співставлення планових (кошторисних) показників з реальним надходженням коштів до бюджетної установи;

- аналіз виконання плану видатків спеціального фонду, який спрямований на дослідження виконання кошторису за спеціальним фондом;

- аналіз руху коштів спеціального фонду – здійснюється балансовим методом на основі наступної моделі:

$$Зп + Н = В + Зк, \quad (1)$$

де $Зп$ – залишок коштів спеціального фонду на початок року;

$Н$ – надходження коштів за рік;

$В$ – використання коштів спеціального фонду за рік;

$Зк$ – залишок коштів спеціального фонду на кінець року;

- факторний аналіз доходів спеціального фонду здійснюється окремо за кожним видом надходжень на основі мультиплікативної моделі:

$$Д_{сф} = Опп * Воп, \quad (2)$$

де $Д_{сф}$ – доходи спеціального фонду;

$О_{пп}$ – обсяг платних послуг (у натуральних показниках, одиницях);

$В_{оп}$ – вартість одиниці послуг;

- факторний аналіз видатків спеціального фонду здійснюється окремо за кожним видом видатків і дозволяє з'ясувати вплив окремих факторів на розмір видатків;

- узагальнення результатів аналізу – заключна стадія економічного аналізу, яка дозволяє зробити висновки про виконання кошторису установи за спеціальним фондом, визначити причини відхилень та розробити заходи щодо збільшення надходжень і прискорення руху коштів спеціального фонду.

Методика аналізу спеціального фонду бюджетної установи значною мірою відповідає методиці аналізу виконання загального фонду. Також до списку основних прийомів аналізу, які можуть бути використані у бюджетній установі, належать:

- трендовий аналіз (порівняння кожної позиції звітності з попередніми періодами та визначення тренду). На основі екстраполяції можливо не тільки визначити перспективне значення основних показників, а й також спрогнозувати перспективний аналіз фінансового стану бюджетних установ;

- маржинальний аналіз – метод оцінювання і обґрунтування управлінських рішень на основі причинно-наслідкового зв'язку обсягу продажу, собівартості наданих бюджетними установами послуг;

- аналіз відносних показників (коефіцієнтів) полягає в розрахунку відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників.

При здійсненні аналізу діяльності бюджетної установи застосовуються економіко-математичні методи, спрямовані на визначення тенденцій розвитку бюджетної установи, прогнозування основних показників її діяльності та економіко-логічні методи, які використовуються у загальному і факторному аналізі діяльності бюджетної установи. З кількісних засобів аналітичного дослідження значного поширення набуло також використання середніх та відносних величин. Середні величини використовуються в аналізі для узагальнюючої характеристики показників. Загалом при аналізі вони характеризують загальний рівень ознаки, що аналізується, коли вона схильна до значних коливань. Відносними величинами називають величини, що виражають кількісні відношення між показниками, здебільшого між двома абсолютними величинами. Їх отримують діленням однієї величини на іншу. Величина з якою порівнюють називається базисною, а та, що порівнюється – звітною. Відносна величина показує, у скільки разів порівнювана величина більша за базисну або яку частку другої становить перша. За формою відносні величини поділяються на коефіцієнти, відсотки, індекси. Коефіцієнти використовуються для зіставлення двох взаємозв'язаних показників, один з яких беруть за одиницю. Відсотки є необхідним для характеристики співвідношення величин, одну з яких беруть за 100. За економічною сутністю відносні показники поділяються на такі види: виконання плану, динаміки, структури, ефективності.

Також одним із прийомів аналізу використовується прийом групування, тобто об'єднання інформаційних матеріалів в аналітичній таблиці, що дозволяє виявити взаємозв'язок різних показників,

виділити певні закономірності та тенденції, визначити вплив найбільш суттєвих факторів.

В економічному аналізі велику роль відіграють так звані графічні способи, відмітною рисою яких є їхня наочність, що значно спрощує процес доведення результатів економічного аналізу до широкого кола працівників. Для правильного відображення досліджуваних процесів і явищ необхідно дотримуватись техніки та методики побудови графіків. Велике значення має правильний вибір типу графіка, його масштабів і виконання.

