

ТОРГІВЛЯ, КОМЕРЦІЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

Збірник наукових праць

ВИПУСК 19

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ АКАДЕМІЇ
2015

Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2015. – Вип. 19. – 176 с.

Збірник наукових праць

Випуск 19

Відповідно до Постанови Президії ВАК України № 3-05/6 від 6.10.2010 р. збірник включено до переліку фахових видань

*Друкується за ухвалою Вченої ради Львівської комерційної академії
Протокол № 1 від 25 вересня 2015 року.*

Редакційна колегія:

*Апопій Віктор Володимирович, д.е.н., проф., (головний редактор);
Куцик Петро Олексійович, к.е.н., проф.;
Семак Богдан Богданович, д.е.н., проф., (заступник головного редактора);
Мельник Ірина Миколаївна, к.е.н., доц., (відповідальний секретар);
Скибінський Станіслав Володимирович, к.е.н., проф.;
Сирохман Іван Васильович, д.т.н., проф.;
Васильців Тарас Григорович, д.е.н., проф.;
Вовчак Ольга Дмитрівна, д.е.н., проф.;
Дайновський Юрій Анатолійович, д.е.н., проф.;
Єлейко Василь Іванович, д.е.н., проф.;
Доманцевич Ніна Іванівна, д.т.н., проф.;
Мізюк Богдан Михайлович, д.е.н., проф.;
Редченко Костянтин Іванович, д.е.н., проф.;
Шевчук Віктор Олексійович, д.е.н., проф.;
Лігоненко Лариса Олександрівна, д.е.н., проф.;
Балабан Петро Юрійович, к.е.н., проф., ;
Чорна Марина Віталіївна, д.е.н., проф.;
Мокій Анатолій Іванович, д.е.н., проф.;
Ковалик Наталія Василівна, к.філол.н., доц.*

Відповідальний за випуск – д.е.н., проф. Семак Б. Б.

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРА, УПРАВЛІННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анопій В. В., Андрійів Н. М.

АКТИВІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ І РЕГУЛЮВАННЯ
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....6

Мних О. Б.

ЗАКОРДОННА І ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ Й РОЗДРІБНОЇ
ТОРГІВЛІ І АНАЛІЗ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....12

Височин І. В.

ЛОГІСТИКА ЯК ОСНОВА ПРОЦЕСНО-ПОТОКОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ
ТОВАРООБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ.....18

Бойчук І. В.

ПЛАНУВАННЯ Й ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
В ІНТЕРНЕТІ.....23

Валінкевич Н. В.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ (ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА
ЕСЕНЦІЯ).....29

Куцик В. І., Кліпкова О. І.

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ
ВЛАСНОСТІ У СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ.....34

Гаврилюк Г. Є., Данило С. І.

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ
РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ
ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ).....38

Maria Krelowska-Kulas

WPROWADZENIE DO ZARZADZANIA JAKOSCIA W PRZEDSIEBIORSTWIE.....45

Гончар О. І.

ОПТИМІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА....49

Должанський А. М., Миска І. В.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНИХ
УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....54

Герега О. В.

ОЦІННО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ
ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....58

Миценко Н. Г., Градюк Н. М.

КОНТРОЛІНГ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....63

Косарев М. Г.

ДОСВІД ПОЛЬЩІ ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НОВОСТВОРЕНИХ
ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ (СТАРТАПІВ).....67

Мишук І. П.

СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....72

Шалева О. І.	ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ.....	77
Сашко О. П.	ОБЛКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТУВАННЯ ВИТРАТ.....	82
Грищенко І. В., Білецька Н. В., Клівіденко Л. М., Циганчук В. А.	ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРНИХ ПРОЕКТІВ.....	86
Бучко Н. В.	МЕТОДИКА ОБЛІКУ ПРЕДМЕТІВ ПРОКАТНОГО ФОНДУ ПІДПРИЄМСТВА.....	90
Кузьма Х. В.	ОБЛІК КОМІСІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ.....	94
МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ		
Барна М. Ю., Семак Б. Б., Семів С. Р.	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ....	99
Яремко І. Й., Пилипенко Л. М.	ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У ТРАНСМІСІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ.....	105
Фомішина В. М.	ДІАЛЕКТИКА ОБ'ЄКТИВНОГО І СУБ'ЄКТИВНОГО У ПЛАНУВАННІ ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....	110
Домбик О. М.	ОБЛІК ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ.....	115
Беседін В. Ф., Ковальчук С. П.	СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ФАКТОРІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ	124
Легенчук С. Ф.	ПРОБЛЕМИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ОБЛКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПОСЛУГАМИ СІМЕЙНОЇ МЕДИЦИНИ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ...129	
Міценко Н. Г.	ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ ТОВАРНОГО ОБІГУ.....	133
Мазярко І. С.	ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В МЕЖАХ СТВОРЕННЯ ДІЄВОЇ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА У ТОРГІВЛІ.....	142
Попадинець Н. М.	РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТОВАРНОГО РИНКУ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС І ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ.....	146
Аль Ширафі Мохаммед Авад	МЕДИЧНА ГАЛУЗЬ ЯК ОБ'ЄКТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ.....	152

Янковий В. О.

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МАТЕМАТИЧНОГО АНАЛІЗУ ВИРОБНИЧОЇ ФУНКЦІЇ
КОББА-ДУГЛАСА І CES-ФУНКЦІЇ.....156

Рутар Т. С.

ІНСТИТУЦІЙНІ ФАКТОРИ ПЕРЕХОДУ ВІД ОЛІГАРХІЧНОГО ДО
ВІЛЬНОРИНКОВОГО КАПІТАЛІЗМУ162

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА ТА ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

Галик І. С., Семак Б. Д.

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМИ РИНКОВОГО НАГЛЯДУ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО
ТЕКСТИЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА.....167

Лебединець В. Т., Буряченко Л. Ю.

МОРСЬКІ ВОДОРОСТІ – УНІКАЛЬНА СИРОВИНА ДЛЯ ЗБАГАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ
ХАРЧУВАННЯ.....172

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРА, УПРАВЛІННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 356:061.5

Анопій В. В.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва, Львівська комерційна академія, м. Львів

Андрієв Н. М.,

аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

АКТИВІЗАЦІЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДТРИМКИ І РЕГУЛЮВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. Розглядаються організаційно-економічні та інституціональні аспекти проблеми активізації державної політики підтримки і регулювання торговельного підприємництва крізь призму підвищення рівня конкурентності внутрішньої торгівлі України. Визначаються пріоритетні напрями впливу державних органів на розвиток підприємництва, зміцнення конкурентного потенціалу торгівлі та її конкурентних позицій. Перспективним для подальшого дослідження аспектом проблеми активізації державної політики визначено стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку внутрішньої торгівлі України.

Ключові слова: підприємництво, система торгівлі, державна політика, конкуренція.

Аропій В. В.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Andriiv N. M.,

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

ACTIVIZATION OF STATE POLICY OF SUPPORT AND REGULATION OF TRADING ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The organizational, economic and institutional aspects of a problem of activation state policy of support and regulation of trading entrepreneurship in the context of increasing the level of competitiveness of domestic trade in Ukraine are considered. The priority areas of state influence on entrepreneurship development, strengthening the competitive potential of trade and its competitive positions are determined. Promising aspect for further research of the problem of state policy activation is seen through encouragement of investment and innovation development of domestic trade in Ukraine.

Keywords: entrepreneurship, system of trade, state policy, competition.

Постановка проблеми. Особливістю сучасного розвитку ринково-орієнтованих національних економік є прискорений розвиток підприємництва і нарощування його конкурентного потенціалу. Це закономірне явище характерно і для вітчизняної економіки, причому воно прогресує у всіх сферах економічної діяльності, в тому числі внутрішній торгівлі.

Відтак актуалізується проблема розвитку конкурентного підприємництва на інноваційних заса-

дах, ринкових механізмах, системі відносин та ефективної державної політики. Проте саме державна політика розвитку підприємництва в системі торгівлі недосконала, суперечлива і малоефективна, що приводить до безсистемності у розвитку торговельного підприємництва, суттєвих деформацій його структури, глибокої регіонально-територіальної диференціації й низької конкурентоспроможності.

У зв'язку з цим об'єктивно виникає необхідність активізації ролі державних органів управління і регулювання в проведенні дієвої політики, спрямованої на інноваційний розвиток підприємництва в сфері торгівлі, й суттєвого посилення його конкурентного потенціалу [9, с. 103].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безпосередньо взаємозв'язок підприємництва і конкуренції досліджено в роботах вітчизняних вчених Апопія В., Башнянина Г., Бланка І., Барної М., Долішнього М., Даниленко А., Пазура П., Нарної М., Павлової В., Скрипко Т., Фугало Т. тощо.

Проте поза увагою дослідників залишилася низка питань державної політики у розвитку підприємництва в Україні, його регулювання й ефективного управління.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування напрямів активізації державної політики регулювання і підтримки підприємництва в сфері торгівлі, а також інструментів реалізації державної політики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Забезпечення ефективного функціонування внутрішньої торгівлі можливе за умов використання інструментів державного регулювання та підтримки [8, с. 5]. У сучасних умовах розвиток конкурентного підприємства в системі внутрішньої торгівлі передбачає не лише дотримання принципів захисту та сприяння конкуренції, але й дотримання стратегії підвищення конкурентоспроможності, використання різноманітних механізмів реалізації підтримки й стимулювання.

На нашу думку, державна політика регулювання та підтримки підприємства в системі внутрішньої торгівлі має спрямовуватися на (рис. 1):

- формування конкурентного середовища та здійснення антимонопольного регулювання у внутрішній торгівлі;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства у системі внутрішньої торгівлі;
- побудову системи відповідальності за порушення законодавства. Розглянемо вказані напрями детальніше.

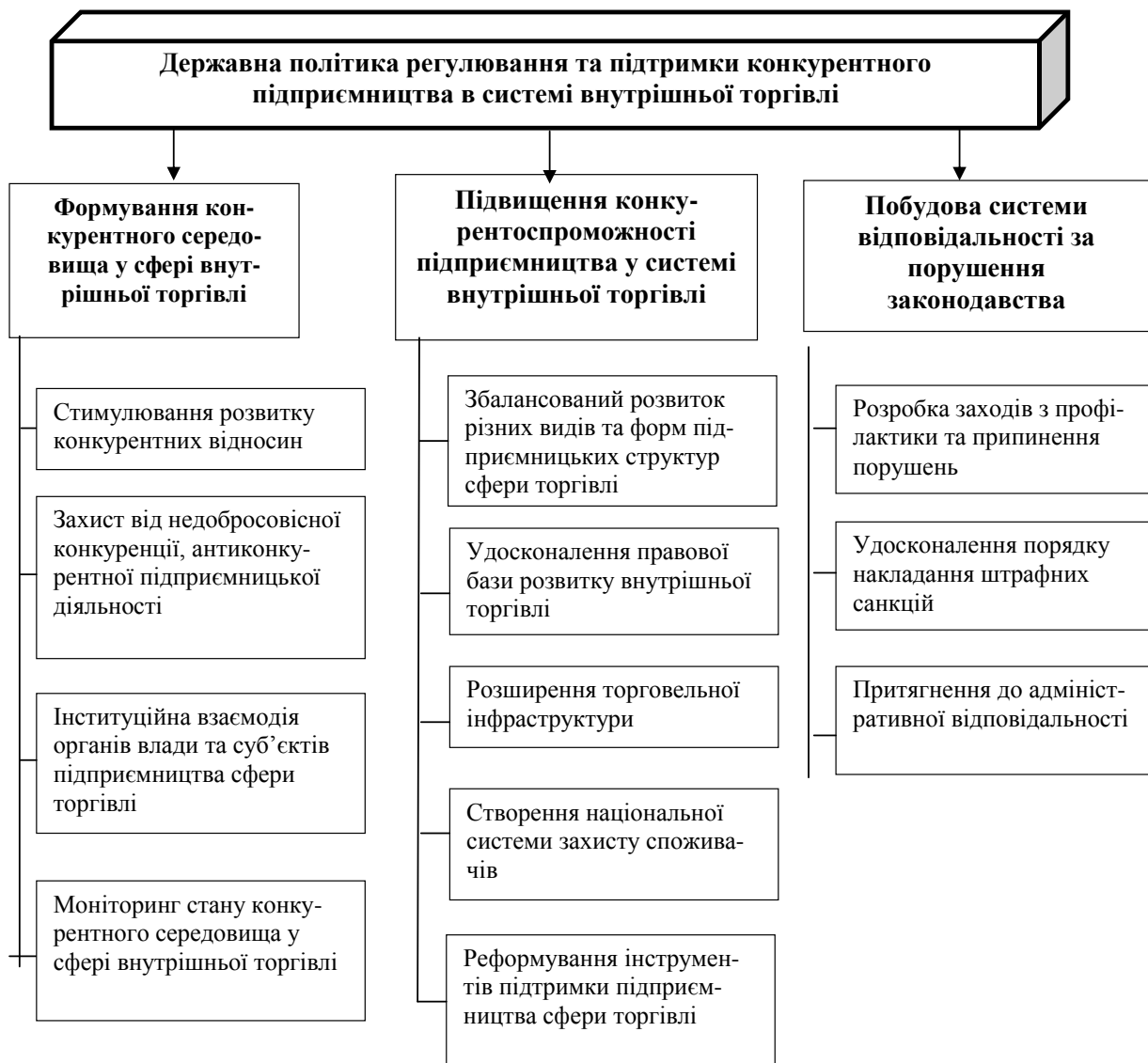


Рис. 1. Напрями державної політики регулювання та підтримки підприємства в системі внутрішньої торгівлі України

Формування конкурентного середовища та анти-монопольне регулювання у внутрішній торгівлі передбачає:

- забезпечення оптимального рівня конкуренції та концентрації. При цьому допустимим є створення крупної структури у випадку, коли споживачеві пропонується товар на більш вигідних для нього умовах – розширення пропозиції товарів більш високої якості за нижчими цінами;

- недопущення виникнення невикористаних конкурентних переваг окремих суб'єктів підприємництва сфери торгівлі, зокрема у вигляді зловживання монопольним чи домінуючим становищем, нечесної конкуренції, недобросовісної реклами тощо [6; с. 56];

- захист національної економіки від недобросовісної іноземної конкуренції, антиконкурентної підприємницької практики, зловживання ринковою владою з боку іноземних суб'єктів торговельного підприємництва.

Стимулювання конкуренції в сфері бізнесу набуває характер особливо актуальної проблеми [5; 531].

У світовому рейтингу простоти ведення бізнесу за результатами 2010 року Україна посідає 142 місце серед 183 країн (у 2009 р. – 146 місце), 2012 р. – 137 місце, 2013 р. – 112 місце, що є прямим наслідком великої кількості регулятивних норм, що стримують розвиток конкурентних відносин у вітчизняному підприємстві. Крім того, сама структура суб'єктів підприємництва деформована. В ній переважають мікропідприємства з незначним конкурентним потенціалом і по суті без конкурентних стратегій (табл. 1).

У сфері торгівлі функціонують більше 1,1 млн. суб'єктів, тобто 1-3% загальної їх чисельності в економіці України. Серед них близько 85% – це мікропідприємства торгівлі і лише 3,5% можна віднести до середніх і великих підприємств. При цьому частка останніх у товарообороті сягає 78%.

Таким чином, важливим напрямом зміцнення конкурентного потенціалу підприємств торгівлі та їх конкурентних позицій є концентрація, створення крупних підприємств, які функціонують на інноваційних засадах, до них можна віднести низку вітчизняних компаній: “Фоззі”, АТБ-маркет, група компаній “Фуршет”, “Велика кишеня”, “Еко” (супермаркети “Еко-Маркет”). Формати “гіпермаркет”, “супермаркет” в Україні активно розвиваються іноземними операторами торговельних мереж (“Billa” (Австрія), “Spar” (Нідерланди), “Praktiker” та Metro AG (Німеччина), “Auchan Group” (Франція), “БМ-Трейд” (Литва), “Перекресток” (Росія).

Прихід на вітчизняний ринок крупних зарубіжних компаній, діяльність іноземних операторів торгівлі, які мають значні фінансово-економічні та організаційні ресурси, розвинені технології, великий досвід ведення бізнесу, в тому числі завоювання покупця, забезпечує розвиток цивілізованих форм взаємодії суб'єктів економіки, підвищення “стандартів” конкуренції, краще задоволення потреб споживача. З іншого боку, це спричиняє посилення концентрації, витіснення (поглинання) ними менш потужних вітчизняних учасників ринку [7; с. 26]. Варто наголосити, що деструктивно зарубіжні компанії проникають в оптову торгівлю України, створюючи дистриб'юторські фірми і тим самим руйнуючи мережу оптових торгових баз.

Таблиця 1

Кількість суб'єктів підприємництва та їх частка в діяльності внутрішньої торгівлі України 2011-2013 рр. [11; 202-233]

Роки	2011		2012		2013	
	од.	частка, %	од.	частка, %	од.	частка, %
<i>Усього суб'єктів підприємництва, од., у тому числі:</i>						
великі	111638	100	103798	100	110414	100
середні	161	0,2	173	0,2	164	0,2
малі, з них	4161	3,7	3950	3,8	3675	3,3
мікропідприємства	107316	96,1	99675	96,0	106575	96,5
	92515	82,9	85492	82,4	93166	84,4
<i>Кількість зайнятих працівників, усього, тис. осіб, у тому числі на:</i>						
великих	1246,7	100	1193,4	100	1156,0	100
середніх	275,2	22,1	300,8	25,2	316,5	27,4
малих, з них	425,0	34,1	388,6	32,6	366,2	31,7
мікропідприємствах	546,5	43,8	504,0	42,2	473,3	40,4
	246,9	20,1	228,6	19,2	220,6	19,1
<i>Обсяги реалізованої продукції, млн. грн. у тому числі:</i>						
великими	1587116,5	100	1623609,6	100	161213	100
середніми	486684,6	30,7	481477,1	29,7	495334,6	30,7
малими, з них	741941,6	46,8	783833,1	48,3	769240,7	47,7
мікропідприємствами	358490,3	22,6	358279,4	22,1	347559,1	21,6
	114503,7	7,2	116750,3	7,2	114442,2	7,1

Стимулювання конкуренції є і буде головним напрямом економічної політики, у тому числі політики щодо функціонування внутрішньої торгівлі, що передбачає створення для всіх суб'єктів підприємства рівних транспарентних умов конкуренції; сприяння реалізації конкурентних переваг для забезпечення найкращого задоволення потреб споживача.

Вважаємо, що підтримка та розвиток конкуренції у сфері внутрішньої торгівлі передбачає застосування політичних, інституційних, правових та регуляторних засобів для забезпечення правил чесної конкуренції.

Таким чином, у взаємовідносинах суб'єктів підприємства системи внутрішньої торгівлі та органів влади мають:

- використовуватися як заходи регулюючі, так і заходи підтримки;
- забезпечуватися постійний моніторинг і система діагностики стану та проблем підприємства;
- розроблятися та запроваджуватися на постійній основі методика аналізу впливу регуляторних актів на торговельне підприємство. Кожен правовий акт має проходити відповідну процедуру розробки, погодження і реалізації, а також охоплювати негативні наслідки для розвитку. Процес обговорення нормативних документів має бути прозорим [8; с. 296];
- удосконалюватися нормативно-правове забезпечення ведення підприємства сфери торгівлі, запровадження єдиних стандартів та підходів до підприємницьких структур, розроблення та запровадження перспективних планів розвитку й розміщення роздрібно-торгівельної мережі як складової частини генеральних планів [8; с. 307];
- формуватися інформаційне забезпечення взаємодії державних і підприємницьких структур сфери внутрішньої торгівлі.

Вважаємо за доцільне реформувати структуру Антимонопольного комітету України за ринками та формами суб'єктів господарювання на ньому. На нашу думку, це сприятиме розширенню сфери нагляду за ринками, які є конкурентними, посиленню ролі Антимонопольного комітету України щодо запровадження штрафів для службовців, органів державної влади та місцевого самоврядування у разі заохочення ними неконкурентної поведінки, зокрема надання тих чи інших пільг при реалізації торговельної діяльності.

Розвиток внутрішньої торгівлі в Україні має включати й проведення моніторингу за функціонуванням конкурентного середовища у цій галузі. Антимонопольний комітет України застосовує у своїй діяльності Методику визначення монополюючого (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку, яка базується на певних показниках.

У сучасних умовах розвиток внутрішньої торгівлі не лише передбачає дотримання принципів захисту та сприяння конкуренції, але й дотримання стратегії підвищення конкурентоспроможності. На

нашу думку, цього можна досягти за рахунок активної державної політики [1].

По-перше, варто сприяти збалансованому розвитку оптових і роздрібних торговельних структур. Серед пріоритетних завдань – активізація розвитку оптової торгівлі шляхом державного інвестування об'єктів оптової торгівлі з подальшою передачею їх на конкурсних засадах в оренду приватним структурам за умови дотримання їхньої асортиментної та цінової політики. Підтримка оптової торгівлі може здійснюватися й через механізм розміщення державного замовлення та забезпечення повної та своєчасної оплати за товари. Таким чином це сприятиме захисту внутрішнього ринку від необгрунтованого засилля іноземних товарів, аналогі яких уже виробляються в Україні.

Нині оптова торгівля через різні причини має слабкі конкурентні переваги поряд із суб'єктами роздрібно- та дрібно-роздрібно-торгівлі. Необхідно створювати різноманітні структури оптових підприємств за функціональним призначенням, розмірами, спеціалізацією, формами власності та організаційно-правовою формою, які б здійснювали повний цикл обслуговування партнерів. Це сприятиме формуванню конкурентного середовища в оптовій торгівлі [4, с. 181]. З іншого боку, – зменшувати кількість дрібних оптових посередників, які лише перепродують закуплені товари; розвивати оптові продовольчі ринки, зокрема сільськогосподарської продукції; розвивати оптовий продаж товарів через мережу Інтернет, який можуть здійснювати як товаровиробники, так і посередники; розвивати сучасну мережу складів, що належать оптовим торговцям для надання складських послуг як оптовим підприємствам, так і товаровиробникам, роздрібним торговцям.

Водночас необхідно у правових документах прописати стимули для здійснення великоформатної торговельної діяльності, що є перспективою розвитку внутрішньої торгівлі та чинником мінімізації тіньової складової. Це можна досягнути шляхом розвитку оптово-роздрібних підприємств, торговельних мереж, виробничо-торговельних об'єднань, які здатні витіснити численних дрібних торговців та посередників, зменшити ризики торговельних операцій.

Необхідно забезпечити пріоритетний розвиток цивілізованих каналів роздрібно-торгівлі товарів через мережу магазинів; суттєво підвищити контроль за діяльністю організованих ринків, припинити діяльність неформальних ринків, забезпечити оптимальне співвідношення в регіонах магазинів за різними формами спеціалізації та розмірами.

У спеціалізованих торговельних об'єктах має здійснюватися обслуговування окремих категорій громадян, яким надаються відповідні пільги.

Для цього як органи місцевого самоврядування, так і об'єднання підприємців повинні:

- розробляти програми створення мережі спеціалізованих магазинів (соціальних магазинів), правила та стандарти обслуговування пільгових категорій громадян;

- надавати відповідну фінансову підтримку суб'єктам підприємництва сфери торгівлі для створення запасів соціально значущих товарів; застосувати пільгову орендну плату чи звільняти від сплати місцевих зборів, цільові пільгові кредити на придбання соціально значущих торговельних об'єктів.

По-друге, розвивати на рівних умовах усі форми підприємницьких структур сфери торгівлі – суб'єктів малого, середнього та великого торговельного підприємництва [2]. Забезпечення різноманітності суб'єктів торговельної діяльності сприятиме вдосконаленню інституційних засад функціонування торгівлі, реалізації конкурентних переваг різних організаційних структур, орієнтації їх стратегій на співпрацю, зменшення кількості посередників між товаровиробником та споживачем.

По-третє, ухвалити низку нормативно-правових документів. Нагальним є прийняття Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання внутрішньої торгівлі” задля впорядкування й детінізації внутрішньої торгівлі, ліквідації стихійної торгівлі, підвищення рівня торговельного обслуговування населення та захисту прав споживачів, а також питань взаємовідносин між торговельними мережами та постачальниками та створення рівних умов ведення бізнесу для всіх учасників ринку; вдосконалення правових засад функціонування дистанційної торгівлі через мережу Інтернет у частині посилення відповідальності суб'єктів підприємництва в сфері торгівлі за реалізацію неякісних товарів, зменшення рівня тінізації роздрібно торгівлі та забезпечення належного захисту прав споживачів.

По-четверте, сприяти розширенню торговельної інфраструктури – будівництво об'єктів інфраструктури як за державні та приватні кошти, так і з використанням механізмів державно-приватного партнерства. Таке партнерство дозволяє забезпечувати узгодження та врахування взаємних інтересів держави підприємництва сфери торгівлі у реалізації спільних інноваційно-інвестиційних проектів, цільових галузевих програм. Для держави основними перевагами такого партнерства є активізація інвестиційної діяльності торговельних підприємств, стимулювання їх підприємницької діяльності, підвищення ефективності ринкової інфраструктури. Для суб'єктів підприємництва переваги насамперед полягають у доступі до ресурсів, використання яких раніше було неможливим, спрощенні дозвільних процедур, розширенні можливості отримання кредитів на пільгових умовах під державні гарантії. Подібний механізм державно-приватного партнерства доцільно використати для ефективного розвитку оптової торгівлі, особливо на місцевому рівні. За таких умов посилять роль органів місцевого самоврядування у розвитку та регулюванні суб'єктів підприємництва внутрішньої торгівлі, які у першу чергу застосовуватимуть механізми стимулювання ділової активності суб'єктів підприємництва, розробку інвестиційних проектів, спрямованих на будівництво логістичних центрів постачань.

По-п'яте, розробити національну систему захисту споживачів шляхом посилення вимог до якості товарів і послуг, що реалізуються на внутрішньому ринку, заохочення застосування ефективних систем якості на вітчизняних підприємствах; застосовувати інструменти стимулювання продажу товарів вітчизняного виробництва, що призвело б до зменшення рівня імпортозалежності; підвищити рівень якісного торговельного обслуговування шляхом належної професійної підготовки кадрів для сфери внутрішньої торгівлі.

По-шосте, формувати систему інструментів підтримки підприємництва (інформаційно-консультативна підтримка, фінансово-кредитна підтримка підприємств у веденні бізнесу).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Активізація державної політики регулювання і підтримки торговельного підприємництва набуває характер актуальної проблеми в умовах глобалізації товарних ринків і посилення конкуренції. Пріоритетними для цього напрямку слід вважати:

- оновлення законодавчо-нормативної бази;
- вдосконалення конкурентних відносин і механізмів їх реалізації;
- формування сприятливого фіскального середовища.

Перспективним для дослідження аспектом проблеми активізації державної політики можна визначити стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку внутрішньої торгівлі України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України “Про Національну програму сприяння малого підприємництва в Україні” // Відомості ВР України. – 2001. – №7. – С. 35.
2. Закон України “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні” // Відомості Верховної Ради України. – 2013. – №3. – С. 3.
3. Система регулювання внутрішньої торгівлі : монографія / [В. Апопій, І. Копич, О. Біла та ін.]. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
4. Апопій В. В. Основи підприємництва : підручник / В. Апопій, С. Серета, Н. Шутовська. – Львів : “Новий світ”, 2013. – 323 с.
5. Куцик П. О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку : монографія / П. Куцик, О. Ковтун, Г. Башнянин. – Львів : Вид-во ЛКА, 2015. – 594 с.
6. Лазур П. Ю. Державне регулювання малого і середнього підприємництва : монографія / П. Ю. Лазур. – Львів : “Новий світ”, 2006. – 400 с.
7. Портных В. В. Стратегия бизнеса / В. В. Портных. – М. : Изд-во “Дашков и К”, 2013. – 276 с.
8. Скрипка Т. О. Інвестиційно-інноваційна активність малого і середнього підприємництва як чинник економічної безпеки держави : монографія / Т. О. Скрипка. – Львів : Ліга-Прес, 2013. – 384 с.

9. Чеберко Е. Ф. Теоретические основы предпринимательской деятельности: макроэкономический аспект / Е. Ф. Чеберко. – Санкт-Петербург : СПбГУП, 2009. – 304 с.

10. Чорна М. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств торгівлі : монографія / М. В. Чорна; Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі. – 2010. – 426 с.

11. Діяльність суб'єктів господарювання : статзбірник / Держстатслужба України. – 2011: 2012: 2013 р. – К., 2014.

REFERENCES

1. Закон Ukrainy "Pro Natsional'nu prohramu spryyannya maloho pidpryyemnytstva v Ukraini" (2001), *Vidomosti VR Ukrainy*, #7, s. 35.

2. Закон Ukrainy "Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraini" (2013), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, #3, s. 3.

3. *Systema rehulyuvannya vnutrishn'oyi torhivli* (2012), V. Apopiy, I. Kopych, O. Bila ta inshi, Akademvydav, K., 424 s.

4. Apopiy, V. Sereda S. and Shutovs'ka N. (2013), *Osnovy pidpryyemnytstva*, "Novyy svit", L'viv, 323 s.

5. Kutsyk P., Kovtun O. and Bashnyanyn H. (2015), *Hlobal'na ekonomika: pryntsyipy stanovlennya, funktsionuvannya, rehulyuvannya ta rozvytku*, Vyd-vo LKA, L'viv, 594 s.

6. Lazur, P. Yu. (2006), *Derzhavne rehulyuvannya maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva*, "Novyy svit", L'viv, 400 s.

7. Portnykh, V. V. (2013), *Stratehiya byznesa*, Yzd-vo "Dashkov y K", M., 276 s.

8. Skrypko, T. O. (2013), *Investytsiyno-innovatsiyna aktyvnist' maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva yak chynnyk ekonomichnoyi bezpeky derzhavy*, Liha-Pres, L'viv, 384 s.

9. Cheberko, E. F. (2009), *Teoretycheskye osnovy predprynimatel's'koy deyatel'nosti: makroekonomycheskyy aspekt*, Sankt-Peterburh, 304 s.

10. Chorna, M. V. (2010) *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv torhivli*, Khark. derzh. un-t kharch. ta torhivli, 426 s.

11. *Diyal'nist' subyektiv hospodaryuvannya : statzbirnyk*, Derzhstat-sluzhba Ukrainy, 2011: 2012:2013 r., K., 2014.

Мних О. Б.,
д.е.н., проф. кафедри маркетингу і логістики, Національний університет "Львівська Політехніка", м. Львів

ЗАКОРДОННА І ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ Й РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ І АНАЛІЗ ФАКТОРІВ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. Дано характеристику тенденції розвитку оптової й роздрібною торгівлі на основі узагальнення закордонного і вітчизняного досвіду. Визначено фактори успіху крупних світових гравців торговельного бізнесу і причини посилення динамічності розвитку споживчих ринків на сучасному етапі. Виявлено особливості розвитку торгівлі в Україні в умовах поглиблення фінансової, політичної й соціальної кризи. Доведена необхідність активного пошуку нових форматів торговельного бізнесу після вступу України в зону вільної торгівлі з країнами ЄС. Розроблено послідовність дослідження зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на діяльність торговельних підприємств у конкурентних умовах розвитку споживчих ринків і на формування стратегій їхнього розвитку.

Ключові слова: торгівля, торговельне підприємство, конкуренція, оптова торгівля, роздрібна торгівля, модель бізнесу, глобалізація бізнесу.

Mnykh O. B.,
Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Marketing and Logistics, National University "Lviv Polytechnic", Lviv

FOREIGN AND DOMESTIC PRACTICES OF WHOLESALE AND RETAIL TRADE DEVELOPMENT AND ANALYSIS OF FACTORS OF TRADE ENTERPRISES DEVELOPMENT

Abstract. The characteristic of trends of wholesale and retail trade development, based on a synthesis of foreign and domestic experience is given. The factors of success of large global trading business players are determined as well as the reasons for strengthening the dynamics of consumer markets development at the present time. The features of trade development in Ukraine in conditions of deepening of financial, political and social crisis are revealed. The necessity of an active search for new formats of trading business after Ukraine's accession to the free trade zone with the EU countries is proved. The sequence of studies of internal and external factors affecting the trade enterprises activities in the competitive environment of consumer markets and the formation of their development strategies are worked out.

Keywords: trade, trade enterprise, competition, wholesale trade, retail trade, business model, globalization of business.

Постановка проблеми. Торгівля як складова компонента національної економіки відіграє важливу роль у здійсненні простого і розширеного відтворення капіталу на інноваційній основі в системі відносин "постачання-виробництво-споживання", у покращенні структури вального внутрішнього продукту завдяки збільшенню в ньому частки післяпродажних торговельних послуг і якісному задоволенню потреб суспільства. Інтенсифікація зв'язків України у сфері торгівлі товарами і послугами з країнами Європи і далекого зарубіжжя є відображенням відкритості української економіки. З 01.01.2016 р. Україна увійшла в зону вільної торгівлі з країнами ЄС, що з необхідністю вимагає адаптації торговельного бізнесу до європейських правових норм і

більш глибокого вивчення сучасних тенденцій розвитку оптової й роздрібною торгівлі в конкурентних умовах, а також можливостей застосування інноваційних рішень як на етапі проектування, так і розгортання масштабу діяльності торговельних мереж у країні і за її межами. Особливо актуальними є питання гнучкого пристосування торговельних підприємств до жорстких умов функціонування в умовах кризи, їх грамотної диверсифікації, ресурсного забезпечення управлінських рішень при нестабільній національній валюті, зростанні вартості кредитних ресурсів, зниженні інвестиційної привабливості країни в міжнародних рейтингах, істотному зниженні платоспроможності покупців навіть на такі товарні групи, які не належать до елітних.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Чим прогресивніші методи застосовуються у сфері торгівлі з урахуванням особливостей об'єкта купівлі-продажу, тим швидше здійснюється окупність капіталу інвесторів, зменшується вартість так званого “замороженого” капіталу на складах виробників і в торговельних підприємствах, покращуються стартові умови для виживання та інноваційного розвитку торговельних підприємств у конкурентних умовах функціонування глобальних споживчих ринків.

Глобалізація споживчих ринків ставить нові виклики менеджменту торговельної сфери діяльності, відповіді на які вимагають якісного розвитку ключових компетенцій персоналу, вміння оцінювати вигоди та ризики, пов'язані з електронною торгівлею, експортно-імпорнтними операціями, ідентифікувати проблеми маркетингового і логістичного характеру, структурувати їх за рівнями ієрархії управлінських систем [1-6]. Істотні зміни у сфері торгівлі в Україні пов'язані з активною діяльністю торговельних мереж у відкритій економіці країни. Так, зовнішньоторговельні операції України в 2015 р. проводилися з партнерами зі 179 країн світу. Хоча позитивне сальдо за 2015 р. склало \$ 630 млн. (у 2014 році воно було негативним у розмірі \$ 530 млн.), проте такий результат є, зокрема, наслідком падіння попиту на імпорнтні товари і послуги на споживчому ринку країни при високому темпі девальвації національної валюти. Крім того, відсутність необхідного ресурсного забезпечення не може створити реальних передумов для зростання експорту вітчизняних товарів, особливо наукомістких із високою часткою доданої вартості. Значну частку оптового товарообороту (53,9%, або 471,6 млрд. грн.) складає перепродаж товарів іншим підприємствам оптової торгівлі. Про істотну роль товарів іноземного походження на внутрішньому ринку України свідчать такі дані: частка оптової торгівлі товарами, які вироблені на території України, за 9 місяців 2015 р. становила лише 47,2% від загального обсягу оптового продажу (в обсязі оптової реалізації непродовольчих товарів вона складала 41,3%, а в групі продовольчих товарів – 73,7%). Доходи оптової та роздрібно-ї торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів у 4 кварталі 2014 р. склали 64377 млн. грн., або 14,4% у підсумку до валового внутрішнього продукту, що на 26,6% нижче від аналогічного показника за попередній період [7]. В умовах поглиблення кризових ситуацій в Україні необхідно розробляти такі заходи, які б сприяли трансформації ресурсів торговельних компаній у вагомі стратегічні активи, що ефективно використовуються у процесі розширення асортименту послуг на вітчизняних і закордонних ринках [8]. Це актуалізує пошук інноваційних рішень у різних видах економічної діяльності названих підприємств і вивчення прогресивного закордонного досвіду функціонування різного за форматом торговельного бізнесу.

Постановка завдання. Метою наукового дослідження є узагальнення закордонного і вітчизняного досвіду розвитку оптової й роздрібно-ї торгівлі, виявлення особливостей вибору формату бізнесу

вітчизняних торговельних підприємств на сучасному етапі поглиблення кризи в Україні й визначення сукупності факторів, що впливають на діяльність торговельних підприємств і на формування стратегій їхнього розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поява інвестиційних пропозицій на сучасних ринках прогресивних ІТ-технологій, високі темпи зростання електронної торгівлі товарами і послугами розширюють простір глобалізації бізнесу та його комунікацій із інвесторами, іншими бізнес-структурами, клієнтами та споживачами (відносини типу B2I, B2B, B2C), і з кожним роком тією чи іншою мірою коригується стратегія діяльності торговельних мереж світу, що здійснюють політику експансії закордонних ринків. Нарощуючи резервний капітал завдяки прибутковим бізнес-операціям, вони розширюють мережі магазинів різного формату, здійснюють диверсифікацію різних видів діяльності й цільових ринків збуту (табл. 1). Згідно з доповіддю фірми Deloitte, щоб опинитися в списку ТОП-250 найбільших торгових компаній у світі в 2014 році, доходи повинні були перевищувати 3,7 млрд. дол., а 250 найбільших торговельних мереж світу в 2014 році продали товарів на суму понад 4,35 трлн. дол. [9].

Високодинамічними продовжують залишатися ринки Центральної й Східної Європи (ЦСЕ), на яких європейські рітейлери шукають можливостей для зростання бізнесу [10]. В цьому регіоні, за оцінками експертів, відбуватиметься подальша консолідація ринку протягом наступних п'яти років, водночас продовжуватиметься нарощування своєї присутності за рахунок подальшого органічного зростання процесів виходу на нові ринки і диверсифікації форматів. Провідні оператори змушені поліпшувати моделі бізнесу, максимізуючи синергію для зростання прибутковості. Два основні канали в Центральній і Східній Європі: супермаркети, магазини “біля дому”, гіпермаркети і супермаркети – знаходяться під сильним тиском з боку:

- дискаунтерів;
- операторів с-магазинів (convenience store);
- відносно невеликого, але досить динамічного каналу продуктової електронної комерції.

Тому провідні гравці в даний час намагаються повною мірою використовувати ефект масштабу, вдосконалювати асортиментну політику, зокрема розширюючи асортимент private label, а також максимізуючи синергію в галузі закупівель та операційної діяльності по всьому регіону ЦСЕ. Протягом 2013-2014 рр. сукупна частка ринку 30 найбільших продуктових рітейлерів на ринках ЦСЕ зростає більш ніж у два рази. Різні законодавчі обмеження стосовно розширення масштабу торговельних компаній змушують крупних рітейлерів більш активно шукати неосвоені ринки і використовувати факторні переваги місцевих локальних ринків, що органічно вписується у стратегію експансії закордонних ринків збуту. Франчайзинг став ключовим трендом експансії, про що свідчить практика діяльності Carrefour у Центральній Європі і X5 Retail Group в Росії.

Топ-10 найбільших торгових мереж світу в 2014 р.