Висновки. Підвищення ефективної діяльності бюджетних установ у більшості залежить від обґрунтованості, своєчасності і доцільності прийнятих рішень. Все це може бути досягнутим в процесі аналізу. Однак тільки правильно організована робота з аналітичного дослідження результатів діяльності установи може забезпечити її дієвість і ефективність, обґрунтовано вплинути на загальний хід процесу діяльності бюджетної установи.

Завдяки аналізу бюджетних показників можна дізнатись, яким чином розподілилися кошти кошторису, відхилення показників за останні роки, динаміку фінансування за загальним фондом і динаміку отриманих доходів по спеціальному фонду та їх використання. Аналітичні розрахунки дозволяють раціонально підійти до планування кошторису на наступний звітний період. Затверджений кошторис є безпосереднім засобом контролю. При формуванні системи показників необхідно враховувати особливості звітності бюджетних установ. Особливу увагу необхідно звернути на формування доходів установ за двома фондами – загальним і спеціальним.

На жаль, на сьогоднішній час чітка методика проведення аналізу в бюджетній установі, узгоджена з органами управління Державної казначейської служби, відсутня, а також обмежена кількість штатних економічних працівників-аналітиків для переважної більшості бюджетних установ, чим і зумовлена складність проведення аналізу.

Прогнозування доходів є дуже важливим для розробки вірогідного бюджету. З прийняттям Бюджетного кодексу постає необхідність складання прогнозу доходів на три наступні бюджетні періоди, хоча до цього часу всі складали прогноз на один наступний рік. І хоч потенційна користь від довгострокового прогнозування не підлягає сумніву, проте з ним пов'язується одна така проблема: чим довший період, на який складається прогноз, тим нижча його точність, а чим довший період, тим більше несподіваних подій неодмінно відбудеться: інфляція, регулювання чи дерегулювання, зміни тарифної політики, природні умови тощо. Тому правильний підхід до прогнозування залежить від періоду часу, який розглядається.

Отже, аналіз виконання кошторису, як основне джерело аналізу доходів і видатків, дає нам можливість з'ясувати причини нестачі бюджетного фінансування або ж, навпаки, вчасно виявити перевитрати коштів чи завищення асигнувань, відтак здійснюється кількісна та якісна характеристика тих змін і відхилень від планових показників, які

відбуваються в установах, виявляються резерви та розробляються превентивні заходи з метою усунення виявлених негативних тенденцій на майбутнє, дає можливість здійснювати ефективний контроль за розподілом і використанням наявних бюджетних ресурсів установи на основі залучення й використання аналітичних методів дослідження та спрогнозувати тенденції розвитку діяльності бюджетної установи на майбутні періоди, адже прогноз – це основа чітко спланованої діяльності будь-якої установи, організації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бюджетний кодекс України : від 08.07.2010 р. № 2456-VI : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>.
2. Про Державний бюджет України на 2013 рік : Закон України від 06.12.2012 р. № 5515-VI : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
3. Болюх М. А. Аналіз фінансово-господарської діяльності бюджетних установ [Текст] : навч. посіб. / М. А. Болюх, А. П. Заросило – К : КНЕУ, 2008. – 344 с.
4. Горбатовська Ю. Г. Регламентация обліку і аналізу доходів і видатків загального фонду бюджетних установ / Ю. Г. Горбатовська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 7-8. – С. 59-61.
5. Денисюк О. М. Фінансовий аналіз діяльності бюджетної установи / О. М. Денисюк, І. А. Татунь // Матеріали 7-ї міжнар. наук.-практ. конф. - Том 3. Економіка. – ООД, 2011. – С. 32-34.
6. Лобачева І. Ф. Економічний аналіз як передумова формування, управління й контролю фінансової політики бюджетних установ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com/>.
7. Лобачева І. Ф. Параметричний аналіз кошторису фінансової установи // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com/>.
8. Назарова К. О. Аналіз діяльності бюджетних установ [Текст] : навч. посіб. / К. О. Назарова, Т. А. Кумченко. — К. : КНТЕУ, 2006. – 208 с.
9. Яришко О. В. Фінансовий аналіз діяльності бюджетної установи / О. В. Яришко, С. Ю. Ткаченко // Вісник Запорізького національного університету. – 2008. - № 1. - С. 174-180.

СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ ЗАКАРПАТТЯ

Стаття присвячена теоретичній сутності та необхідності застосування стратегічних підходів до формування туристичного комплексу регіону. Запропоновані етапи формування стратегії підприємств туристичного комплексу регіону, деякі принципові засади регіональної стратегії. Визначено місце маркетингової стратегії в системі стратегічного управління туристичним комплексом.

Ключові слова: регіон, стратегічне управління, туристичний комплекс, стратегічні підходи, маркетингова стратегія.

Revty Yu.

STRATEGIC APPROACHES TO FORMING OF TOURIST COMPLEX OF TRANSKARPATION

The article is devoted to theoretical essence and necessity of application of strategic approaches to forming of tourist complex of region. The offered stages of forming of strategy of enterprises of tourist complex of region, some of principle bases of regional strategy. The place of marketing strategy. The in the system of strategic management by a tourist complex is definite.

Keywords: region, strategic management, tourist complex, strategic approaches, marketing strategy

Вступ. Реалізація ринкових реформ, формування середнього класу, реструктуризація економіки потребують ефективного співставлення макроекономічної політики держави з інтересами окремих її регіонів, областей. Невід'ємною частиною вдосконалення соціально-економічного механізму управління країною виступає впровадження стратегічних засад управління окремими регіонами.

Тому постає необхідність вирішити проблему прикладного характеру, тобто формування науково-обґрунтованої стратегії управління підприємствами туристичного комплексу Закарпаття.

Теоретичні основи формування концептуальних засад стратегічного управління, а також різні аспекти стратегії регіонального управління підприємницькою діяльністю закладені в працях таких вчених-економістів як: З. Варналія, В. Геєця, В. Мікловди, Н. Кубіній, Г. Ножової, М. Лендела, М. Козоріза, Н. Нечаюка, М. Мартиненко. Проте в наукових дослідженнях не приділяється увага саме формуванню туристичного комплексу. Метою даної роботи виступає визначення стратегічних підходів до формування туристичного комплексу регіону та побудова обґрунтованої моделі цього комплексу з огляду на застосування стратегічного управління.

Засади стратегічного управління туристичним комплексом регіону. Проблема успішного функціонування підприємств туристичного комплексу є першочерговою в умовах ринкової економіки та динамічно невизначеного й нестійкого середовища. Суть організації стратегічного управління на цих підприємствах полягає в створенні необхідних умов для формування стратегії, планування,

реалізації планів та контролю за їх виконанням [1, с. 220].

На думку М. М. Мартиненко, стратегічне управління – це технологія ефективного управління за умов підвищеної нестабільності і невизначеності чинників зовнішнього середовища [2, с. 71].

Можемо підсумувати, що стратегічне управління розвитком підприємств туристичного комплексу регіону – це сфера діяльності відповідних органів влади, головним обов'язком яких є визначення пріоритетних напрямів діяльності підприємств цієї сфери та керівництва вищої ланки підприємства, яке забезпечує визначення цілей, розподіл ресурсів та адаптацію до чинників динамічного зовнішнього середовища. Для туристичних підприємств регіону є характерним відсутність або застосування окремих елементів стратегічного управління. Потреба у стратегічному управлінні виникає за наступних умов:

- невизначеність ситуації;
- наявність конкуренції;
- при наявності у підприємства хорошого потенціалу, адекватного змінам зовнішнього оточення (зростання попиту, зміна його структури) та перспективі зростання підприємства або його розвитку;
- бажання залучити найкращих спеціалістів, що володіють стратегічним баченням [3, с. 7-8].