Місце	Назва мережі	Характеристика мережі
1	Wal-Mart	Американська мережа – абсолютний чемпіон продаж. Магазини є в США, Канаді, Мексиці, а також у Китаї, Аргентині, Бразилії, ПАР, Індії та Японії, а в Європі – тільки у Великобританії. В 2014 році обсяг продажів склав 476 млрд. дол., а прибуток – 16,7 млрд. дол. Працює понад 2,2 мільйона осіб. Мережа використовує дисконтні купони і різні акції, пропонуються знижки до 50 % від вартості.
2	Costco	Доходи в 2014 р. склали 105 млрд. дол. Costco Wholesale Corporation, або просто Costco – це найбільша в США мережа магазинів cash & carry, тобто оптовий магазин для малого бізнесу. Однак там можуть робити покупки не лише підприємці за умови наявності платної клубної картки. У 2014 р. прибуток Costco склав 2 млрд. дол. Ця мережа, крім США, також працює на восьми інших ринках.
3	Carrefour	Французька мережа магазинів у 33 країнах світу, доходи цієї мережі по всьому світу склали за 2014 рік 98,7 млрд. дол.
4	Schwarz	Німецька торгова мережа під назвою Schwarz наразі маловідома. Виявляється, що під цією назвою об'єднуються такі магазини, як Lidl і Kaufland, а власник мережі – один із найзагадковіших бізнесменів у світі. Обороти компанії в минулому році склав 98,6 млрд. дол. Крім Німеччини, магазини цієї мережі присутні на 24 інших ринках, в основному в Європі.
5	Tesco	Доходи в 2014 році склали 98,6 млрд. дол. Однак останнім часом у британській мережі з'явилися серйозні проблеми: керівництво обманувало інвесторів, використовуючи вельми “креативні” правила бухгалтерського обліку; почав падати прибуток.
6	Kroger	Одна з найбільших продуктових мереж у США. За 2015 рік виручка компанії досягла більше 98,3 млрд. дол. Ця мережа була заснована в 1883 році Бернардом Крогером, який вклав усього 372 долара (що еквівалентно сьогоднішнім 6 000 доларів) у відкриття свого власного магазину в одному з районів Цинциннаті.
7	Metro AG	Заснував компанію німецький мільярдер Отто Байшайм у 60-х роках минулого століття. Обороти – 86,4 млрд. дол., у компанії працює майже 280 тис. працівників у 2131 торговому об'єкті в 33 країнах Європи, Африки та Азії (відомі торгові марки Macro, Media Markt і Saturn).
8	Aldi	Німецька мережа супермаркетів із оборотом у 2014 році більше 81 млрд. дол. (засновником компанії був Карл Альбрехт – найбагатша людина в Німеччині за 2014 р.)
9	The Home Depot	Американська мережа гіпермаркетів із більш ніж 47-річною історією з 78 млрд. дол. доходів займається продажем будівельних матеріалів та інструментів, пропонує своїм клієнтам прокат обладнання і професійні ремонтні роботи.
10	Target	Американський ритейлер заснований у 1902 р. в Міннеаполісі, має більше 200 магазинів у США, Канаді та Австралії. В 2014 році продажі цієї мережі склали 72,59 млрд. дол.

За прогнозами Planet Retail обсяг продаж сучасних форматів продуктового ритейлу в ЦСС досягне в 2018 р. 290,8 млрд. євро (рис. 1).

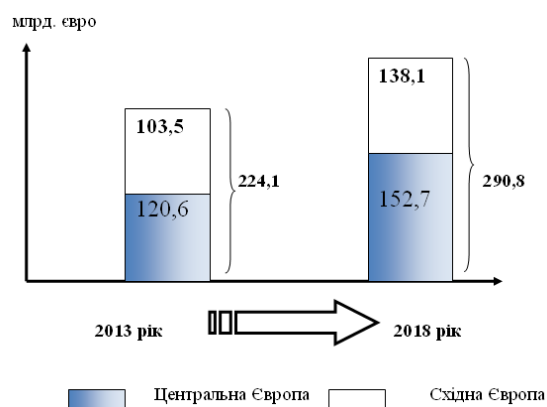


Рис. 1. Обсяг продаж сучасних форматів продуктового ритейлу в Центральній і Східній Європі за прогнозами Planet Retail [10]

Тенденції розвитку торговельних мереж в Україні ілюструють процеси активної концентрації капіталу і перерозподілу ринкової влади. Так, на кінець

2013 р. в Україні налічувалося 3 247 продуктових магазинів різних форматів, а на десять найбільших компаній припало 63% всіх торгових точок. Впродовж 2012-2013 рр. десять найбільших продовольчих ритейлерів володіли 2 045 торговими точками порівняно з 1 797 у 2012 р. За даними дослідницької компанії GT Partners лідерами за кількістю магазинів були: “АТБ-маркет”, мережа якого складалася з 829 точок; Fozzy Group, до складу якого входять мережі “Сільпо”, “Фора”, Fozzy, Le Silpo, що сумарно володіли 452 магазинами; волинська Volwest Group зі 131 магазином [11]. При цьому формат “магазин біля дому” був пріоритетом торговельного бізнесу названих ритейлерів; такий вибір пояснюється порівняно невеликими початковими інвестиціями у відкриття бізнесу – приблизно 20 тис. дол., можливостями окупності інвестицій упродовж 2-3 років, невисокими ризиками діяльності в умовах глибокої кризи в Україні. Характеристику еволюції різних торговельних форматів та поєднання так званих твердих і м’яких дискаунтерів у дрібнороздрібній торгівлі з різним ступенем гнучкості цін подано в роботі [12].

Ефективний розвиток ринкових агентів неможливий без підвищення якості інституційного середовища та діяльності окремих інституцій. Так, у

2013 р. в Україні була заснована Асоціація ритейлерів України як профільне об'єднання гравців ринку роздрібної торгівлі з метою забезпечення розвитку середнього бізнесу, впливу на ринок орендних відносин, організації співпраці та захисту інтересів членів Асоціації в органах державної влади, а також розвитку і навчання гравців ринку [13].

Для прискорення темпів розвитку торговельної сфери важливе значення мають її інвестиційні можливості, сприятливі умови для яких формуються, зокрема, на основі іміджу країни й окремого міста – сфери діяльності локальних ринків. Позитивним може бути приклад ділової співпраці міжнародної девелоперської компанії Мульти Девелопмент Юкрейн (входить у Multi Corporation) та українських компаній Галерея Центр і Будахаус Груп, які спільними зусиллями 25.09.15 р. відкрили торгово-розважальний центр Форум Львів. РЦ Forum Lviv – приклад партнерства трьох девелоперських компаній, яке почалося із залученням синдикованого кредиту СБРР і Unicredit, причому із загальної суми 92 млн. євроінвестицій на позикові кошти припадало 51 млн. євро, в інфраструктуру міста було вкладено 2 млн. євро [14]. Зазначимо, що за оцінкою порталу VirtualTourist, який у червні 2013 р. склав список європейських міст, які варто відвідати, Львів зайняв перше місце (на другому місці в цьому списку опинився німецький Гамбург, а на третьому – місто Вільнюс) [15].

З іншої сторони, імідж самих торговельних мереж чи окремих підприємств визначатиме подальші перспективи його розвитку і можливості збільшення/або зменшення кількості лояльних споживачів. Особливо актуальною ця проблема зміцнення іміджу постала перед торговельними мережами за два останні роки розгортання військової агресії Росії проти України. Анексія Криму і військові події на Донбасі поставили менеджмент торговельних компаній перед дуже важливим політичним вибором, а критерії розвитку їхнього бізнесу стають індикатором відповідності їхньої діяльності національним інтересам України та її економіки. На жаль, співпраця семи українських супермаркетів із сепаратистами (мережі магазинів АТБ, супермаркетів “Амстор”, супермаркетів VARUS на ринку продуктового роздрібу України, яку розвиває компанія “Омега”, мережа продовольчо-промислових магазинів “Брусничка”, що належить компанії “Український Рітейл”, мережа супермаркетів “Обжора”, Fozzy Group, “Фуршет”) не знайшла гідної реакції зі сторони державних органів влади, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (така публічна інформація не була спростована), що викликає ще більшу недовіру суспільства до урядових структур [16]. В контексті вищесказаного вважаємо доцільним покращити систему рейтингування торговельних мереж із урахуванням сучасних умов життєдіяльності українського суспільства, адже досягнуті цілі, зокрема АТБ (у 2014 р. вона визнана найбільшою продовольчою роздрібною мережею в Україні [17]) потребують прикладного дослідження способів їх забезпечення та відповідності цілей розвитку цієї мережі суспільним національним цінностям.

В умовах посилення процесів євроінтеграції в іншому економічному просторі буде формуватися потенціал розвитку вітчизняних торговельних підприємств, спроможних презентувати на закордонних ринках конкурентоспроможні товари і послуги [18], і в новій системі координат необхідно розглянути параметри бізнесу та функції спеціалізованих інституцій, зокрема Асоціації постачальників торговельних мереж.

Невтішними є перспективи щодо підвищення попиту в Україні на споживчі товари, в тому числі на продовольчі, зважаючи на різке погіршення рівня платоспроможності населення при зростанні витрат домогосподарств на комунальні платежі, що є однією з причин уповільнення експансії мереж на споживчих ринках, кризи ринку роздрібної торгівлі й банкрутства дрібних компаній [19]. За даними дослідницької компанії GT PartnersUkraine, в першому півріччі 2014 року гравці ринку відкрили 211 торгових точок, а за перше півріччя 2015 року – близько 140. Тому великі торговельні мережі почали самостійно імпортувати товар з-за кордону, відмовляючись від послуг посередників, що покращує результати їх операційної діяльності (досвід Fozzy Group, яка зміцнила позиції власного імпорту).

Менш чутливі до кризових явищ інтернет-компанії, котрі відрізняються високою капіталізацією у світових топ-рейтингах, причому їхні прибутки майже не корелюють із обсягами доходів від продаж, що можна пояснити, зокрема, порівняно низькими операційними витратами. Так, інтернет-компанія Alibaba наздогнала Walmart за рівнем ринкової капіталізації, хоча виручка китайської інтернет-компанії у 55 раз менша, ніж в американського ритейлера. Очікування інвесторів про можливе зростання потенціалу Alibaba, яка публічно заявила про майбутнє співробітництво з Apple в сфері фінансових платежів, стали причиною підвищення її акцій на 2,8% [20].

На основі узагальнення закордонного і вітчизняного досвіду на рис. 2 визначено зовнішні й внутрішні фактори, що взаємодіють між собою і впливають на діяльність торговельних підприємств у конкурентних умовах розвитку споживчих ринків.

Висновки і перспективи подальших наукових досліджень у даному напрямі. Глобалізація бізнесу в сфері торгівлі актуалізує міжнародні маркетингові дослідження привабливості цільових закордонних ринків і вивчення переваг різних форматів бізнесу, коригування параметрів бізнес-моделей українських торговельних компаній, які будуть поєднувати внутрішній і міжнародний маркетинг у своїй операційній діяльності й створюватимуть передумови для зміцнення іміджу країни і просування національних брендів. Ефективний розвиток ринкових агентів у торговельному бізнесі, критерії якого відповідають суспільним цінностям, неможливий без підвищення якості інституційного середовища та діяльності окремих інституцій. Посилення позитивної взаємодії “імідж країни - імідж торговельних компаній” актуалізує науково-прикладні дослідження зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на розвиток торговельних підприємств у

відкритій економіці України і на їх капіталізацію. Це розширюватиме горизонт застосування інноваційних інструментів при розробленні загальних стратегій розвитку торговельних підприємств та їх органічного поєднання з функціональними стратегіями у сфері маркетингу, логістики та операційної діяльності.

2. Аллен К. Р. Продвижение новых технологий на рынок / К. Р. Аллен ; [пер. с англ. Е. В. Ручкиной]. – М. : БИНОМ. Лаб. знаний, 2007. – 455 с.

3. Семак Б. Б. Проблеми формування ринку медичного нанотекстилю в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2015/5.pdf.

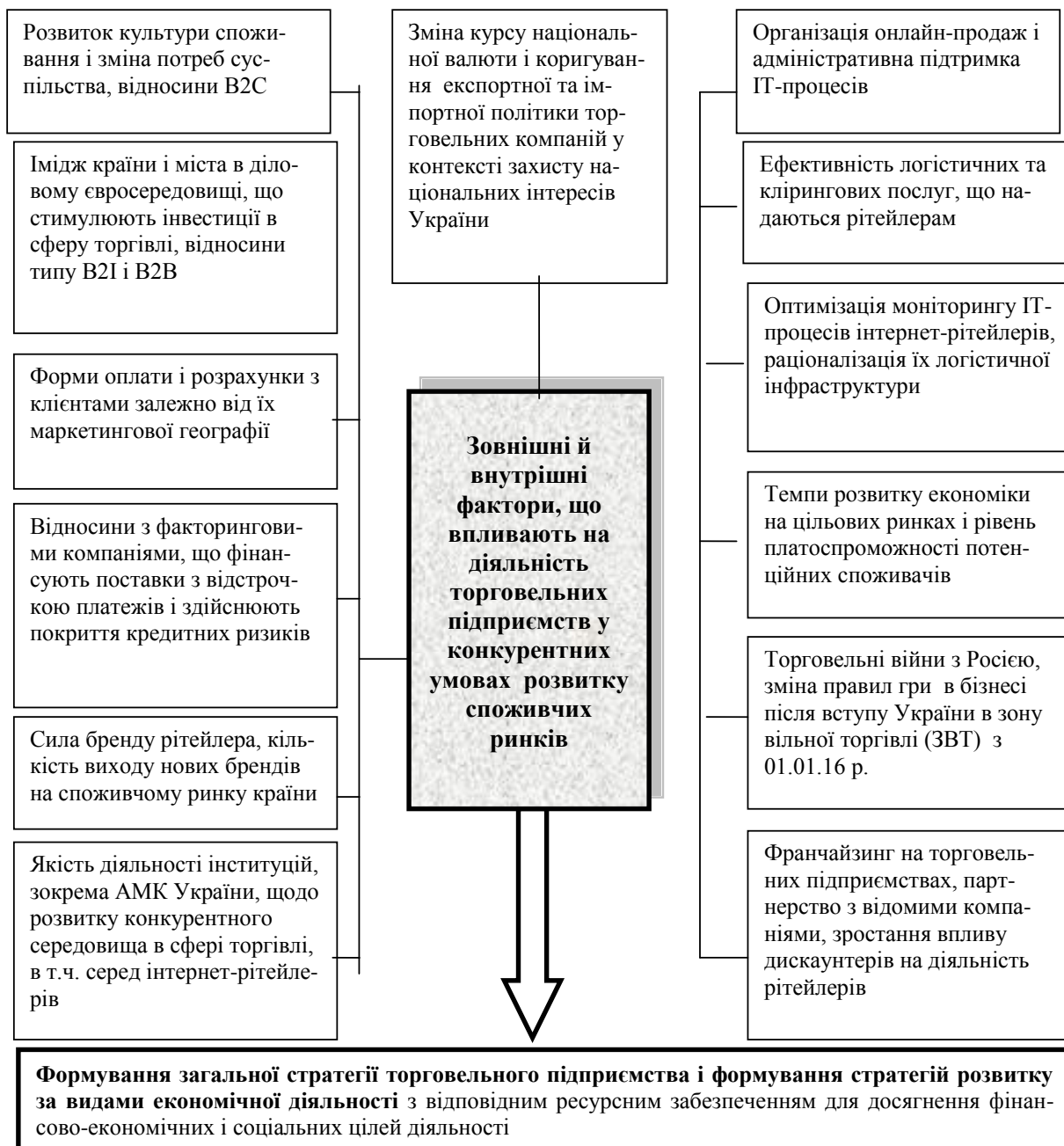


Рис. 2. Фактори, що впливають на діяльність торговельних підприємств у конкурентних умовах розвитку споживчих ринків

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Глобалізаційні процеси і нові тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України // В. В. Апопій, Р. В. Криган, О. Р. Процишин // Торговля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Куцик П. О., Шевчук В. О. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – Вип. 16. – С. 7-13.

4. Мазаракі А. А. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / Мазаракі А. А. – К. : КНТЕУ, 2006. – 359 с.

5. Давидюк І. Концептуальний підхід до диверсифікації діяльності торговельного підприємства / І. Давидюк // Торговля і ринок України. – Вип. 35. – С. 64-72.

6. Тягунова Н. М. Сучасний стан і тенденції розвитку роздрібно-торгівлі України / Н. М. Тягунова,

Л. В. Іржавська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/Nvpushk_2012_3_17.pdf.

7. База даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

8. Зовнішньоторговельні операції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://news.meta.ua/metka:%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1>.

9. ТОП-10 крупнейших торговых сетей мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fullpicture.ru/obshhestvo/top-10-krupnejshih-torgovyh-setej-mira>.

10. Ключевые тренды в ритейле Центральной и Восточной Европы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sales-support.com.ua/novosti-fmcg/237-osnovnye-trendy-ritejla-v-tsentralnoj-l>.

11. Топ-10 FMCG-ритейлерів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vkurse.ua/ua/business/top-10-fmcg-riteylerov.html>.

12. Бутко М. Модернізаційний формат сфери товарного обігу в Україні / М. Бутко, Ю. Свириденко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/Vtneu_2013_2_15.pdf.

13. Асоціація ритейлерів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rau.com.ua/aboutus/>.

14. В чем особенность ТРЦ Forum Lviv? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rau.com.ua/news/5776-v-chem-osobennost-trts-forum-lviv/>.

15. Львів визнали найкращим містом для туристів у цю пору [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tsn.ua/ukrayina/lviv-ocholiv-reyting-desyati-mist-yevropi-yaki-treba-vidvidati-zaraz-299749.html>.

16. 7 українських супермаркетів, що співпрацюють з сепаратистами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://antikor.com.ua/articles/84806-7-ukrajinsjkih-supermarketiv-shcho-spivpratsjujutj-z-separatistami>.

17. АТБ – найбільша продовольча роздрібна мережа в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.atbmarket.com/uk/news/477/>.

18. Мізюк Б. М. Економічний потенціал торговельного підприємства: структура, оптимізація, стратегічне управління : монографія / Б. М. Мізюк, О. О. Ільчук, С. Т. Дуда. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – 260 с.

19. На сухому пайку. Криза ринку роздрібною торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua1.com.ua/publications/na-suhomu-payku-kriza-rinku-rozdribnoj-torgivli-5910.html>.

20. Alibaba догнала Walmart по рыночной капитализации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2014/10/29/alibaba-dognala-walmart-po-rynochnoj-kapitalizacii>.

REFERENCES

1. Apopiy, V. V. Kryhan, R.V. and Protsyshyn, O. R. (2014), *Hlobalizatsiyni protsesy i novi tendentsiyi rozvytku vnutrishnoyi torhivli Ukrayiny, Torhivlya, komertsiya, pidpryemnytstvo* : zbirnyk naukovykh prats, vyp. 16, Lvivska komertsyina akademiya, Lviv, s. 7-13.

2. Allen K. (2007), *Prodyzhenye novykh tekhnolohyy na rynek*, BYNOM. Lab. znanyu, M., 455 s.

3. Semak, B. B. Problemy formuvannya rynku medychnoho nanotekstylyu v Ukrayini, available at: http://www.economy.in.ua/pdf/3_2015/5.pdf.

4. Mazaraki, A. A. (2006), *Vnutrishnya torhivlya v Ukrayini: ekonomichni umovy efektyvnoho rozvytku*, KNTEU, K., 359 s.

5. Davydyuk I. Kontseptualnyy pidkhid do dyversyfikatsiyi diyalnosti torhovelnoho pidpryemstva, *Torhivlya i rynek Ukrayiny*, vyp. 35, s. 64-72.

6. Tyahunova, N. M. and Irzhavska, L. V. Suchasnyy stan i tendentsiyi rozvytku rozdrubnoyi torhivli Ukrayiny, available at : file:///C:/Users/User/Downloads/Nvpushk_2012_3_17.pdf.

7. Baza danykh, available at: www.ukrstat.gov.ua.

8. Zovnishnotorhovelni operatsiyi, available at: <http://news.meta.ua/metka:%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96%D1>.

9. TOP-10 krupneyshykh torhovykh setey myra, available at: <http://fullpicture.ru/obshhestvo/top-10-krupnejshih-torgovyh-setej-mira>.

10. Klyuchevye trendy v ryteyle Tsentralnoy y Vostochnoy Evropy, available at: <http://www.sales-support.com.ua/novosti-fmcg/237-osnovnye-trendy-ritejla-v-tsentralnoj-l>.

11. Top-10 FMCG-ryteyleriv Ukrayiny, available at: <http://vkurse.ua/ua/business/top-10-fmcg-riteylerov.html>.

12. Butko, M. and Svyrydenko, YU. Modernizatsiynyy format sfery tovarnoho obihu v Ukrayini, available at: file:///C:/Users/User/Downloads/Vtneu_2013_2_15.pdf.

13. Asotsiatsiya riteyleriv Ukrayiny, available at: <http://rau.com.ua/aboutus/>.

14. V chem osobennost TRTS Forum Lviv?, available at: <http://rau.com.ua/news/5776-v-chem-osobennost-trts-forum-lviv/>.

15. Lviv vyznaly naykrashchym mistom dlya turystiv u tsyu poru, available at: <http://tsn.ua/ukrayina/lviv-ocholiv-reyting-desyati-mist-yevropi-yaki-treba-vidvidati-zaraz-299749.html>.

16. 7 ukrajinskykh supermarketiv, shcho spivpratsyuyut z separatystamy, available at: <http://antikor.com.ua/articles/848067-ukrajinsjkih-supermarketiv-shcho-spivpratsjujutj-z-separatistami>.

17. V 2014 r. vyznana naybilshoyu prodovolchoyu rozdrubnoyu merezheyu v Ukrayini, available at: <http://www.atbmarket.com/uk/news/477/>.

18. Mizyuk, B. M. Ilchuk, O. O. and Duda, S. T. (2011), *Ekonomichnyy potentsial torhovelnoho pidpryemstva: struktura, optymizatsiya, stratehichne upravlinnya*, Lvivska komertsyina akademiya, Lviv, 260 s.

19. Na sukhomu payku. Kryza rynku rozdrubnoyi torhivli, available at: <http://ua1.com.ua/publications/na-suhomu-payku-kriza-rinku-rozdribnoj-torgivli-5910.html>.

20. Alibaba dohnala Walmart po rynochnoy kapitalyzatsyy, available at: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2014/10/29/alibaba-dognala-walmart-po-rynochnoj-kapitalizacii>.

Височин І. В.,

д.е.н., проф. кафедри економіки та фінансів підприємства, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ

ЛОГІСТИКА ЯК ОСНОВА ПРОЦЕСНО-ПОТОКОВОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ ТОВАРООБОРОТОМ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті розглянуто процесно-потоківий підхід в управлінні товарооборотом підприємств торгівлі. Обґрунтована необхідність зміни підходів до управління товарооборотом із урахуванням сучасних вимог торговельного менеджменту. Представлено систематизацію поняття “логістика”, розкрито сутність логістики як сукупності функцій управління потоками та як науки про управління потоками. Враховуючи мету дослідження, доведено необхідність та доцільність застосування логістики в управлінні потоками та процесами торговельних підприємств з метою забезпечення їх конкурентоспроможності та фінансової стійкості в довготривалій перспективі. Запропоновано концептуальну схему процесно-потоківого підходу до управління товарооборотом підприємства торгівлі. Подальших досліджень потребують вплив потоків покупців на формування товарообороту підприємств торгівлі, а також підходи до оцінювання та управління цим впливом.

Ключові слова: логістика, потоки торговельного підприємства, процеси торговельного підприємства, процесно-потоківий підхід в управлінні товарооборотом, концептуальна схема процесно-потоківого підходу.

Vysochyn I. V.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics and Finances of Enterprise, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv

LOGISTICS AS A BASIS OF PROCESS-STREAM APPROACH TO TRADE ENTERPRISES TURNOVER MANAGEMENT

Abstract. In the article the process-stream approach in managing the turnover of trade enterprises is examined. The necessity of changing approaches to turnover management, taking into account the requirements of modern trade management is grounded. Presented systematization of the concept “logistics”, showed the essence of logistics as a set of flows management functions and as a science about flows management. Considering the purpose of the study, the necessity and feasibility of logistics usage in flows and trade process management of trade enterprises to ensure their competitiveness and financial stability in the long term are proved. The conceptual scheme of a process-flow approach to trade enterprises turnover management is proposed. Further research is needed for customer streams influence on the formation of trade enterprises turnover, as well as approaches to the assessment and management of this influence.

Keywords: logistics, trade enterprise flows, trade enterprise processes, process-flow approach to turnover management, conceptual scheme of process-streaming approach.

Постановка проблеми. Розвиток глобалізаційних процесів в економіці спричинив сплеск наукового інтересу до використання логістичного підходу в різних видах економічної діяльності. Товарооборот підприємства торгівлі є результативним показником функціонування сформованої в ньому системи продажів як щодо досягнення мети його діяльності (прибутку) в умовах ринку, так і щодо забезпечення при цьому високого рівня задоволення платоспроможних потреб обслуговуваних покупців. Посилення конкуренції на ринку споживчих товарів та невизначеності умов функціонування торговельних підприємств актуалізують потребу в перегляді традиційних підходів до управління

товарооборотом із урахуванням сучасних вимог торговельного менеджменту. В цьому контексті управління товарооборотом повинно розглядатися крізь призму процесно-потоківого підходу та імплементації ідей і концепцій логістики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам управління товарооборотом підприємств торгівлі присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців В. Апопія, І. Бланка, Р. Валевич, А. Гребнева, С. Лебедєва, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, В. Марціна, Н. Міценко, І. Смоліна, А. Соломатіна, Р. Спіро, Н. Стасюк, У. Дж. Стентона, Г. Стюарта, Н. Ушакової та ін. Значний внесок у розвиток теорії

та практики логістики в торгівлі зробили дослідження таких українських вчених, як Л. Балабанова, Л. Гончар, Є. Крикавський [4; 5], Б. Мізюк [7], І. Міщук [8], Т. Москвітїна, Л. Фролова, Т. Хлевицька та ін. Проте питання застосування логістики в процесно-потоківому підході до управління товарооборотом підприємств торгівлі у них не досліджувалися.

Постановка завдання. Метою статті є систематизація наукових підходів до визначення поняття “логістика”, їх узагальнення та обґрунтування доцільності застосування процесно-потоківому підходу в управлінні товарооборотом підприємств тор-

гівлі з метою забезпечення їх конкурентоспроможності в довготривалій перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Незважаючи на значну кількість наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері логістики для відслідкування еволюції цього поняття, слід зазначити неоднозначність його трактування (табл. 1).

Систематизація авторських визначень дозволяє виокремити розгляд логістики як сукупності видів діяльності з управління потоками, як сукупності окремих функцій управління потоками, як науки

Таблиця 1

Систематизація авторських підходів до трактування поняття “логістика”

№ з/п	Автор, джерело	Визначення
1	2	3
<i>Логістика як сукупність видів діяльності з управління потоками</i>		
1.	Бейер Ф., Рутковські К. [15]	Логістика – це управління операціями переміщення і складування, яке спрямоване на полегшення просування продуктів з місць їх виникнення до місць їх кінцевого споживання, а також пов’язаної з ними інформації для забезпечення відповідного рівня обслуговування клієнта за помірною ціною
2.	Хескетт Дж. [17]	Логістика – це сукупність видів діяльності з управління потоками продукції, координації виробництва і ринків збуту за встановленого рівня послуг із мінімальними витратами
3.	Бауерсокс Д., Клосс Д. [1]	Логістика – це складна сфера діяльності, що складається з окремих операцій, задача яких полягає у забезпеченні запланованого (цільового) рівня обслуговування споживачів при мінімальних загальних витратах, завдяки компетентності якої досягається стратегічна перевага підприємства
4.	Семененко А. [11]	Логістика – це новий напрямок науково-практичної діяльності, цільовою функцією якого є наскрізна організаційно-аналітична оптимізація економічних поточкових процесів
<i>Логістика як сукупність функцій управління потоками</i>		
5.	Бушер Дж. [16]	Логістика – це процес планування, реалізації та управління ефективним економічним рухом і збереженням сировинних матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції й пов’язаної з цим інформації з пункту виникнення у пункт споживання з метою забезпечення відповідності вимогам споживача
6.	Європейська логістична асоціація [18]	Логістика – це планування, виконання і контроль руху та розміщування людей і (або) товарів, а також підтримуючі дії, пов’язані з таким рухом і розміщуванням, у межах економічної системи, створеної для досягнення специфічних цілей
7.	Лайсонс К., Джиллінгем М. [6]	Логістика – це процес планування, реалізації та контролю за виробничим та ефективним за витратами потоком сировини, запасів незавершеного виробництва, готової продукції й пов’язаної з ними інформації від точки їх походження до точки споживання з метою відновлення цінності чи правильної їх утилізації
8.	Тридід О. [14]	Логістика – це поєднання процесів планування і контролю руху матеріальних цінностей зі скороченням витрат на їх переміщення й інформаційне забезпечення
<i>Логістика як наука про управління потоками</i>		
9.	Гаджинський А. [3]	Логістика – це наука про раціональну організацію виробництва і розподілу, що пов’язана з розробкою раціональних методів управління матеріальними й інформаційними потоками та ефективним просуванням готової продукції від місця виробництва до місця споживання
10.	Крикавський Є. [4]	Логістика – це наука про оптимальне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в економічних адаптивних системах із синергічними зв’язками
11.	Міротін Л., Ташбаєв І. [9]	Логістика – це наука про організацію спільної діяльності менеджерів підприємства, групи підприємств з метою ефективного просування продукції за ланцюгом “закупівля сировини – виробництво продукції – розподіл”, а також цілеспрямованих транспортно-людських потоків на основі інтеграції й координації операцій, процедур і функцій, що виконуються у рамках даного процесу, з метою мінімізації загальних витрат ресурсів
12.	Родніков А. [10]	Логістика – це наука про планування, контроль та управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними і нематеріальними операціями, що здійснюються у процесі доведення сировини і матеріалів до виробничого підприємства, внутрішньозаводської переробки сировини, матеріалів і напівфабрикатів, доведення готової продукції до споживача у відповідності з інтересами і вимогами останнього, а також передачі, зберігання та обробки відповідної інформації
13.	Сергєєв В. [12]	Логістика – це наука про управління та оптимізацію матеріальних і супутніх їм потоків (інформаційних, фінансових, сервісних та ін.) в мікро-, мезо- чи макроекономічних системах
14.	Скоробогатова Т. [13]	Логістика – це наука про управління матеріальними, а також пов’язаними з ними інформаційними, фінансовими і сервісними потоками в певній системі

про управління потоками. Вважаємо, що з точки зору практичної діяльності логістику слід розглядати в широкому розумінні як сукупність функцій управління (планування, організації, контролю та ін.) ефективно організованими матеріальними потоками (сировини, готової продукції, товарів, тощо) і відповідної інформації з пунктів відправлення до пунктів споживання з метою задоволення потреб клієнтів. Натомість з точки зору теорії, безумовно, можна вести мову про формування науки з управління потоками (матеріальними, інформаційними, фінансовими та ін.).

Переосмислення шляхів забезпечення позитивних фінансових результатів діяльності підприємств торгівлі, перш за все, через максимальне задоволення потреб населення у товарах та високому рівні торговельного обслуговування, а також переорієнтація критеріїв оцінки їх господарської діяльності з кількісних на якісні уможливили використання процесно-потокового підходу в управлінні товарооборотом підприємств торгівлі. Необхідність такого підходу полягає в зміні акцентів господарської діяльності: головну роль за цим підходом відіграє не товар, а процес у формі потоку (матеріального, інформаційного тощо). Вважаємо, що з точки зору процесно-потокового підходу управління товарооборотом підприємства торгівлі – це комплекс рішень і дій щодо гармонізації й інтеграції потоку

споживачів та товарного, фінансового, сервісного, інформаційного, кадрового потоків, спрямований на досягнення запланованих обсягів і структури товарообороту підприємства торгівлі та забезпечення його зростаючої динаміки при раціональних витратах на організацію відповідних потокових процесів [2, с. 21-22].

Застосування логістики як основи процесно-потокового підходу в управлінні товарооборотом базується на таких концептуальних положеннях: об'єктом управління є єдиний потоковий процес руху товарних ресурсів, над якими виконуються логістичні операції; оптимізація руху товарних та відповідних їм інформаційних, фінансових та інших потоків здійснюється шляхом їх організації, планування, координації і контролю; орієнтація управління на інтереси та запити кінцевих споживачів, інших "стейкхолдерів" (рис. 1).

Управління потоковими процесами, їх створення та оптимізація дозволяють максимально використати потенційні можливості підприємств, мінімізувати витрати торговельної діяльності та, як наслідок, підвищити її фінансові результати. Як зазначає Є. Крикавський, "...концепція логістики у традиційному вимірі п'яти характеристик (мислення категоріями вартості (користі), системи, повних витрат, ефективності та обслуговування клієнта), хоч і не суперечить концепції процесного управлін-



Рис. 1. Концептуальна схема процесно-потокового підходу до управління товарооборотом підприємства торгівлі

ня, однак, є більш цілеспрямованою на виявлення та елімінацію цільових конфліктів в ідентифікованих частинах системи, якщо представити підприємство як деяку систему бізнес-процесів. Не виникає конфліктів в теорії і щодо управління логістичними (матеріальними, фінансовими, інформаційними) потоками” [5, с. 31-32].

Функціональними сферами процесно-потокowego управління товарооборотом підприємства торгівлі є оптимізація фізичного переміщення товарів; утримання оптимальних товарних запасів; синхронізація основних та допоміжних процесів; управління загальними логістичними витратами; покращення інформаційних процесів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У використанні логістичного підходу в процесно-потокowym управлінні товарооборотом підприємств торгівлі зацікавлені всі учасники логістичного ланцюга:

– постачальники товарів – внаслідок формування стійких, довготривалих господарських зв’язків; підвищення надійності прогнозних оцінок попиту кінцевих споживачів; покращення інформаційного забезпечення управлінських рішень; зниження рівня логістичних ризиків та ін.;

– підприємства торгівлі – внаслідок забезпечення постачання товарних ресурсів у необхідних обсягах та асортименті, гарантованої якості; збереження якості товарів у процесі їх товаропросування; прискорення оборотності товарних запасів; оптимізації витрат із товаропросування; контролювання рівня цін у межах логістичного ланцюга; покращення інформаційного забезпечення управлінських рішень; зниження рівня логістичних ризиків; підвищення фінансової стійкості та ін.;

– покупці – внаслідок гарантії якості та безпечності товарів; скорочення витрат часу на придбання необхідних товарів; оперативне реагування постачальників товарів на зміну попиту; підвищення рівня інформованості щодо пропозиції товарів і послуг в підприємствах торгівлі.

Подальших досліджень потребують вплив потоків покупців на формування товарообороту підприємств торгівлі через сприйняття ними цінності товарів та підтримання їх лояльності до торговельного підприємства, а також підходи до оцінювання та управління цим впливом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: Интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс. – М. : ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2001. – 640 с.

2. Височин І. В. Методологічні основи сервісно-логістичного управління товарооборотом підприємств роздрібно́ї торгівлі / І. В. Височин // Економіка та держава. – 2012. – № 9. – С. 19-22.

3. Гаджинский А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИВЦ “Маркетинг”, 2000. – 375 с.

4. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії / Є. В. Крикавський. – Львів : НУ “Львівська політехніка”, “Інтелект-Захід”, 2006. – 456 с.

5. Крикавський Є. В. Процесне управління і парадигми логістики / Є. В. Крикавський, Н. В. Чорнописька, З. С. Люльчак // Актуальні проблеми розвитку галузевої економіки та логістики : матер. II наук.-практ. конф. – Х., 2013. – С. 31-33.

6. Лайсонс К. Управление закупочной деятельностью и цепью поставок / К. Лайсонс, М. Джиллингем. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 798 с.

7. Мізюк Б. М. Сучасна логістика: моделювання інформаційних потоків у торговельних мережах : монографія / Б. М. Мізюк, Н. І. Бойко. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 208 с.

8. Мішук І. Формування систем логістики у підприємствах кооперативної торгівлі / І. Мішук // Вісник НУ „Львівська політехніка”. – 2008. – № 633. – С. 451-457. – (Логістика).

9. Миротин Л. Б. Логистика для предпринимателя: основные понятия, положения и процедуры : учеб. пособие / Л. Б. Миротин, И. Э. Ташбаев. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 252 с.

10. Родников А. Н. Логистика : терминологический словарь / А. Н. Родников. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 352 с.

11. Семенов А. И. Логистика. Основы теории / А. И. Семенов, В. И. Сергеев. – СПб. : Союз, 2009. – 544 с.

12. Сергеев В. И. Логистика. Информационные системы и технология / В. И. Сергеев, М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. – М. : Альфа-прес, 2008. – 608 с.

13. Скоробогатова Т. Естественно-исторический характер выделения сервисной логистики как концепции управления человеческими и сопутствующими потоками / Т. Скоробогатова // РИСК. – 2010. – № 3. – С. 240-243.

14. Логістика : навч. посіб. / О. М. Тридід, Г. М. Азаренкова, С. В. Мішина, І. І. Борисенко. – К. : Знання, 2008. – 566 с.

15. Beier F. Logistyka / F. Beier, K. Rutkovski. – Warszawa : SGH, 1995. – 16 s.

16. Busher J. Logistics Excellence / J. Busher, G. Tyndall // Manag. Accoun. – 1987. – № 8. – P. 32-39.

17. Heskett J. L. Logistics: Essential to Strategy / J. L. Heskett // Harvard Business Rev. – 1977. – November-December.

18. Supply Chain and Logistics Terms and Glossary [Електронний ресурс] // Updated October 2006. – Режим доступу : www.logisticsservicelocator.com/resources/glossary03.pdf.

REFERENCES

1. Baujersoks, D. Dzh., Kloss, D. Dzh. (2001), *Logistika: Integrirovannaja cep' postavok* [Logistics: Integrated supply chain], Olimp-Biznes, Moscow, Russia.

2. Vysochyn, I. V. (2012), “Metodolohichni osnovy servisno-lohistychnoho upravlinnia tovarooborotom pidpriemstv rozdrubnoi torhivli”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 9, pp. 19-22.

3. Gadzhinskij, A. M. (2000), *Logistika* [Logistics], Marketing, Moscow, Russia.

4. Krykavsk'ij, Ye. V. (2006), *Lohistyka. Osnovy teorii* [Logistics. Basic theory], L'viv's'ka politekhnika, Intel'ekt-Zakhid, Lviv, Ukraine.
5. Krykavsk'ij, Ye. V., Chornopys'ka, N. V. and Liul'chak, Z. S. (2013), "Prot'sesne upravlinnia i paradymy lohistyky", *Aktual'ni problemy rozvytku haluzivoi ekonomiky ta lohistyky*, pp. 31-33.
6. Lajsons, K. and Dzhillingem, M. (2005), *Upravlenie zakupochnoj dejatel'nost'ju i cep'ju postavok* [Management Procurement and Supply Chain], INFRA-M, Moscow, Russia.
7. Miziuk, B. M. and Bojko, N. I. (2011), *Suchasna lohistyka: modeliuvannia informatsijnykh potokiv u torhovel'nykh merezhakh* [Modern logistics, information flow modeling in commercial networks], LKA, Lviv, Ukraine.
8. Mischuk, I. (2008), "Formuvannia system lohistyky u pidpriemstvakh kooperatyvnoi torhivli", *Visnyk „L'viv's'ka politekhnika”*, vol. 633, pp. 451-457.
9. Mirotin, L. B. and Tashbaev, Y. Je. (2002), *Logistika dlja predprinimatelja: osnovnye ponjatija, polozhennja i procedury* [Logistics for the owner: basic concepts, policies and procedures], INFRA-M, Moscow, Russia.
10. Rodnikov, A. N. (2000), *Logistika : terminologicheskij slovar'* [Logistics: terminological dictionary], INFRA-M, Moscow, Russia.
11. Semenenko, A. I. and Sergeev, V. I. (2009), *Logistika. Osnovy teorii* [Logistics. Fundamentals of the theory], Sojuz, St.-Petersburg, Russia.
12. Sergeev, V. I., Grigor'ev, M. N. and Uvarov, S. A. (2008), *Logistika. Informacionnye sistemy i tehnologija* [Logistics. Information Systems and Technology], Al'fa-pres, Moscow, Russia.
13. Skorobogatova, T. (2010), "Estestvenno-istoricheskij harakter vydelenija servisnoj logistiki kak koncepcii upravlenija chelovecheskimi i soputstvujushhimi potokami", *RISK*, vol. 3, pp. 240-243.
14. Trydid, O. M., Azarenkova, H. M., Mishyna, S. V. and Borysenko, I. I. (2008), *Lohistyka* [Logistics], Znannia, Kyiv, Ukraine.
15. Beier, F. and Rutkovski, K. (1995), *Logistyka* [Logistics], SGH, Warszawa, Polska.
16. Busher, J. and Tyndall, G. (1987), "Logistics Excellence", *Manag. Accoun*, vol. 8, pp. 32-39.
17. Heskett, J. L. (1977), "Logistics: Essential to Strategy", *Harvard Business Rev*, november-December.
18. Supply Chain and Logistics Terms and Glossary [Online], Updated October 2006, available at: www.logisticsservicelocator.com/resources/glossary03.pdf.