Механізми стратегічного управління підприємствами туристичного комплексу регіону реалізуються на основі сформованої стратегії їх діяльності.

За останні роки завантаження підприємств готельного господарства України не перевищувало 25% пропускну спроможності; питома вага збиткових підприємств у загальній кількості готельних

підприємств складала близько 30%, майже 80% потребують модернізації, автоматизації та комп'ютеризації. Для забезпечення ефективного функціонування підприємств готельного господарства виникає необхідність наукового обґрунтування стратегій їх розвитку [3, с. 198].

Формування стратегії туристичного комплексу Закарпаття. Основними напрямками стратегічного управління регіоном є територіальний розвиток, підприємницька діяльність та управління іншими об'єктами. Принциповими засадами регіональної стратегії розвитку туристичного підприємства, ми вважаємо:

- принцип об'єктивності;
- принцип оптимальності;
- принцип цілеспрямованості;
- принцип комплексності;
- принцип контролю.

В свою чергу, ми пропонуємо наступні етапи формування стратегії підприємств туристичного комплексу регіону:

1. аналіз факторів зовнішнього середовища (демографічні, економічні, політичні, соціально-культурні, науково-технічні, екологічні);

2. оцінка та аналіз внутрішнього потенціалу підприємства (ресурсне забезпечення, виробництво, маркетинг, організаційна структура, персонал);

3. аналіз потенційних ризиків (комерційних, ринкових, валютних);

4. розробка стратегічних альтернатив (інтенсифікація ринку, проникнення на нові сегменти; диверсифікація за всіма напрямками; кооперація та інтеграція; вихід на зовнішній ринок);

5. аналіз та вибір стратегічних альтернатив (аналіз основних показників та вибір альтернатив для реалізації відповідної базової стратегії);

6. оцінка ефективності стратегії: економічна, екологічна, соціальна.

Враховуючи вищесказане, вважаємо доцільним подати схематичне відображення формування туристичного комплексу регіону, запропоноване на рис. 1, при розробці якого є доцільним застосування маркетингового підходу.

У Закарпатській області розвинуті майже всі види рекреаційної діяльності: від санаторно-курортного лікування до відпочинку і різних видів туризму, що здійснюються практично протягом цілого року і в літній, і в зимовий періоди.

Причому при формуванні туристичного комплексу регіону слід врахувати ряд особливостей:

1. географічне положення (транскордонне співробітництво з чотирма країнами – членами Євросоюзу). На теперішній час укладено 12 міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму з державами-членами ЄС;

2. природні фактори (помірно континентальний клімат, наявність мінеральних джерел);

3. сприятливі агроекологічні умови для розвитку зеленого туризму та рекреаційної діяльності національного і міжнародного значення;