Бойчук І. В.,
к.е.н., доц. кафедри маркетингу, Львівська комерційна академія, м. Львів

ПЛАНУВАННЯ Й ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В ІНТЕРНЕТІ

Анотація. У статті розглянуто процес планування й умови організації маркетингової діяльності в Інтернеті. Запропоновано використання веб-сервера підприємства для побудови інтерактивної системи маркетингу. Визначено послідовність етапів планування та специфіку реалізації різних видів робіт у мережі. Обґрунтовано доцільність розробки бізнес-плану для організації маркетингової діяльності в Інтернеті. Запропоновано етапи для формування системи маркетингу підприємства на основі його веб-сайта. Подальших досліджень потребує оцінка ефективності застосування мережі у маркетинговій діяльності підприємства.

Ключові слова: маркетингова діяльність, Інтернет, підприємство, процес планування, бізнес-план, етапи організації, система маркетингу.

Boychuk I. V.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce, Lviv

PLANNING AND ORGANIZATION OF ENTERPRISE MARKETING ACTIVITY IN INTERNET

Abstract. The article considers the planning and organization of marketing activities provided in Internet. Using the enterprise web-server is proposed for building an interactive marketing system. The sequence of the planning stages and the implementation specifics of the various activities in network are determined. The expediency of a business plan developing for the organization of the marketing activities in Internet is substantiated. The stages of the formation of enterprise marketing system based on its website are proposed. Further research needs to estimate the efficiency of using the network in the enterprise marketing activity.

Keywords: marketing activities, Internet, enterprise, process of planning, business plan, stages of organization, marketing system.

Постановка проблеми. Процес активного розвитку Інтернету привів до широкого впровадження глобальної мережі як ефективного інструменту маркетингу в діяльності підприємств. Завдяки сучасним інформаційно-комп'ютерним мережам фахівці обмінюються інформацією між фірмами, отримують дані про продавців, покупців і конкурентів, знаходять у базах даних необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень.

Доцільність використання Інтернету в маркетинговій діяльності фірм обумовлена потребою врахування специфіки та умов застосування сучасних технологій при реалізації маркетингових підходів до просування продукції, пошуку інформації, потенційних клієнтів і ділових партнерів, розширення ринків і каналів збуту, забезпечення результативності рекламних кампаній, організації ефективної системи зворотного зв'язку зі споживачами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теоретичних положень щодо маркетингової діяльності в Інтернеті зроблено

багатьма відомими вченими, серед яких Л. Вебер [3], Ф. Котлер [7], Т. Кеглер, П. Даулінг, Б. Тейлор, Д. Тестерман [9], Б. Халліган [10] та інші. Сучасні дослідження прикладних аспектів маркетингу в мережі знаходять відображення у працях таких науковців, як В. Алексунін [1], Т. Буренін [2], Ф. Гуров [4], В. Карасева [5], Р. Костяев [6] та І. Литовченко [8]. Разом із тим, надалі невирішеними залишаються питання забезпечення якісного використання Інтернету в маркетинговій діяльності фірм; належна увага не приділяється проблемам планування та організації як складовим процесу управління маркетингом у мережі.

Постановка завдання. Основною метою статті є дослідження процесів планування та організації маркетингової діяльності в Інтернеті як основи для побудови інтерактивної системи маркетингу підприємства в мережі з характеристикою відповідних етапів реалізації різних видів робіт.

Виклад основного матеріалу дослідження. Весь процес планування маркетингової діяльності підприємства в мережі Інтернет розпочинається з формування основної ідеї його веб-сайта. Для досягнення поставленої мети необхідно висунути унікальну ідею сайту, його дизайну або моделі продажів для того, щоб користувачі мережі могли ідентифікувати його серед інших сайтів мережі. Запропонована на цьому етапі ідея є вихідним пунктом для проведення наступних заходів і може бути надалі значно модифікована. При цьому дуже важливим стає досвід роботи в Інтернеті, за відсутності якого доцільно витратити час на його одержання.

Одним із необхідних початкових етапів є проведення маркетингових досліджень, метою яких виступає аналіз конкурентів і придатності товарів підприємства для збуту в мережі. Практикується проведення традиційних маркетингових досліджень, що включають вивчення товарної та фірмової структури ринку, структури споживачів та їхньої поведінки, що дозволяє розширити діяльність підприємства за рахунок Інтернету. Передбачається, що фірма займає визначену ринкову нішу, має визначений набір продукції або послуг, а також чітке уявлення про свого цільового споживача.

У випадку початку маркетингової діяльності в Інтернеті підприємству необхідно провести дослідження в самій мережі, а на першому плані у цьому випадку опиняється дослідження конкурентів. Як інструменти пошуку можуть бути використані пошукові машини чи каталоги, “жовті сторінки” і тематичні сервери. У результаті дослідження можна зібрати, як мінімум, таку інформацію про веб-сайт конкурентів: назву, URL-адресу, географічний регіон діяльності, сильні й слабкі сторони їх представництва в Інтернеті, методи, що використовуються для залучення відвідувачів. Така інформація дозволить по-новому подивитися на раніше розроблену ідею реалізації сайту підприємства, можливо, навіть її переосмислити [3].

Дослідження конкурентів у мережі також дозволяє зробити висновок про придатність продукції підприємства для продажу через мережу. Крім того, варто виділити час і на вивчення технічних можливостей Інтернету та існуючих технологій щодо реалізації сайту.

Під час визначення цільового сегмента споживачів необхідно скласти опис цільової аудиторії, на яку, в першу чергу, буде націлений веб-сайт. При цьому доцільно враховувати рівень представлення цільового сегмента споживачів у Інтернеті. Потім можна переходити до формування плану рекламної кампанії підприємства в Інтернеті, яку потрібно спрямувати на повідомлення користувачів про представлення підприємства в мережі. Для фірм традиційними вважаються такі заходи з рекламування веб-сайта:

- реєстрація на пошукових машинах Інтернету;
- розміщення безкоштовних посилань на веб-сайт у каталогах;
- розміщення посилань у “жовтих сторінках” мережі;
- реєстрація на тематичних Jump Stations;

- розміщення посилань на інших сайтах;
- розміщення рекламних оголошень на добре відвідуваних сайтах;
- публікація на інших сайтах матеріалів, що містять посилання на веб-сайт підприємства;
- періодичне розсилання електронною поштою повідомлень про сайт усім зацікавленим особам;
- участь підприємства у телеконференціях суміжної тематики;
- активне використання списків розсилання;
- застосування традиційних видів реклами, а також імені веб-сайта у всіх видах рекламної продукції підприємства [9].

Важливим етапом організації маркетингової діяльності підприємства у мережі виступає створення бюджету, який дозволяє оцінити можливості та реальні витрати на всі види передбачуваних заходів. При оцінці витрат і плануванні прибутку необхідно врахувати, що присутність підприємства в Інтернеті через веб-сайт може принести прибуток у вигляді підвищення іміджу торгової марки, просування товарів підприємства, залучення нових споживачів, появи нового каналу збуту продукції, поліпшення сервісного обслуговування наявних і потенційних клієнтів, можливого зменшення витрат на доставку і продаж товарів, пакувальні матеріали і документообіг.

Побудова системи маркетингу на основі веб-сайта вимагає значних інвестицій, для чого треба знайти джерела фінансування. Один зі шляхів вирішення проблеми – використання позичкових коштів, для залучення яких потрібно скласти бізнес-план діяльності підприємства в Інтернеті. Він повинен дати чітке уявлення про вид і сферу діяльності, проблеми, з якими фірма може стикнутися під час її ведення, і про результати такої діяльності.

Бізнес-план покликаний переконати потенційних інвесторів вкласти кошти у пропонований інтерактивний проект. Такий план розкриває зміст традиційних розділів і має складатися з урахуванням унікальної природи та властивостей середовища мережі (табл. 1).

Через те, що бізнес-план стосується безпосередньої діяльності підприємства в Інтернеті, спочатку доцільно приділити увагу особливостям мережі, а потім тому, як продукт (послуга) та Інтернет сполучаться один із одним чи доповнять один одного. При написанні бізнес-плану важливо знати цільову аудиторію, адже якщо інвестор не має спеціальної підготовки, то поряд із технічною термінологією слід розмістити відповідні визначення.

У свою чергу, важливими складовими плану маркетингу підприємства в Інтернеті повинні стати наступні пункти [6]:

1. Споживачі – необхідно визначити їхній цільовий сегмент і з'ясувати, скільки осіб реально заходить у мережу. Існують організації, що проводять спеціалізовані демографічні дослідження і можуть бути корисними для отримання відповідей на такі питання.

2. Конкуренти – використовуючи пошукові системи мережі, можна знайти відомих конкурентів або продукцію, яка аналогічна пропонованій під-

приємством. Визначивши конкурентів, слід повертатися до пошукових систем раз у кілька тижнів чи місяців, адже до Інтернету підключаються нові фірми. Крім того, потенційним інвесторам вкрай цікаво довідатися з бізнес-плану, як підприємство планує боротися з конкуренцією.

3. Реклама – доцільно описати, яким чином підприємство збирається рекламувати власну продукцію або послуги в Інтернеті.

4. Ціни – потрібно визначити політику ціноутворення на продукцію або послуги підприємства. Якщо продукція підприємства – це інформація, що розповсюджується через мережу, доцільно спробувати створити систему розцінок для обґрунтування власних цін або розпочати з вивчення того, як схожу продукцію оцінювали інші.

5. Доставка та оплата – необхідно обрати систему доставки продукції до клієнтів і одержування від них відповідної оплати.

дитиме навчання власних працівників). При цьому слід представити детальну інформацію про очікувані витрати.

Визначаючи ризики, пов'язані з реалізацією інтерактивного проекту, варто описати ті з них, із якими підприємство може реально стикнутися. Поряд зі звичайними ризиками бізнесу, такими як погіршення загального положення в галузі, підвищення собівартості, непередбачене вторгнення конкурентів, слід також описати специфічні ризики, характерні виключно для мережі Інтернет (наприклад, імовірність “зараження” комп'ютерними вірусами, “вторгнення” хакерів, неочікувані несприятливі зміни політики або законодавства тощо).

Важливе значення для потенційних інвесторів має фінансовий розділ бізнес-плану, оскільки там слід довести прибутковість інтерактивного проекту. В нього необхідно включити всі істотні фінансові аспекти, не забувши про незначні, порівняно з ін-

Таблиця 1

Структура бізнес-плану для організації маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті (власна розробка)

№	Назва розділу	Характеристика змісту кожного розділу
1	Коротка характеристика	Передбачає короткий опис всіх пунктів бізнес-плану. Частково відображає дані про потенціал Інтернету для фірми.
2	Опис діяльності	Містить опис продукції/послуг підприємства. Представляє детальну інформацію про галузь у цілому.
3	План маркетингу	Опис цільового ринку збуту та основних конкурентів. Представлення плану рекламної кампанії в мережі. Вибір механізму доставки продукції/послуг до замовника. Визначення системи платежів і проведення оплати.
4	Дослідження і розвиток	Конкретизація деяких технічних деталей бізнес-проекту: - На якій стадії розробки знаходиться проект? - Що потрібно для його успішного завершення? - Який орієнтовний кошторис витрат на нього? - Які подальші плани стосовно проведення маркетингових досліджень і врахування перспектив розвитку мережі?
5	Операції та виробництво	Характеристика організаційних аспектів бізнесу, визначення відповідальних за реалізацію проекту та виконання робіт із забезпечення функціонування веб-сайта. Прогнозна оцінка загальної величини очікуваних витрат.
6	Управління	Хто здійснює керівництво бізнесом і опис їхнього досвіду роботи з продукцією підприємства в Інтернеті.
7	Ризики	Містить аналіз основних ризиків у реалізації бізнес-проекту з урахуванням специфічних умов діяльності в мережі.
8	Фінанси	Обґрунтування прибутковості проекту через визначення фінансових аспектів порівняно з іншими видами діяльності та витрат, які пов'язані з роботою підприємства в Інтернеті
9	Період	Хронологічний опис усіх кроків, які доцільно здійснити для реалізації бізнес-проекту
10	Бібліографія і додатки	Перелік ділових посилань і сервісів Інтернету для отримання додаткової інформації про специфіку маркетингової й бізнес-діяльності в мережі

Детальної уваги потребує підготовка розділу бізнес-плану “Операції й виробництво”, в якому доцільно описати організаційні аспекти діяльності в Інтернеті, включаючи щоденні операції та фізичне місце розташування; визначити, яке устаткування потрібно для роботи підприємства в мережі; вказати, чи буде використовуватися при цьому власний веб-сайт чи буде орендуватися місце на сайті іншої фірми. Також варто з'ясувати, хто відповідатиме за веб-сайт і виконуватиме відповідну роботу (найматиме фахівців із досвідом роботи в мережі чи прово-

шими видами діяльності, витрати, які пов'язані з роботою підприємства в Інтернеті [2].

Крім того, завчасно доцільно визначити виконавців проекту. Відомо, що Інтернет є високотехнологічною сферою, тому потрібні один фахівець чи навіть декілька спеціалістів із досить високим рівнем кваліфікації для виконання всіх робіт. Оскільки Інтернет вимагає постійної уваги до себе для вдосконалення веб-сайта підприємства, необхідно розглянути виділення окремих штатних одиниць. Для проведення короткострокових робіт можна

залучити сторонні фірми, які надають допомогу в проведенні веб-маркетингу і стимулюванні збуту. Витрата досить невеликих коштів здатна принести корисні знання і поради з їхнього боку й реальну допомогу в реалізації запланованих етапів маркетингової діяльності в мережі.

У процесі створення веб-сайта підприємства необхідно провести ряд організаційних етапів (рис. 1), починаючи з дослідження сайтів конкурентів для отримання якомога більшої інформації та практичних навиків із позиції споживача, виявлення переваг і недоліків підприємства та використання цієї інформації при створенні власного веб-сайта.

- забезпечення прямого продажу та продажу з однієї фірми іншим;

- організація каналу просування для власної продукції (у випадку можливості її поширення через канали Інтернету).

Визначивши цілі присутності підприємства в Інтернеті, варто обрати критерії, за якими буде проводитись оцінка досягнення поставлених цілей. Такими критеріями можуть стати кількість відвідувачів веб-сайта фірми за визначений період часу, якщо його мета передбачає, наприклад, розвитку іміджу підприємства; збільшення прибутку за деякий період часу через розширення системи марке-



Рис. 1. Процес формування системи маркетингу підприємства на основі веб-сайта

З метою успішної реалізації веб-сайта підприємства першочерговим завданням є вибір маркетингових цілей його розміщення у мережі. Навіть після короткого ознайомлення з різними типами діючих веб-сайтів можна виділити базові концепції їх побудови, на основі чого сформувані власну концепцію, що найбільш повно відповідає потребам підприємства [8].

Загалом у маркетинговій діяльності підприємств розміщення сайтів в Інтернеті може передбачати досягнення таких основних цілей:

- рекламування, просування торгової марки фірми і/або її товарів;
- розширення системи зв'язків із громадськістю;
- забезпечення споживачів, партнерів, акціонерів і рекламних агентів повною та достовірною інформацією про підприємство і його товари;
- організація інформаційної перед- і післяпродажної підтримки своїх споживачів;

тингу за рахунок Інтернету й залучення більшої кількості клієнтів; збільшення обсягів продажу при використанні Інтернету як нового каналу для продажу товарів або послуг тощо [10].

На другому етапі доцільно визначити призначення веб-сайта, цілі його створення і функціонування, обрати цільову аудиторію – наявних клієнтів і потенційних споживачів продукції підприємства. Якщо перших цікавлять більше підтримка та нові пропозиції, то другим (серед них особи, які ще не купували продукцію фірми) слід детально розказувати, чим вона займається і що може запропонувати потенційному відвідувачу сайту. Також варто обдумати, чи справді веб-сайт є найефективнішим методом досягнення маркетингових цілей підприємства, адже не варто одразу покладати надто великі надії на його результативність.

Третій етап передбачає підготовку інформації для розміщення на веб-сайті. Для цього необхідно адаптувати матеріали рекламних листівок, баз да-

них, прес-релізів, специфікацій товарів. При побудові веб-сайта надається змога відвідувачам шукати інформацію у великій базі даних, що потребує часових і фінансових затрат. Тому перш ніж перейти до наступного етапу доцільно визначити можливі дії цільової аудиторії на веб-сайті, способи вимірювання його ефективності та інформацію, яку варто розмістити на веб-сайті, для чого доцільно скласти відповідний план заходів.

На четвертому етапі вже можна порахувати обсяг витрат і визначити розподіл обов'язків між працівниками підприємства та інших організацій, а також вирішити, на чийому комп'ютері буде розміщено веб-сайт. Кращим вважається його розміщення у провайдера, адже це обійдеться фірмі не лише дешевше і швидше, але ще й з технічною підтримкою.

Важливим організаційним етапом (п'ятим) вважається складання сценарію веб-сайта, який передбачає визначення кількості та якості зв'язку, розташування тексту, графіків, інтерактивних бланків і т.д. Особливу увагу звертають на першу веб-сторінку, оскільки вона формує перше враження відвідувачів про сайт підприємства. Логічним завершенням цього етапу є підготовка кінцевого варіанта тексту та проведення його тестування.

На шостому етапі рекомендується протестувати веб-сайт підприємства у діалоговому режимі. Коли сторінки сайту встановлені, варто перевірити роботу кожної з них і визначити час на завантаження однієї сторінки. Крім того, слід перевірити, чи доходять усі повідомлення, які відправляються, до відвідувачів сайту і чи добре працює власний персонал.

Важливу роль відіграє організація підтримки і вдосконалення сайту. Після того, як веб-сайт почав функціонувати, настав час його рекламувати, вивчати реакцію відвідувачів і на цій основі його вдосконалювати. Якщо підприємство бажає, аби відвідувач на нього повернувся ще раз, необхідно підтримувати інтерес до сайту, регулярно оновлюючи його вміст, вносячи зміни і доповнення, що передбачає додаткові витрати на редагування [4].

Практика показує: для веб-сайта характерним є дворівневий показ продукції. По-перше, це розміщення простої інформації (логотип, контактна інформація, основні дані про підприємство, дані про його товари і послуги). Для більшості фірм маркетинг на такому рівні не приносить бажаного рівня прибутку. По-друге, це представлення на сайті специфічної та розважальної інформації. Після відвідування такого веб-сайта споживач отримує задоволення, що є вагомим етапом інтерактивного маркетингу, особливо коли підприємство бажає перетворити відвідувачів веб-сайта на своїх постійних клієнтів.

При якісній організації робіт стосовно побудови системи маркетингу в Інтернеті вона має вдосконалюватись і розвиватись. Вважаємо, що після підбиття перших підсумків доцільно корегувати загальні цілі веб-сайта щодо використання ресурсів мережі, тобто переглядати завдання першого етапу. При недостатній віддачі сайту через невдалу реалізацію дизайну або невелику кількість відвідувачів слід повернутися до другого або третього етапу для проведення корегувань. Значні зміни в початковій плани може вносити і середовище Інтернету, висока динаміка якого вимагає постійного вдосконалення методів і засобів взаємодії з ним із боку підприємства.

лізацію дизайну або невелику кількість відвідувачів слід повернутися до другого або третього етапу для проведення корегувань. Значні зміни в початковій плани може вносити і середовище Інтернету, висока динаміка якого вимагає постійного вдосконалення методів і засобів взаємодії з ним із боку підприємства.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Якісне планування та організація маркетингової діяльності підприємства в Інтернеті на основі розробки та забезпечення функціонування веб-сервера виступає базисом побудови системи маркетингу в мережі, яку доцільно вважати ітераційним процесом, що змінюється разом із розвитком мережі.

Результатом послідовного виконання етапів цього процесу виступає створення, розміщення і просування веб-сервера в Інтернеті як одного з ефективних інструментів реалізації всієї маркетингової програми. Поряд із тим, нагальними для подальших досліджень залишаються питання оцінки ефективності використання мережі в системі маркетингу підприємства з урахуванням економічних, організаційних, соціальних та інших аспектів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексунин В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. А. Алексунин, В. В. Родигина. – М. : Дашков и Ко, 2007. – 216 с.
2. Буренина Т. А. Маркетинг на базе Интернет-технологий : монография / Т. А. Буренина. – М. : Благовест-В, 2005. – 151 с.
3. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете / Л. Вебер; [пер. с англ. Е. Лалаян]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с.
4. Гуров Ф. Н. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети / Ф. Н. Гуров. – М.: Вершина, 2009. – 150 с.
5. Карасева В. Комплекс маркетинга в Интернет-бизнесе / В. Карасева // Маркетинг. – 2008. – № 2 (99). – С. 117-124.
6. Костяев Р. А. Бизнес в Интернете: финансы, маркетинг, планирование / Р. А. Костяев. – СПб. : БХВ-Петербург, 2002. – 656 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер; [пер. с англ. С. Г. Жильцов]. – [3-е изд.]. – М. : ИД "Вильямс", 2009. – 462 с.
8. Литовченко І. Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу : монографія / І. Л. Литовченко. – К. : Наукова думка, 2009. – 196 с.
9. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 640 с.
10. Халлиган Б. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халлиган, Дж. Шах ; [пер. с англ. Н. Коневская]. – М. : Диалектика, 2010. – 256 с.

REFERENCES

1. Aleksunin, V. A. (2007), *Jelektronnaja komercija i marketing v Internete* [E-commerce and online marketing], Dashkov & Co, Moscow, Russia.
2. Burenina, T. A. (2005), *Marketing na baze internet-tehnologiy* [Marketing based on the Internet technologies], Blagovest-V, Moscow, Russia.
3. Veber L. (2010), *Effektivnyiy marketing v Internete* [Effective Marketing in the Internet], Mann, Ivanov i Ferber, Moscow, Russia.
4. Gurov, F. N. (2009), *Prodvizhenie biznesa v Internet: vse o PR i reklame v seti* [Promoting of business in the Internet: all about PR and advertising in the network], Moscow, Russia.
5. Karaseva V. (2008), Kompleks marketinga v Internet-biznese [Marketing complex in the Internet business], *Marketing*, vol. 2 (99).
6. Kostyaev, R. A. (2002), *Biznes v Internete: finansy, marketing, planirovanie* [Business on the Internet: finance, marketing, planning], BHV-Petersburg, St. Petersburg, Russia.
7. Kotler F. (2009), *Marketing-menedzhment* [Marketing management], ID "Vilyams", Moscow, Russia.
8. Litovchenko, I. L. (2009) *Metodologichni aspekty Internet-marketyngu* [Methodological aspects of online marketing], Naukova dumka, Kyiv, Ukraine.
9. Kegler T., Dauling P., Teylor B. and Testerman D. (2003), *Reklama i marketing v Internete* [Advertising and marketing in the Internet], Alpina Pablisher, Moscow, Russia.
10. Halligan B. (2010), *Marketing v Internete: kak privilech klientov s pomoshhju Google, socialnyh setej i blogov* [Marketing on the Internet: how to attract customers through the Google, social networks and blogs], Dialectics, Moscow, Russia.

Валінкевич Н. В.,

д.е.н., доц., проф. кафедри економіки підприємства, Житомирський державний технологічний університет, м. Житомир

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ (ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНА ЕСЕНЦІЯ)

Анотація. Визначено організаційно-економічний механізм управління підприємствами як комплекс заходів, що характеризується набором специфічної взаємодії зв'язків, що зобов'язані враховувати заплановані, контрольовані та організовані виробництвом зміни в галузі структури організації, виробничих процесів і вирішувати проблеми забезпечення та ефективного здійснення модернізації підприємства. Сформульована й обґрунтована есенція механізму управління підприємства як система взаємопов'язаних організаційних та економічних елементів, орієнтована на виконання цілей здійснення ефективною діяльністю підприємства, що відображає підвищення вимог до організаційних, правових та економічних методів управління. За своєю структурою механізм визначено автором у вигляді сукупності організаційно-економічних компонент як форм і методів господарювання: економічний інтерес, матеріальне стимулювання, планування, ціноутворення, управління якістю продукції, інноваційна діяльність, організаційна структура, які перебувають у системному взаємозв'язку, утворюють єдине ціле й орієнтовані на основі раціонального використання виробничих ресурсів та обліку сформованої нової економічної ситуації на сталий розвиток підприємства.

Ключові слова: механізм, підприємство, підприємства харчової промисловості, управління, ефективність, розвиток, конкуренція.

Valinkevych N. V.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics of Enterprise, Zhytomyr State Technological University, Zhytomyr

ENTERPRISE MANAGEMENT MECHANISM (ORGANIZATIONAL-ECONOMIC ESSENCE)

Abstract. The organizational-economic mechanism of enterprises management is defined as a package of measures, which is characterized by a set of specific interaction relationships, which must take into account the planned, controlled and organized by production changes in the sphere of organization structure, production processes and solve the problems of ensuring and effective implementation of enterprise's modernization. The essence of enterprise management mechanism is formulated and substantiated as a system of interrelated organizational and economic elements, focused on completing of goals of enterprise's effective activity, which reflects the increase of requirements to the organizational, legal and economic management methods. By the structure the mechanism is defined by the author as a set of organizational-economic components like forms and methods of economic activity: economic interest, material incentives, planning, pricing, product quality management, innovative activity, organizational structure, which are in the system relationship, form a whole unit and are oriented on the sustainable development of the enterprise on the basis of production resources rational use and accounting of the formed new economic situation.

Keywords: mechanism, enterprise, food industry enterprises, management, efficiency, development, competition.

Постановка проблеми. Формування сталого розвитку та господарювання підприємств в умовах світової глобалізації обумовлене просторовим охопленням всього світового простору, його окремими континентами та регіонами. Життєдіяльність населення і людини як основної складової продуктивних сил просторових територіальних структур пов'язане з продовольчою сферою, яка займає значне

місце в пріоритетних напрямках розвитку соціально-економічної політики держави. Головним напрямом розвитку та важелем ефективного функціонування світової економіки, економіки регіонів і країн світу є, безперечно, продовольство – його споживання, обмін, розподіл і виробництво. Саме тому в умовах глобалізації економіки рівень розвитку підприємств харчової промисловості є показником

розвитку економіки країни та соціальним індикатором, який характеризує певною мірою рівень життя населення. Унікальність та специфіка її виробництва полягає в тому, що вся вироблена продукція споживається безпосередньо споживчим ринком, а ціни та обсяги складають споживчий кошик, впливаючи таким чином на розмір прожиткового рівня – його мінімального визначення. Тому актуальним є питання до всебічних проблем функціонування підприємств України.

Розробка організаційно-економічного механізму управління підприємства – ключова задача керівництва, обдумане, зважене і кваліфіковане управління виробництвом, а також розробка і реалізація зовнішньої й внутрішньої, конкурентоспроможної політики підприємств. Залежно від стратегічних задач, впливу зовнішнього середовища, внутрішніх факторів та об'єкта конкретного дослідження механізм може включати в себе безліч різноманітних елементів: організаційно-управлінських, технологічних, маркетингових, фінансових, інвестиційних, представлених у різних аспектах. Термінологічну конструкцію “механізм” в економічних дослідженнях деталізують як “механізм управління”, “господарський механізм”, “організаційно-економічний механізм”, “фінансовий механізм”, “механізм соціально-економічного розвитку”. Зауважимо, що в одних моментах під механізмом розуміють сукупність станів системи – “механізм соціально-економічного розвитку” (сукупність соціально-економічних станів господарської системи), в других – головну рушійну силу розвитку, головний елемент структури системи, особливості його взаємодії з іншими елементами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні та зарубіжні вчені-дослідники, автори публікацій стосовно механізму ефективного управління виробництвом ретельно вивчали сутність, зміст та принципи формування, вдосконалення та розробки організаційно-економічного механізму ефективного управління підприємствами. Зокрема, серед них: Л. Абалкін, А. Чухно, П. Борщевський, О. Бутнік-Сіверський, Л. Дейнеко, Д. Крисанов, Т. Мостенська, Г. Тарасюк, В. Гросул, І. Кузнецова, Р. Кононенко, О. Школьній, Т. Гончаренко. Проте вважаємо, що на теперішній час у фундаментальних та прикладних дослідженнях не розроблено достатньо повноцінне поняття дефініції.

Постановка завдання. Дослідити та запропонувати механізм управління підприємством із урахуванням організаційної та економічної складової як основи для економічного зростання та ефективної діяльності підприємств, що дозволяє здійснити декомпозицію чинників процесу і поліпшити зміст етапів управління, що значно збагачує економічну теорію управління сучасними підприємствами.

Виклад основного матеріалу дослідження. На конкурентоспроможність підприємства впливає безліч факторів, проте для ефективного функціонування важливий не тільки характер чинників, а й ефек-

тивний механізм, що забезпечує стійкий розвиток суб'єкта господарювання. Можливість оцінки стійкості підприємства допускає управляти її рівнем, ефективно й адекватно ринковій ситуації використовувати свій потенціал і досягнути сприятливого економічного результату.

Термін “механізм” в економічних наукових працях введений в обіг у другій половині 60-х років ХХ століття і, незважаючи на порівняну новизну, одержав всебічне поширення. Серед найважливіших структурних підрозділів “механізму” вітчизняні вчені виділяють: форми господарських зв'язків, завдяки яким здійснюється своєрідний “обмін речовин” в економіці, у тому числі оборот засобів виробництва, фінансово-кредитні відносини; форми організації суспільного виробництва (поділ праці, спеціалізація виробництва, його розміщення та інші, за допомогою вдосконалення яких суспільство впливає на розвиток продуктивних сил і забезпечує підвищення ефективності їх використання); сукупність економічних важелів і стимулів впливу на виробництво і учасників господарської діяльності, за допомогою яких забезпечується узгодження і стимулювання господарської діяльності; структуру, форми і методи планування і господарського керівництва, в складі яких одночасно з економічними можуть бути виділені також правові й соціально-психологічні форми і методи; спосіб функціонування господарської системи (незалежно від її розміру), в основу якого покладена певна сукупність виробничих відносин (ознаки процесу). Ми вважаємо, що найбільш доцільним буде розглянути *механізм як сукупність ресурсів економічного процесу і різноманітних способів їх сполучення*, у зв'язку з тим, що модернізація є об'єктом дослідження. Досконалою особливістю запропонованого поняття є наявність процесу і нерозривний зв'язок і підпорядкованість механізму процесу. В даному понятті “механізм” представлений як керований ресурс процесу, тобто здійснено розмежування механізму від управління.

Ключовою задачею проектування *організаційно-економічного механізму* в складі єдиного механізму управління підприємством є створення умов для розвитку та посилення економічного потенціалу підприємства, що має безпосередній вплив на фактори виробництва і, в кінцевому підсумку, визначає життєздатність організації в довгостроковій перспективі. На нашу думку, формування механізму управління утворюється за допомогою приватних механізмів: стратегічного управління; структуризації процесу розвитку; інформаційної взаємодії в межах реалізації програм розвитку. Механізм стратегічного управління досягається за допомогою реалізації таких напрямків: визначення характеру організаційно-економічного забезпечення інформаційної взаємодії підприємства; створення середовища, що підтримує модернізацію (адекватні умови і тенденції розвитку зовнішнього оточення); обґрунтування цілей та критеріїв оцінки результатів модернізації підприємства; введення системного планування розвитку економічного потенціалу підприємства на базі системи загального стратегічного

управління; виокремлення, виявлення умов і критеріїв оптимізації процесу організаційно-економічної модернізації підприємства на основі впровадження динамічного контролінгу. *Інформаційні механізми управління* покликані забезпечувати застосування інформації в якості додаткового ресурсу, який здійснює вплив на піднесення економічного потенціалу, та, відповідно, оптимізацію всіх процесів організації. Визначимо *механізм системного планування* в якості основної функції управління. Вихідним моментом господарської діяльності підприємства є безперервно поновлюваний процес руху вартості факторів виробництва через сфери виробництва та обігу. Зазначимо, що успішна практика, результати роботи і довгострокове стійке існування господарюючого суб'єкта залежать від системи його управління, від безперервної послідовності дієвих рішень керівництва. Головна проблема, що виникає перед керівниками, які здійснюють оновлення, сталий та ефективний розвиток підприємства, полягає в невмінні виокремити визначальний напрямок, вирішуючи поточні питання підприємства, які не призводять до його ефективного розвитку та підвищення стійкості. У результаті відбувається загострення суперечності між необхідністю реалізації підприємством цілей та завдань і пошуком ефективних варіантів організації, планування, розвитку модернізації. Все яскравіше відзначається необхідність пошуку "типових", дієздатних варіантів. Однак формування структури управління, яка базована на протидії "старої" і "нової" структур, не має відповідного ефекту, оскільки, з однієї сторони, класичний тип побудови має явні переваги у великому виробництві, з налагодженими технологічними процесами, а з іншої, – органічний тип сприяє творчому підходу та розвитку ініціативності в трудовому колективі. Тому для *кондиціоналізації* рекомендується *підприємствам диверсифікувати систему управління*. З цією метою розробляються рекомендації, виходячи зі стадій розвитку, специфіки суб'єкта господарювання.

Таким чином, автором запропоновано організаційно-економічний механізм здійснення процесу управління підприємством, який об'єднує механізми: стратегічного управління модернізації; системного планування; інформаційної взаємодії та структуризації процесу. Відмінністю запропонованого механізму є висока адаптованість для підприємств харчової промисловості, оскільки в ньому передбачена варіабельність певного рівня деталізації й тривалості циклу планування в межах функціонування інформаційно-активного середовища. Втім, у межах механізму інформаційної взаємодії автором було підкреслено: механізм внутрішньої інформації, що дозволяє вчасно діагностувати ефективність організаційно-економічного механізму розвитку модернізації підприємства і його елементів, а також відповідність розвитку загальним стратегічним завданням підприємства; механізм зовнішньої інформації, що акумулює в собі інформацію глобального, загальнодержавного, галузевого та регіонального характеру, що є базисом для якісного формування системи стратегічних рішень у межах розвитку та

ефективного впровадження модернізації; механізм сучасних розробок, що з метою нарощування потенціалу здатний на базі здобутків науково-технічного прогресу оцінити перспективу їх адаптації для кожного конкретного підприємства.

У зв'язку з цим набуває актуальності питання вдосконалення механізму управління підприємств харчової промисловості як процесу, що поєднує в собі неоднакові складові. *Механізмом управління підприємств* є взаємодоповнюючі елементи, до складу яких входять: виготовлення сировини, підприємницькі методи та способи управління, якість продукції, інформація, інновації тощо. Раціональна взаємодія даних елементів, на наш погляд, здійснюється лише за рахунок їх сполучення, що зорієнтована на підвищення ефективності виробництва, рівня конкурентоспроможності продукції, економічного зростання підприємства. Поєднання таких елементів, як методи економічного, фінансового та організаційного спрямування, інноваційно-інвестиційного характеру, заходи організаційного, економічного, фінансового, маркетингового змісту можливі в атмосфері сприятливого організаційно-економічного, науково-інноваційного та фінансового розвитку підприємства. Необхідно визнати особливу роль управління при підвищенні саме якості продукції, оскільки на цьому етапі параметри характеризують сумарний результат дослідження: технічний рівень продукту, проектування, конструювання, стандартизації, уніфікації та технологічних рішень [1, с. 32-34].

Тобто механізм управління підприємством повинен бути достатньо гнучким, зорієнтованим на випередження змін факторів як внутрішнього, так і зовнішнього оточення, своєчасну мобілізацію внутрішніх потенцій і своєчасну оцінку рівня модернізації. Тільки в такому поєднанні зароджується можливість використання механізму змін. Тому використання у процесі формування механізму таких системних особливостей відтворення, як інтегруючі здібності й взаємозамінність його елементів, досягнення збалансованого найкращого співвідношення між ними дає можливість створення механізму управління підприємства, що характеризується максимальною результативністю.

В умовах глобалізації економіки на державному рівні існує необхідність розробки продовольчої програми, яка *системно адаптована до стандартів ЄС* (кадрові, організаційні, технологічні та правові системи сільського господарства) і призведе до успішних змін у функціонуванні харчової промисловості та сільського господарства. Але, на наш погляд, *насамперед необхідно здійснити реструктуризацію сировинної бази галузі, сільських господарств та переробних підприємств*. Результатом таких заходів буде *підвищення якості продуктів харчування* в контексті продовольчої безпеки країни. Безперечно, якість продовольства безпосередньо впливає на наступні фактори: здоров'я населення, яке покращується внаслідок відсутності патогенних мікроорганізмів, хімічних та фізичних субстанцій; збільшення енергетичної та поживної цінності; покращення вигляду, смаку, структури, кон-

системності, запаху та терміну зберігання [2, с. 339]. Проблема якості харчових продуктів має динамічний характер та для виробника це, перш за все, поєднання управління якістю виробленого продукту, оптимізація та зменшення витрат на його виробництво, що сприятиме зниженню ціни та забезпечить необхідну поживну цінність продукції для споживача. Зрозуміло, що продовольча безпека України повинна ґрунтуватися на інноваційному розвитку агропромислового комплексу, а також створенні державного резерву продовольства. Тоді цілком обумовленим є стратегічне завдання країни щодо всебічного аналізу, вивчення та вирішення актуальних проблем ефективності використання, збереження та відновлення природних ресурсів, – земельного, лісового, водного, а також повітряного басейну, за умов досягнення оптимального рівня еколого-економічної рівноваги цих ресурсних складових потенціалу продовольчого комплексу [3, с. 93].

З початком реформування економіки країни уряд, намагаючись вирішити проблеми лібералізації економічних відносин і макроекономічної стабілізації в харчовій промисловості, прагне визначити стратегічний вектор, який буде спрямований на розвиток конкурентоспроможної національної економіки країни. Така ціль може реалізуватися, на наше переконання, за допомогою всебічної та глибокої модернізації вітчизняного виробництва, яке, зокрема, буде спрямоване на імпортозаміщення. Така модернізація підприємств харчової промисловості виступає закономірністю трансформаційного процесу, відображаючи необхідні стійкі зв'язки та залежності (притаманні економіці та її відтворювальному процесу), які об'єктивно проявляються в тенденції реформування та функціонування нового типу економічної системи у посткризовий період [4, с. 22]. Академік-секретар Відділення економіки НАН України Е.М. Лібанова наголошує, що “модернізація української економіки – не мета, а єдино можливий шлях досягнення високих стандартів якості життя” [5, с. 12]. До того ж, загальні проблеми структурно-технологічної модернізації економіки України, які за своєю глибиною та складністю є першочерговими, вимагають розробки і прийняття національних стратегічних програм, реалізації яких необхідно підпорядкувати всі зміни в економічних та інституційних механізмах [6, с. 30].

Зрушення у поведінці вітчизняного споживача та посилення конкуренції серед виробників продуктів харчування в країні стимулює зацікавленість у проведенні екологічної політики підприємства в напрямку добровільного впровадження системи екологічного управління. Колектив науковців під керівництвом академіка Хвесика М. А. переконує, що “...проблема полягає не в тому, що планета не спроможна прогодувати населення, і не у відсутності технологічних ресурсів щодо вирішення труднощів, а у людських відносинах насамперед між собою та з природою” [7, с. 6]. Така дискусія, по суті, є підґрунтям для наукових суперечок, яка відображена у монографії цих авторів. *Пріоритетним напрямом екологічної безпеки харчової промисловості України в умовах активізації глобалізацій-*

них процесів є підвищення життєвого рівня людей, створення максимальної комфортності середовища їх існування з урахуванням потенційних можливостей країни та світових досягнень у розвитку науки і техніки. Також не залишається і поза увагою вечних питань еколого-економічної цінності щодо екологічної сертифікації та стандартизації підприємств в Україні, які відмічають, що це “сприяє технологічному вдосконаленню і модернізації виробництва через розробку та сертифікацію практично всіх систем: екологічного управління, управління якістю, управління професійною безпекою та здоров'ям, соціальної відповідальності, гарантування безпеки продуктів харчування” [8, с. 70].