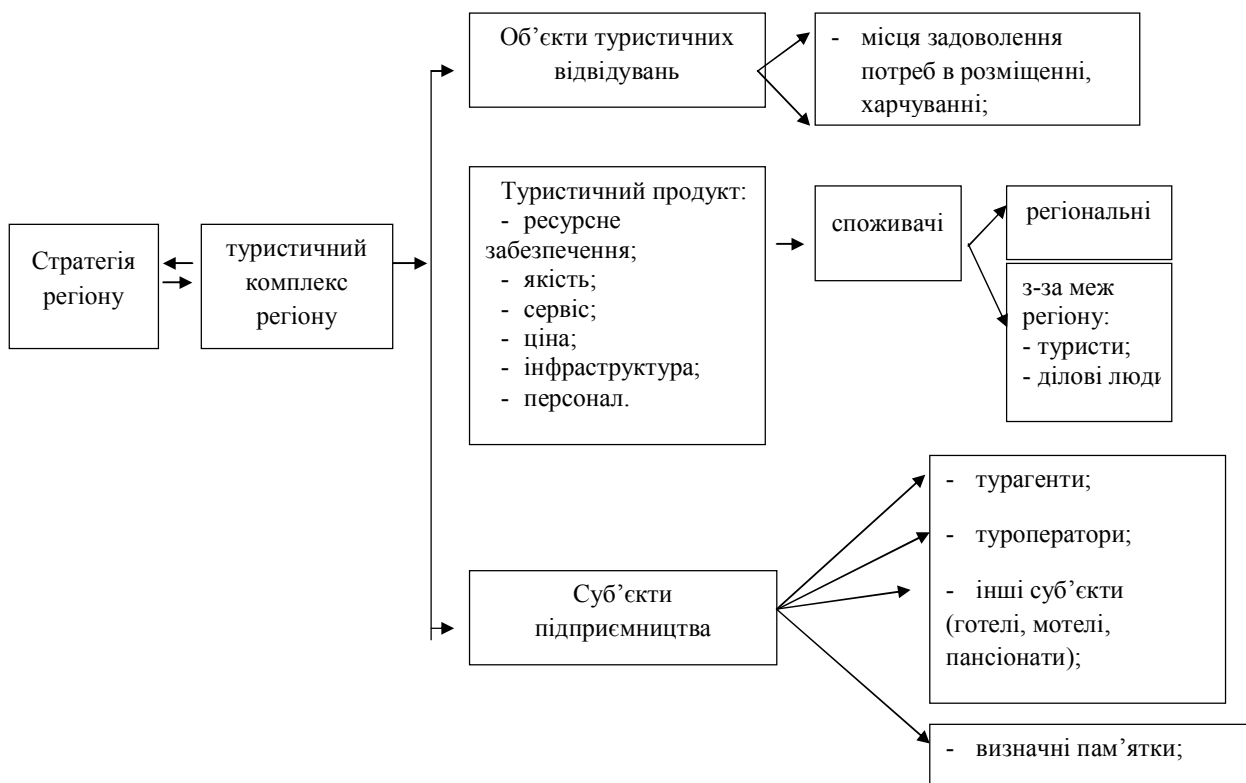


Рис. 1. Формування туристичного комплексу регіону (власна розробка)

4. наявність родинних зв'язків з діаспорою США, Канади, Росії, Німеччини, Угорщини тощо. В області проживають представники понад 100 національностей і народностей. Переважну більшість (80,5%) становлять українці, угорці займають 12,1%, росіяни – 2,5%, румуни – 2,6%, цигани – 1,1%, словаки – 0,5%, німці – 0,3% та інші.

Із рис. 1. бачимо, що на формування туристичного комплексу регіону впливає стратегія регіону. Основою складовою туристичного комплексу виступає формування туристичного продукту, який повинен розроблятися на основі визначення потреб споживачів.

3 року в рік туристичний потенціал Закарпатської області нарощується. На сьогодні мережа санаторно-курортних, туристично-рекреаційних та готельних закладів області нараховує 356 об'єктів, в яких одночасно можна розмістити близько 20 тис. осіб. Туристично-рекреаційний комплекс області допомагає у вирішенні загальних проблем зайнятості - створено 157 робочих місць.

В результаті маркетингового дослідження, спрямованого на визначення потреб та платоспроможного попиту щодо формування туристичного продукту для регіональних споживачів, нами було опитано 35 осіб чоловічої та жіночої статі віком від 20 до 65 років (професорсько-викладацький склад Карпатського інституту підприємництва, м. Хуст).

Нами встановлено: переважна більшість (52%) надає перевагу неорганізованому виду туризму, 30% - організованому, решта (18%) опитаних – намагається поєднувати два види. В розділі найважливіших для опитаних видів туризму найбільшу питому вагу (33,3%) займає лікувальний туризм, 27% - гірський туризм, 13% - спортивний туризм, 7% - науковий туризм, 7% - релігійний туризм, 3% - екотуризм, 9,7% розподілено між іншими видами туризму.