Наступний механізм – забезпечення професійними кадрами підприємств промисловості. Нині управління виробництвом повинно здійснюватися на основі та відповідно до сучасних світових вимог, з метою впровадження контролю за якістю і безпечною продовольчих товарів на основі методик системи НАСРР, міжнародних стандартів систем менеджменту якості та екологічного менеджменту харчових виробництв [9, с. 77].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Визначено, що основними елементами механізму управління є: аналіз зовнішнього середовища підприємства; розробка управлінських рішень щодо підвищення ефективності використання модернізаційного потенціалу підприємства; структурізація й аналіз субпотенціалів підприємства; визначення можливостей сталого розвитку та зростання; контроль та координація з урахуванням можливостей збільшення потенціалу, виявлення додаткових ресурсних обмежень, досяжності цілей та ефективності реалізації стратегії модернізації підприємства.

Наслідком впровадження організаційно-економічного механізму управління стане виробництво товарів та послуг, які будуть конкурентоздатними на світових ринках європейських продуктів харчування. Тому нині ми можемо виокремити ряд факторів, які призвели до різкого скорочення обсягів виробництва галузі та, як наслідок, зниження рівня життя населення нашої країни. Серед них: недостатньо розвинутий організаційно-економічний механізм взаємодії учасників господарювання на ринку, нестача знань в галузі управління на підприємствах у сучасних умовах господарювання, на рівні країни – недосконале державне регулювання економіки та соціальної сфери життя населення, що призвело до загрози продовольчої безпеки країни [10, с. 7]. На нашу думку, необхідно вдосконалити та застосовувати запропоновані механізми, а також важелі ефективного функціонування, господарювання підприємств за умов раціонального використання сировинних ресурсів, чітко усвідомлювати економічні засади формування та розвитку сировинної бази харчової промисловості України. Отже, забезпечення інтересів вітчизняного виробника сільськогосподарської сировини (аби уникнути зникнення взагалі вітчизняного виробництва через конкуренцію в межах ВТО), захист його від демпінгу є, на

наш погляд, стратегічним пріоритетом національного розвитку галузі, результатом функціонування якого буде стала продовольча безпека та ефективне функціонування підприємств харчової промисловості України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Валінкевич Н. В. Організаційний механізм раціонального споживання та відтворення основних засобів на підприємствах / Н. В. Валінкевич // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право) : наук. журнал. – К. : НАУ, 2011. – № 2. – С. 31-36.
2. Валінкевич Н. В. Організаційно-економічна модернізація підприємств харчової промисловості в умовах інноваційної економіки: проблеми теорії та практики : монографія / Н. В. Валінкевич. – Житомир : Вид-во ЖДТУ, 2014. – С. 339.
3. Шліхта В. М. Державний резерв – запорука економічної незалежності, енергетичної, продовольчої та екологічної безпеки України / В. М. Шліхта, О. І. Ізотенко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 7. – С. 91-96.
4. Валінкевич Н. В. Проектування пріоритетів модернізації підприємств: теоретичний та практичний аспекти / Н. В. Валінкевич // Європейський вектор економічного розвитку : зб. наук. праць Дніпропетровського університету ім. Альфреда Нобеля. – 2012. – № 1 (12). – С. 22-29.
5. Лібералізм та модернізація (за матеріалами круглого столу) // Економіка України. – 2011. – № 8 (597). – С. 4-25.
6. Петренко П. С. Модернізація української економіки і державне управління / П. С. Петренко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №9 (123). – С. 22-32.
7. Божидарнік Т. Реформа молокопродуктового підкомплексу: альтернативи та пріоритети / Т. Божидарнік // Економіст. – 2011. – № 2. – С. 52-54.
8. Скрипчук П. Економічні засади розвитку екологічних сертифікації та стандартизації / П. Скрипчук // Економіка України. – 2012. – № 4. – С. 60-71.
9. Валінкевич Н. В. Сучасні питання та проблеми ефективної діяльності підприємств харчової промисловості в умовах глобалізації / Н. В. Валінкевич // Національне господарство України: теорія та практика управління : зб. наук. праць. – К. : РВПС України НАН України. – 2010. – С. 73-82.

10. Дем'яненко М. Я. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва / М. Я. Дем'яненко, Ф. В. Іванчина // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 3-9.

REFERENCES

1. Valinkevych, N. V. (2011), *Orhanizatsijnyj mekhanizm ratsional'noho spozhyvannia ta vidtvorennia osnovnykh zasobiv na pidpriemstvakh, Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiologhiia, pravo) : nauk. zhurnal*, № 2, s. 31-36.
2. Valinkevych, N. V. (2014), *Orhanizatsijno-ekonomichna modernizatsiia pidpriemstv kharchovoi promyslovosti v umovakh innovatsijnoi ekonomiky: problemy teorii ta praktyky*, Zhytomyr: Vyd-vo ZhDTU, s. 339.
3. Shlikhta, V. M. (2011), *Derzhavnyj rezerv – zaporuka ekonomichnoi nezalezhnosti, enerhetychnoi, prodovol'choi ta ekolohichnoi bezpeky Ukrainy, Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 7, s. 91-96.
4. Valinkevych, N. V. (2012), *Proektuvannia priorytetiv modernizatsii pidpriemstv: teoretynnyj ta praktychnyj aspekty, Yevropejs'kyj vektor ekonomichnoho rozvytku : zb. nauk. prats' Dnipropetrovs'koho universytetu im. Al'freda Nobelia*, № 1(12), s. 22-29.
5. Liberalizm ta modernizatsiia (za materialamy kruhloho stolu) (2011), *Ekonomika Ukrainy*, № 8 (597), s. 4-25.
6. Petrenko, P. S. (2011), *Modernizatsiia ukrains'koi ekonomiky i derzhavne upravlinnia, Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 9 (123), s. 22-32.
7. Bozhydarnik, T. (2011), *Reforma molokoproduktovoho pidkompleksu: al'ternatyvy ta priorytety, Ekonomist*, № 2, s. 52-54.
8. Skrypchuk, P. (2012), *Ekonomichni zasady rozvytku ekolohichnykh sertyfikatsii ta standartyzatsii, Ekonomika Ukrainy*, № 4, s. 60-71.
9. Valinkevych, N. V. (2010), *Suchasni pytannia ta problemy efektyvnoi diial'nosti pidpriemstv kharchovoi promyslovosti v umovakh hlobalizatsii, Natsional'ne hospodarstvo Ukrainy: teoriia ta praktyka upravlinnia : zb. nauk. prats'*, s. 73-82.
10. Dem'ianenko, M. Ya. (2009), *Derzhavna pidtrymka iak faktor zabezpechennia konkurentospromozhnoho ahrarnoho vyrobnytstva, Ekonomika APK*, № 9, s. 3-9.

УДК 330.341

Куцик В. І.,

к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства, Львівська комерційна академія, м. Львів

Кліпкова О. І.,

аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

***Анотація.** Актуальність статті полягає у можливості формування інтегрального підходу до оцінки всього інноваційного процесу на базі оцінки стадії комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в системі інноваційного розвитку підприємств. В статті проаналізовано методичку розрахунку інтегрального показника інтелектуального потенціалу підприємства як у розрізі основних показників як креативної його складової, так і в аспекті інноваційного потенціалу. Зосереджено увагу на розрахунку інтегрального показника комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, що враховує вплив основної множини факторів впливу, методів та показників оцінки її складових.*

Ключові слова: інтелектуальний потенціал, креативний потенціал, комерціалізація, об'єкти інтелектуальної власності, інтегральний показник комерціалізації.

Kutsyk V. I.,

Ph.D., Associate Professor, Associate professor of the Department of Economics of Enterprise, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Klipkova O. I.,

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

INTEGRATED ASSESSMENT OF COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY OBJECTS IN THE SYSTEM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

***Abstract.** Topicality of the article is consistent with the possibility of forming an integrated approach to the whole innovative process based on the assessment of stage of commercialization of the intellectual property objects in the system of innovative development of enterprises. In the article the method of calculation of integral indicator of intellectual potential of the enterprise in terms of its key indicators is analyzed both as its creative part as well as in aspect of innovative potential. The attention is focused on the calculation of the integral index of commercialization of intellectual property objects, which includes the effect of the main influencing factors, methods and indicators of assessing its components.*

Keywords: intellectual potential, creative potential, commercialization, intellectual property objects, commercialization integral indicator.

Постановка проблеми. Ключовим елементом у процесі комерціалізації досліджень є здатність захищати права на інтелектуальну власність. Це визначає модель співпраці між партнерами і порядок проведення комерціалізації. Вибір нових організаційних форм інноваційного партнерства з метою інтенсифікації зусиль для комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності здійснюється на основі розрахунку множини інтегральних показників, які враховують структуру, активність та оптимальність інтелектуального потенціалу та ефективність процесу комерціалізації.

Аналіз останніх досліджень. Питанню оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства та розрахунку основних інтегральних показників інтелектуального потенціалу, в тому числі комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, присвячено праці відомих зарубіжних науковців: Й. Шумпетера, К. Фрімена, Б. Твісса, Р. Фостера, П. Санто, П. Друкера, М. Портера, а також вітчизняних: Б. Андрушківа, Л. Антонюка, О. Бойка, С. Князя, Є. Кузьміна. Проте у сучасних умовах методика розрахунку інтегральних показників інтелектуального розвитку та потенціалу підприємства потребує постійного вдосконалення та уточнення.

Постановка завдань. Основним завданням, яке поставлене при написанні статті, є формування нового бачення на методику розрахунку інтегральних

показників комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Таблиця 1

Показники для визначення інтелектуального потенціалу підприємств*

№ з/п	Показники	Формула розрахунку
1	Показник рівня інноваційної активності підприємства	Відношення величини інноваційної продукції у загальній кількості продукції $P_{i.a.} = \frac{I_{пр}}{ЗК_{по}}$
2	Рівень завершеності інноваційних проєктів у поточному році (%)	Відношення кількості завершених інноваційних проєктів у поточному році до загальної кількості проєктів $P_{з.пр.} = \frac{З_{пр}}{ЗК_{по}}$
3	Рівень використання ідей, придатних для комерціалізації за джерелами утворення	Відношення кількості ідей, придатних до комерціалізації, генерованих у власній організації, до загальної кількості креативних ідей $P_{в.ід} = \frac{I_{ком}}{ЗК_{і}}$
4	Багатоваріантність креативного потенціалу індивіда	Кількість генерованих результативних ідей у різних аспектах прийняття рішень Кр.ід.
5	Здатність до винахідництва, ймовірність прийняття неординарних рішень	Кількість ідей, що призводять до виникнення винаходів, промислових зразків та моделей Кід.в.
6	Швидкість формування ідей у складних ситуаціях	Кількість генерованих ідей в одиницю часу (визначається за методом мозкового штурму) Кід.од.ч
7	Рівень освіти персоналу, в тому числі: - працівники з вищою освітою; - працівники з середньою спеціальною освітою	Відношення працівників із вищою освітою до загальної кількості працівників Відношення кількості працівників із середньою спеціальною освітою до загальної кількості працівників $P_{в.о.} = \frac{Пв.осв}{ЗК_{прац}}$ $P_{с.о.} = \frac{Пс.осв}{ЗК_{прац}}$
8	Коефіцієнт плинності кадрів серед висококваліфікованих працівників	Відношення кількості звільнених працівників високої кваліфікації до загальної кількості працівників високої кваліфікації $K_{пл} = \frac{Кзв.в.к.}{ЗК_{прац.в.к.}}$
9	Рівень креативного потенціалу підприємства	Кількість працівників, що генерують інноваційні ідеї (креативних працівників), до загальної кількості працівників $P_{кр.п} = \frac{Ккр.прац}{ЗК_{прац.}}$
10	Рівень витрат на інноваційну діяльність	Відношення кількості величини витрат господарської системи на реалізацію інноваційних проєктів до загальної величини витрат $P_{ін.в} = \frac{Ін.витр.}{ЗВитр}$
11	Показник ефективності маркетингової діяльності креативної інноваційної діяльності, % У тому числі: - витратний аспект - ринковий аспект	Відношення величини витрат на комерціалізацію ідеї (інноваційного продукту) в загальній кількості витрат на збут продукції. Відношення кількості вдалих рекламних кампаній інноваційного продукту до загальної кількості рекламних кампаній. $P_{еф.витр.} = \frac{Взб.ін.}{ЗВзб}$ $P_{еф.р.} = \frac{РКін.пр.}{ЗРК}$
12	Кількість отриманих охоронних документів на об'єкти інтелектуальної власності: - на вітчизняному ринку - за кордоном	Абсолютна величина отриманої кількості охоронних документів, од. $K_{док.віт}$ $K_{док.м}$
13	Показник використання раціоналізаторських пропозицій у діяльності організації	Відношення кількості використовуваних власних раціоналізаторських пропозицій до загальної кількості рішень $P_{р.п.} = \frac{К.ком.р.пр.}{ЗК.р.пр.}$
14	Кількість ліцензій: - отриманих від сторонніх організацій - переданих іншим підприємствам	Абсолютна величина кількості отриманих ліцензій $K_{ліц.отр.}$ $K_{ліц.п.}$
15	Рівень прогресивності технологій	Відношення кількості прогресивних технологій до загальної кількості технологій, використовуваних у виробництві $P_{пр.т}$ $Тпр.$ =

- креативний потенціал підприємства

*Власна розробка

Виклад основного матеріалу дослідження.

Комерціалізація як відображення результативності всього інноваційного процесу, здійснюваного на підприємствах, є комплексною стадією, що враховує стан готовності інтелектуального потенціалу, матеріально-технічної бази підприємства та показники, які відображають її ефективність. Формування кластерів, інноваційних центрів підприємств, навчальних закладів та центрів академічної освіти здійснюватиметься у господарських системах із високим рівнем інтелектуального потенціалу. Визначення інтелектуального потенціалу здійснюється на основі інтегрального показника інтелектуального потенціалу.

До сукупності показників оцінки інтелектуального потенціалу входять показники креативності, які оцінюються експертами та внаслідок самооцінки. В результаті формується зважена характеристика креативності [5, 6].

Розрахунок інтегрального показника інтелектуального потенціалу здійснюватиметься за формулою:

$$I_{п.інт.пот.} = \sum_{i=1}^n \Pi_i \cdot \text{Візв}_i \quad (1)$$

де $I_{п.інт.пот.}$ – інтегральний показник інтелектуального потенціалу підприємства;

Π_i – показники інтелектуального потенціалу підприємства i -тої групи;

Візв_i – зважений показник питомої ваги i -того показника інтелектуального потенціалу.

Можливість передачі ідей та технологій компанії залежить від рівня фундаментальності знань, у тому числі активності науково-технічних підрозділів, здатних до співучасті в процесі комерціалізації, рівня розвитку креативного потенціалу учасників інноваційного креативного центру, що генерують інновації та підтримують процес комерціалізації. Процес комунікації в бізнесі є одним із основних чинників, що формують позицію підприємств та університетів у навколишньому середовищі, особливо коли це стосується можливостей впровадження на ринок нових ідей.

Підсумовуючи дослідження комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, можна сформулювати комплексну модель комерціалізації, яка враховуватиме особливості нового організаційного утворення – інноваційного креативного центру промислових підприємств.

Враховуючи всі отримані джерела інформації, вплив внутрішніх та зовнішніх факторів, здійснивши вибір одного чи кількох методів оцінки ефективності комерціалізації ідей, інноваційної продукції чи технології та розраховуючи необхідні показники результативності та ефективності комерціалізації, варто розрахувати інтегральний показник комерціалізації, що відобразить результативність застосовуваних заходів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності [7].

Перелік показників ефективності комерціалізації залежить від поставленої цілі та ширини досліджень. Серед них можна виділити:

1. Ефективність використання інформаційних ресурсів.
2. Стівідношення ймовірностей додаткових витрат, що виникають при комерціалізації.
3. Рентабельність інноваційної продукції.
4. Ефективність використання матеріально-технічної бази.
5. Чисту теперішню вартість грошового потоку від комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.
6. Ефективність маркетингу об'єктів інтелектуальної власності при просуванні на ринок.
7. Ефективність партнерської співпраці університету та підприємств.
8. Показники, що свідчать про ефективність використання фінансових ресурсів у процесі комерціалізації (за джерелами залучення).
9. Інші показники, що характеризують ефективність використання ресурсів у процесі комерціалізації.

Прибуток від комерціалізації розраховуватиметься залежно від використовуваної форми комерціалізації. Якщо ідея, генерована підприємством чи навчальним закладом, буде реалізована у власних цілях, то прибуток відобразиться у вигляді виручки від реалізації продукції, що була спроектована внаслідок реалізації ідеї у вигляді об'єкта інтелектуальної власності, надання інжинірингових послуг, приросту нематеріальних активів [8]. Якщо об'єкт інтелектуальної власності буде продано чи передано іншим підприємствам, то прибуток отримуватиметься у вигляді суми від продажу ліцензії на використання ідеї (паушальний платіж) чи у вигляді платежів від використовуваного ліцензіатом патенту (роялті).

Розрахунок інтегрального показника комерціалізації здійснюватиметься на підставі всіх складових процесу комерціалізації та коефіцієнтів їх вагомості в контексті результативності процесу:

$$I_k = X_1 \cdot K_1 + X_2 \cdot K_2 + X_3 \cdot K_3 + \dots + X_n \cdot K_n \quad (2)$$

де I_k – інтегральний показник комерціалізації;

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ – узагальнюючі показники складових процесу комерціалізації ідей господарськими системами;

$K_1, K_2, K_3, \dots, K_n$ – коефіцієнти вагомості відповідних складових у загальному процесі комерціалізації;

n – кількість складових процесу комерціалізації.

В свою чергу, узагальнюючі показники можна визначити, враховуючи кількісні характеристики кожної складової та відповідні їм вагові коефіцієнти. Основними кількісними характеристиками по кожній складовій є показники ефективності процесу комерціалізації [9]:

$$X_n = \frac{\sum_{i=1}^m (\text{Пеф} \cdot \text{Кв})}{100} \quad (3)$$

де Пеф – показники ефективності комерціалізації;

Кв – ваговий коефіцієнт показника ефективності комерціалізації в загальній множині коефіцієнтів;

m – кількість показників ефективності та результативності комерціалізації.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В результаті проведених досліджень можна дійти висновку, що кожен здійснюваний проект по комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності може оцінюватися на основі інтегральних показників інтелектуального потенціалу та комерціалізації. Зростання чи зменшення показників свідчатиме про загальні тенденції на ринку і в інноваційному партнерстві.

Як можна зрозуміти з аналізу представленої моделі інтегральної оцінки комерціалізації, способи її здійснення будуть залежати від можливостей інноваційного креативного центру, його місця в організаційній структурі господарської системи, обраних цілей комерціалізації, часових та ресурсних обмежень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрушків Б. М. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навч. посіб. / Б. М. Андрушків, Л. М. Мельник, Л. Я. Малюта. – Тернопіль : ТНТУ, 2010. – 238 с.
2. Антонюк Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Л. Антонюк, А. Поручник, В. Савчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 244 с.
3. Бойко О. Проблеми інноваційного розвитку в промисловості України / О. Бойко // Економіст. – 2004. – № 5. – С. 82-85.
4. Кузьмін О. Є. Управління інноваційним процесом на підприємствах: проблеми і шляхи їх розв'язання / О. Є. Кузьмін, С. В. Князь, Л. І. Мельник // Економічний вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". – 2005. – № 2. – С. 371-382.
5. Кліпкова О. І. Аналіз ефективності процесу комерціалізації ідей при умові постійних змін ринкової кон'юнктури / О. І. Кліпкова // Технологічний аудит і резерви виробництва. – 2015. – № 6/5 (26). – С. 58-62.
6. Кашук К. М. Організаційно-економічний механізм підвищення інноваційної активності сільськогосподарських підприємств / К. М. Кашук // Агросвіт. – 2013. – № 22. – С. 74-80.
7. Шотік Т. М. Принципи побудови інноваційної інфраструктури національного господарства /

Т. М. Шотік // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 10. – С. 25-31.

8. Малюта Л. Я. Оцінювання рівня інноваційного розвитку промислового підприємства [Електронний ресурс] / Л. Я. Малюта // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 1(4).

9. Тіманюк В. М. Методика відбору інноваційних розробок для подальшої їх комерціалізації / В. М. Тіманюк // Вісник Національного технічного університету. – 2013. – № 22. – С. 192-200.