Серед опитаних: 12% - відпочивають 1 раз в два роки, 55% відпочиває 1 раз в рік, 1 раз в півроку – 23 %, 10% - частіше. Із них, хто користується послугами туроператорів чи турагентів області (близько 30%), 16% не задоволені рівнем цін, 14% опитаних вважають, місце розташування туристичного підприємства спричиняє вирішальний вплив на попит на пропоновані послуги.

На думку 30% опитаних, туристичний продукт повинен включати проживання та організацію відвідувань туристичних об'єктів, 7% - організацію

відвідувань туристичних об'єктів, 35 % - проживання, харчування та організацію відвідування туристичних об'єктів, 28% харчування та організацію відвідування туристичних об'єктів, продаж туристичних товарів і сувенірів, надання послуг зв'язку, відпочинку та розваг.

Переважає більшість опитаних (70%) згідна витратити на туристичні послуги 30 дол. США в день, 12% - 20 – 30 дол. США в день, 10% - 550 дол. США за місяць. Таким чином, враховуючи результати опитування, ми можемо сформувати 4 Р туристичного продукту Закарпаття:

1. товар: проживання, харчування та організація відвідувань туристичних об'єктів;
2. ціна: від 30 дол. США в день;
3. збут: через туроператорів чи турагентів, господарських осель зеленого бізнесу;
4. просування: реклама, стимулювання збуту, паблік релішнз.

Висновки. Таким чином, для стратегічного управління регіоном необхідно проаналізувати потенціал та особливості території, а також сформувати стратегічні та маркетингові підходи до формування ефективного туристичного комплексу регіону. Реалізації визначених завдань допомагає стратегічне управління, що здійснюється в декілька етапів. Не менш важливим є сегментування туристичного ринку з метою формування необхідного туристичного продукту регіону.

Дотримання певної послідовності етапів впровадження стратегічного управління забезпечує формування методичного забезпечення стратегічного управління туристичним комплексом регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 224 с.
2. Мартиненко М. М. Стратегічний менеджмент: підручник. – К.: Каравела, 2006. – 320 с.
3. Мікловда В. П., Кубіній Н. Ю., Ножова Г. М., Климко Т. Ю. Регіон: проблеми стратегічного розвитку. – Ужгород: Ліра, 2008. – 196 с.
4. Транскордонне співробітництво в умовах розширення Європейського Союзу на Схід: монографія / за ред. В. П. Мікловди. – Ужгород: Карпати, 2006. – 496 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Андросов В. Ю.** – асп. Харківського державного університету харчування та торгівлі
- Антонюк Г. Я.** – к. е. н., ст. викл. кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД Львівського національного аграрного університету.
- Антонюк Я. М.** – к. е. н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва, директор Інституту післядипломної освіти ЛКА.
- Анопій В. В.** – д.е.н., проф., зав. кафедри комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії
- Анопій Г. В.** – здобувач Львівської комерційної академії
- Бабійчук Т. П.** – к.е.н., асист. кафедри банківської справи Львівської комерційної академії
- Батьковець Г. А.** – к.е.н., доц. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії
- Березін О. В.** – д.е.н., проф., зав. кафедри економіки підприємства Полтавського університету економіки і торгівлі
- Боднар О. О.** – магістр Львівської комерційної академії
- Васюта Н. Р.** – магістр Львівської комерційної академії
- Вірт М. Я.** – к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту Львівської комерційної академії
- Власова Н. О.** – к.е.н., зав. кафедри економіки підприємств харчування та торгівлі Харківського державного університету харчування та торгівлі
- Воронко Р. М.** – к.е.н., доц. кафедри аудиту Львівської комерційної академії
- Гальків Л. І.** – д.е.н., доц. кафедри економетрії та статистики Львівської комерційної академії
- Гонська М. Р.** – асист. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії
- Гудзовата О. О.** – к.е.н., доц. кафедри інформаційних систем у менеджменті Львівської комерційної академії
- Демчишин М. Я.** – к.е.н., доц. кафедри економетрії та статистики Львівської комерційної академії
- Дмитренко І. А.** – асп. Львівської комерційної академії
- Домбик О. М.** – асп. кафедри бухгалтерського обліку Львівської комерційної академії
- Жигало І. І.** – асп. кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету “Львівська політехніка”.
- Затирка М. С.** – магістр Львівської комерційної академії
- Заярна Н. М.** – к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства Львівської комерційної академії
- Зубчик С. М.** – здобувач кафедри обліку і аудиту Луцького національного технічного університету
- Килин О. В.** – к.е.н., доц. кафедри міжнародних економічних відносин Львівської комерційної академії
- Клименко І. В.** – здобувач кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету
- Колянко О. В.** – к.е.н., доц. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії
- Куцик В. І.** – доц. кафедри економіки підприємства Львівської комерційної академії
- Ланда О. О.** – к.е.н., доц. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії
- Лопашук І. А.** – к.е.н., доц., декан Чернівецької фінансової академії
- Лук’янець О. В.** – ст. викл. кафедри обліку, аналізу та аудиту Черкаського інституту банківської справи УБС НБУ (м. Київ)
- Мельник І. М.** – к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії
- Мичак Н. О.** – магістрант кафедри бухгалтерського обліку, аналізу і аудиту Черкаського державного технологічного університету
- Міронова О. І.** – здобувач кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету

Миценко Н. Г. – к.е.н., доц., зав. кафедри економіки підприємств Львівської комерційної академії

Неділька К. З. – асист. кафедри комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії

Ніколаєва С. П. - здобувач кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету

Олексин С. М. – асп. Львівської комерційної академії

Орлик І. О. – асп. Львівської комерційної академії

Павліш Л. В. – асп. Львівської комерційної академії

Процишин О. Р. – к.е.н., доц. Дрогобицького державного педагогічного університету ім. Івана Франка

Пущик В. – магістрант кафедри економіки підприємства Львівської комерційної академії

Радюк І. І. – магістр Львівської комерційної академії

Ревть Ю. І. – ст. викл. кафедри менеджменту, здобувач кафедри економіки, менеджменту та маркетингу Ужгородського національного університету

Саюн А. О. – к.е.н., доц. кафедри обліку, аналізу та аудиту Черкаського інституту банківської справи УБС НБУ (м. Київ)

Свелеба Н. А. – к.е.н., доц. кафедри обліку і фінансів Львівського інституту економіки і туризму

Семенішена Н. В. – доц. кафедри обліку і аудиту Подільського державного агротехнічного університету

Сенчук Т. Я. – пошукувач кафедри бухгалтерського обліку Львівської комерційної академії

Ситник Н. С. – к.е.н., доц., перший проректор Львівської фінансової академії

Скрипко Т. О. – к.е.н., доц. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії

Тарасенко С. В. – здобувач кафедри обліку і аудиту Житомирського державного технологічного університету

Трут О. О. – к.е.н., доц. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії

Фединець Н. І. – к.е.н., доц. кафедри менеджменту Львівської комерційної академії

Хом'як Ю. М. – к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії

Шалева О. І. – к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії

Шиндировський І. М. – к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва Львівської комерційної академії

Шинкаренко О. М. - к.е.н., доц., ст. викл. кафедри обліку, аналізу та аудиту Черкаського інституту банківської справи УБС НБУ (м. Київ)

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ТОРГІВЛЯ, КОМЕРЦІЯ,
ПІДПРИЄМНИЦТВО**

Збірник наукових праць

Випуск 15

Коректор – Кашуба М. І.

Комп'ютерний макет – видавництва
Львівської комерційної академії

Підписано до друку 23.12.2013 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
26,25 др. арк. 24,53 ум. др. арк. 19,41 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 138.

Віддруковано в друк. видавництва Львівської комерційної академії
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 276-07-75. e-mail drook@lac.lviv.ua
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 246 від 16.11.2000 р.