REFERENCES

1. Andrushkiv, B. M., Mel'nyk, L. M. and Malyuta, L. Ya. (2010), *Stratehichne upravlinnya innovatsiynym rozvytkom pidpryyemstva*, TNTU, Ternopil', s. 238.
2. Antonyuk L., Poruchnyk A. and Savchuk V. (2003), *Innovatsiyi: teoriya, mekhanizm rozrobky ta komertsializatsiyi*, KNEU, K., s. 244.
3. Boyko O. (2004), *Problemy innovatsiynoho rozvytku v promyslovosti Ukrainy*, *Ekonomist*, vol. 5, 82-85.
4. Kuz'min, O. Ye. Knyaz', S. V. and Mel'nyk, L. I. (2005), *Upravlinnya innovatsiynym protsesom na pidpryyemstvakh: problemy i shlyakhy yikh rozv'yazannya*, *Ekonomichnyy visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu Ukrainy "Kyivskyy politekhnichnyy instytut"*, vol. 2, s. 371-382.
5. Klipkova, O. I. (2015), *Analiz efektyvnosti protsesu komertsializatsiyi idey pry umovi postiynykh zmin rynkovoyi kon'yunktury*, *Tekhnolohycheskyy audyt y rezervy proyzvodstva*, vol. 6/5 (26), s. 58-62.
6. Kashchuk, K. M. (2013), *Orhanizatsiyno-ekonomichnyy mekhanizm pidvyshchennya innovatsiynoyi aktyvnosti sil'skohospodars'kykh pidpryyemstv*, *Ahrosvit*, vol. 22, s. 74-80.
7. Shotik, T. M. (2010), *Pryntsypy pobudovy innovatsiynoyi infrastruktury natsional'noho hospodars'tva*, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 10, s. 25-31.
8. Malyuta, L. Ya. (2011), *Otsynuyannya rivnya innovatsiynoho rozvytku promyslovoho pidpryyemstva*, *Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava*, vyp. 1(4).
9. Timanyuk, V. M. (2013), *Metodyka vidboru innovatsiynikh rozrobok dlya podal'shoi yikh komertsializatsiyi*, *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu*, vol. 22, s. 192-200.

УДК 339.37(477.87):658.0

Гаврилюк Г. Є.,
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

Данило С. І.,
викл. кафедри товарознавства та комерційної діяльності, Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Ужгород

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА (НА ПРИКЛАДІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Анотація. В статті охарактеризовано основні організаційні, правові, інституційні, економічні фактори впливу на регулювання розвитку роздрібною торгівлі. Серед них відзначено недостатній вплив державних органів, а саме на прикладі Департаменту економічного розвитку і торгівлі Закарпатської обласної державної адміністрації, на розвиток інфраструктури роздрібною торгівлі Закарпатської області. За допомогою DEA-аналізу показано зміну ефективності ресурсного забезпечення розвитку роздрібною торгівлі міст та районів Закарпатської області у 2014 р. порівняно з 2005 р. Запропоновані шляхи для покращення ситуації, в основному через створення державно-громадських структур підтримки і розвитку мережі інфраструктурних елементів сектору роздрібною торгівлі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, регіональний рівень, ефективність, DEA-аналіз, державне регулювання.

Havryliuk H. Y.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Danylo S. I.,
Lecturer, Department of Commodity Research and Commercial Activities, Uzhgorod Institute of Trade and Economics of KNUTE, Uzhgorod

EVALUATION OF REGIONAL POLICY EFFICIENCY OF REGULATION OF RETAIL TRADE ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT (AT THE EXAMPLE OF TRANSCARPATHIAN REGION)

Abstract. The article characterized basic organizational, legal, institutional and economic factors of influence on the regulation of retail trade development. Among them pointed on lack of influence of state bodies, in particular at the example of the Department of Economic Development and Trade of the Transcarpathian Regional State Administration, on the development of infrastructure of retail trade in Transcarpathian region. With the help of DEA-analysis the change of efficiency of resource support of retail development of cities and districts of the Transcarpathian region in 2014 compared to 2005 is showed. The ways to improve the situation are proposed, mainly through the creation of state-public structures of support and development of the network of infrastructure elements of retail trade sector.

Keywords: retail trade, regional level, efficiency, DEA-analysis, state regulation.

Постановка проблеми. Міжнародний досвід регулювання галузей економіки та світова практика проведення економічних реформ свідчить, що існування стабільно розвиненої економічної системи неможливе без успішного розвитку важливих видів економічної діяльності. Не виключенням є й торгівля, до розвитку якої підприємці виявляють значний інтерес. Саме торгівля здійснює підтримку вітчизняного товаровиробника, забезпечує наповнення бюджету та суспільний добробут, стимулює розвиток інвестиційних процесів. Невід'ємною її складовою і водночас формою організації товарного ринку є роздрібна торгівля. Відтак, особливої ак-

туальності набувають завдання якісного оцінювання ефективності регіональної політики регулювання розвитку роздрібною торговельного підприємництва, у т. ч. в цілях обґрунтування в подальшому якісних управлінських рішень відносно регіональної політики сприяння розвитку роздрібною торговельного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми функціонування та розвитку роздрібною торгівлі як виду економічної діяльності досліджували такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як Апопій В., Бланк І., Васильців Т. Гілберт Д., Колборн Р., Леві М.,

Лігоненко Л., Мазаракі А., Родінов Ю., Ушакова Н. та ін. Проте сучасний етап розвитку регіональних економік та нові виклики для розвитку вітчизняної торгівлі в умовах розвитку ринкової економіки на постсоціалістичному просторі обумовлюють нові дослідження та більш ефективні висновки для системи державної регіональної політики регулювання роздрібною торгівлі.

Постановка завдання. Метою статті є охарактеризувати теоретико-методичний базис оцінювання ефективності регіональної політики регулювання розвитку роздрібного торговельного підприємництва (правові, інституційні, організаційні, економічні аспекти) та з допомогою DEA-аналізу оцінити ефективність регіональної політики забезпечення розвитку роздрібною торгівлі на прикладі Закарпатської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні на загальнодержавному рівні законодавчо визначені умови створення суб'єктів господарювання, обрання їх організаційно-правових форм та власності, державної реєстрації, отримання дозволів і ліцензій на право здійснення господарської діяльності в торгівлі тощо. Це такі відомі нормативно-правові акти, як Господарський кодекс України, Податковий кодекс України, Цивільний кодекс України, закони України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців”, “Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності”, “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”, “Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності” (2007 р.) та багато іншого.

Потрібно визнати, що загалом вітчизняні суб'єкти господарювання, які здійснюють діяльність із роздрібною торгівлі, вважають правове середовище, визначене центральними органами влади, для господарювання в цій сфері абсолютно прийнятним (серед недоліків хіба що висока вартість ліцензії на право продажу підакцизних товарів, надмірність податкового навантаження, відсутність преференцій для магазинів і крамничок у порівнянні з крупними супер- та гіпермаркетами, відсутність державної підтримки функціонування соціально значимих об'єктів торгівлі та спеціалізованих магазинів, недостатність державної протидії надходженню на ринок фальсифікату, продукції незадовільної якості, небезпечної для життя і здоров'я споживача).

Разом з тим, вибудоване правове середовище у роздрібній торгівлі в певній мірі вдосконалювалося протягом років незалежності України, що дає можливість здійснювати ефективну і прибуткову господарську діяльність, формує конкурентне середовище.

Натомість подальше поширення практики регулювання на мезо- та субрегіональний рівень, зокрема у Закарпатській області, є недостатнім. Так, в області за період 2005-2015 рр. було прийнято обмежену чисельність рішень обласної державної адміністрації та обласних, міських і районних органів місцевого самоврядування, зорієнтованих на управління розвитком роздрібною торгівлі. Зокрема,

на рівні області це були низка рішень, що стосувалися впорядкування роботи ринків із продажу продовольчих і непродовольчих товарів [1], організації проведення щорічних обласних сільськогосподарських ярмарків [2], затвердження положень про окремі структурні підрозділи влади, до компетенції яких входять управління розвитком торгівлі або спостережні чи контрольні функції, прийняття і реалізації стратегій і програм функціонування соціально-економічної сфери, окремі заходи яких стосувалися підтримки розвитку внутрішнього ринку і торгівлі.

Звичайно, торгівля є видом економічної діяльності, що швидко й активно розвивається, потребує порівняно меншого інвестиційного та фінансового забезпечення, а також державної підтримки. Таким чином і регулюючих рішень тут об'єктивно менше. Але все ж ми вважаємо, що і повна відмова від регулюючого впливу в цій сфері є істотним недоліком.

Найбільш негативним, на нашу думку, тут є відсутність планування розвитку мережі об'єктів роздрібною торгівлі як за територією області, так і за товарною спеціалізацією, формами і форматами торгівлі, формування потужних зв'язків, міжфункціональних і міжгалузевих відносин. В області, її містах та районах мав би бути затвердженим генеральний план розвитку роздрібною торгівлі. Такий висновок обґрунтовується, з однієї сторони, важливими соціальними й економічними функціями, які реалізуються через цей вид економічної діяльності (проте є недостатніми в регіоні) та, з другої, – наявністю суттєвих недоліків унаслідок недостатнього і в значній мірі хаотичного формування об'єктів торгівлі та її інфраструктури, коли супер- і гіпермаркети будуються на території міст, а не виносяться за їх межі; на периметрі цілих кварталів відсутні продовольчі крамниці й розвивається вулична стихійна торгівля; доступу до ринку позбавлені менш фінансово спроможні, проте соціально значимі підприємства торгівлі.

Це негативно позначається і на діяльності легальних торговців та підприємств, які сумлінно сплачують усі податки та платежі, їх товар проходить лабораторну перевірку, на відміну від продавців на вулицях.

Недостатнє управління розвитком роздрібною торгівлі призвело й до її обмеженого впливу на виробничий сектор регіону. Так, індекс промислової продукції у Закарпатській області за січень-листопад 2015 р. порівняно з аналогічним періодом попереднього року скоротився на 19,9 %, тоді як у середньому по Україні – на 14,4 %. Звернімо увагу, що спад виробництва відбувся за рахунок зменшення обсягів виробництва харчових продуктів та напоїв (ТОВ “Фрут Майстер Фудс”, ТОВ “Дядя Ваня – Закарпатські овочі”, ТОВ “Корадо Каннінг Інкорпорейтед”), текстильного виробництва, виробництва одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (ТОВ “Сандерс Виноградів”, ТОВ “Українська Абітекс”, ПАТ “Гроно-Текс”), з виробництва основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів (ТОВ “Хіпп-Ужгород”) [3].

Обсяг нових замовлень на виробництво продукції переробної промисловості за січень-вересень

2015 р. становив 5,9 млрд грн, з якого 4,8 млрд грн припадало на іноземні замовлення. Із загального обсягу замовлень на виробництво продукції, виконання робіт, послуг близько третини припало на підприємства Ужгородського району, 19,5 % – м. Мукачеве, 13,1 % – м. Ужгород [4]. Із загального обсягу реалізованої продукції за основними групами у січні-вересні 2015 р. 31,9 % припало на споживчі товари короткострокового та тривалого використання, 25,8 % – інвестиційні товари, 20,6 % – енергію, 21,7 % – товари проміжного споживання, що засвідчує й недостатній вплив роздрібною торгівлі і сферу споживання.

Негативні аспекти характерні й для інституційно-організаційного напрямку регулювання розвитку роздрібною торгівлі у Закарпатській області. Так, головним структурним підрозділом обласної державної адміністрації, на який покладено завдання регулювання розвитку роздрібною торгівлі, є Департамент економічного розвитку і торгівлі Закарпатської обласної державної адміністрації. Позитивно, що ця структура одночасно є і структурним підрозділом вищого органу державної влади регіону, а також підзвітна та підпорядковується Міністерству економічного розвитку і торгівлі України [5]. Таким чином, з одного боку, структура зорієнтована на реалізацію регіональної політики, у т. ч. щодо розвитку внутрішнього споживчого ринку та безпосередньо роздрібною торгівлі, а з іншого, – на логічне провадження державної урядової політики, але вже на мезо- та субрегіональному рівні.

До головних завдань Департаменту згідно з відповідним положенням відноситься реалізація політики: розвитку конкуренції та обмеження монополізму, розвитку сфери торгівлі та побутових послуг, ціноутворення, детінізації економіки тощо. Але, як можемо бачити з практики, ці завдання не реалізуються. В області однією з найвищих по Україні є інфляція та зростання споживчих цін. Звернімо увагу, що в Закарпатській області за 5 останніх років ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 71,3 %. Водночас у п'ятирічному вимірі (листопад 2015 р. до грудня 2010 р.) інфляція становила 86,4 %. В Закарпатті за 5 останніх років ціни на алкогольні напої та тютюнові вироби зросли більше ніж у 2 рази, житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива подорожчали у 3 рази, ціни на проїзд у громадському транспорті – у 3,1 рази, зв'язок – на 15,8 %. У листопаді відповідно до жовтня 2015 р. була зафіксована інфляція на рівні 2 %. У той же час із початку 2016 р. інфляція становила 42,3 % [6].

Мабуть, за наявності таких статистичних даних стверджувати про ефективність цінової політики профільного Департаменту в Закарпатській області не доводиться. Аналогічні висновки робимо й щодо детінізації сфери роздрібною торгівлі і недопущення у ній проявів монополізму.

Недостатньо ефективною визнаємо й діяльність щодо формування споживчого попиту населення, адже понад 50 % витрат домогосподарств з дітьми на Закарпатті спрямовуються на харчування [7]. Дослідження життєвого рівня населення проводить-

ся органами статистики шляхом вибіркового обстеження умов життя домогосподарств у всіх районах області. За його даними в області на початок 2016 р. налічувалося 355,7 тис. домогосподарств. Середньомісячні сукупні ресурси одного господарства області з дітьми в середньому на одного умовного члена становили 1905,39 грн. та були на 27,9 % нижчими, ніж у домогосподарствах без дітей.

Основним джерелом надходжень сукупних ресурсів домогосподарств з дітьми є надходження від зайнятості. Домогосподарства області з дітьми направляли на харчування 51,2 % сукупних витрат. На купівлю непродовольчих товарів та оплату послуг домогосподарства з дітьми щомісячно витрачали 37,0 % сукупних витрат. У їх структурі 9,9 % займали витрати на купівлю одягу та взуття, 6,3 % – витрати на оплату житла, води, електроенергії, газу та інших видів палива.

На інші види товарів та послуг (освіту, відпочинок і культуру, зв'язок, охорону здоров'я, побутову техніку, поточне утримання житла, транспорт) домогосподарства області з дітьми витрачали лише від 1,5 % до 6,6 % сукупних витрат.

Отже, констатуємо, що як інституційно-правова та організаційна основа, так і практична діяльність Департаменту економічного розвитку і торгівлі Закарпатської обласної державної адміністрації у контексті планового і керованого розвитку роздрібною торгівлі в регіоні є недостатніми. Ще меншими можливостями й обсягами діяльності в цих цілях характеризуються головні управління економіки та інші структурні підрозділи районних і міських державних адміністрацій та відповідних комісій органів місцевого самоврядування.

Зокрема, якщо звірити їх діяльність із виконанням базових функцій органів влади, якими є аналіз, планування, організація, регулювання, мотивація та контроль, то функції аналізу і планування частково реалізуються. Йдеться про статистичний аналіз стану і тенденцій соціально-економічного розвитку регіону, у т. ч. в секторі роздрібною торгівлі, а також розробку й ухвалення стратегій і програм розвитку, де окреме незначне місце присвячене функціонуванню і поступу аналізованого сектору регіональної економіки.

Так, у 2015 р. були прийняті Програма економічного та соціального розвитку Закарпатської області на 2015 рік та основні напрями розвитку на 2016-2017 роки [8]. На нашу думку, цільові орієнтири політики визначені не комплексно, але у цілому правильно. Це сприяння легалізації робочих місць у торгівлі та ресторанному господарстві; розширення мережі стаціонарних об'єктів, які відповідатимуть європейським та світовим стандартам торговельного і побутового обслуговування; сприяння організації та проведенню регіональних і міжрегіональних ярмарків сільськогосподарської продукції з метою підтримки національного товаровиробника та реалізації політики імпортозаміщення.

Але, по-перше, незрозуміло, яким чином будуть досягатися ці цілі, адже заходи з їх реалізації не передбачені в жодному нормативно-правовому акті чи програмному документі розвитку регіону та,

по-друге, серед цільових орієнтирів чомусь немає детінізації торговельного сектору, протидії монополізації його сегментів та неправомірному ціноутворенню, керованого і планового розвитку і розміщення мережі об'єктів роздрібної торгівлі на території області, кращої реалізації суспільно-економічних функцій цього виду економічної діяльності.

Стратегічні орієнтири розвитку роздрібної торгівлі на Закарпатті у 2015 р. виконаними не були. Про це інформує безпосередньо обласна державна адміністрація, яка у відповідному звіті подає інформацію, що "... оборот роздрібної торгівлі зменшився відносно аналогічного періоду попереднього року на 14,4 %" і це при тому, що інфляція від початку року за той же період склала 142,0 % [9]. Очевидно, це є свідченням спаду фізичного обсягу РТО в регіоні, його значної тінізації та малоконтрольованого функціонування і розвитку мережі об'єктів торгівлі.

Суттєвим недоліком інституційно-організаційного напрямку формування в Закарпатській області механізму регулювання розвитку роздрібної торгівлі вважаємо й недостатню розбудову інституційної інфраструктури даного виду економічної діяльності. Йдеться, зокрема, про, по-перше, обмежену чисельність відповідних організацій, їх відсутність та, по-друге, надто обмежені можливості й компетенції.

Ми поділяємо пропозиції науковців відносно того, що необхідна державно-громадська підтримка становлення і розвитку мережі інфраструктурних елементів сектору роздрібної торгівлі. Діяльність таких структур мала би бути спрямованою на допомогу споживачам, надання їм об'єктивної інформації, участь у технічних комітетах при розробці стандартів. Для цього необхідне фінансування проєктів громадських організацій із розвитку споживчого ринку, його легалізації, пропагування культури придбання і споживання товарів та послуг, популяризації товарів місцевого виробництва, створення незалежних громадських організацій споживача (ефективність існування яких підтверджується досвідом розвитку інфраструктури споживчого ринку та формування конкурентного середовища в розвинених державах). Утвердження в Україні інституту недержавної експертизи товарів і послуг дозволило би проведення перевірок якості продукції та послуг без відома виробника (посередника) та надання на них відповідних відгуків у ЗМІ; сприяло би зменшенню витрат держави та створило би конкуренцію з державними організаціями споживачів, підвищило б ефективність системи захисту прав споживача та сприяло насиченню внутрішнього споживчого ринку якісними та безпечними товарами і послугами, забезпечило би суттєве зменшення тіньового сектору ринку [10, с. 126-128].

Звичайно, що недоліки інституційно-правового та інституційно-організаційного напрямків значною мірою стримують розвиток роздрібної торгівлі Закарпатської області. Але цьому перешкоджають також і безпосередньо економічні чинники: в оптовій і роздрібній торгівлі фінансовий результат, починаючи з 2012 р., стабільно від'ємний, причому обсяги збитку з року в рік зростають, сягнувши у

2014 р. 447,5 млрд грн та вперше довівши результати господарювання до нерентабельних на рівні "мінус" 8,4 % [11, с. 134, 183], упродовж 2013-2015 рр. намітився й спад валових капітальних інвестицій у торгівлю Закарпатської області (за інвестиційною привабливістю регіон посідає в Україні лише 24 місце [12]).

По-друге, це складність доступу суб'єктів роздрібної торгівлі до ринків та їх сегментів, прав діяльності, державного і комунального майна.

По-третє, це наявність неправомірних проявів адміністративного втручання у діяльність суб'єктів роздрібної торгівлі представників адміністративних і контролюючих органів влади.

По-четверте, це низька активність підприємств роздрібної торгівлі Закарпатської області із впровадження в господарську практику сучасних міжнародних стандартів управління якістю торгово-технологічного процесу. Водночас можна виходити на ринки інших областей України, а також зовнішній ринок, для чого є суттєвий потенціал з огляду на гео економічне розташування області.

По-п'яте, суттєвим економічним чинником, який перешкоджає якісному розвитку роздрібної торгівлі Закарпатської області, на нашу думку, є несформованість інституційного середовища протидії (у т. ч. несприйняття суспільством) тіньовій торгівлі, продажу товарів поза офіційною торговельною мережею, без відповідних документів, які підтверджують якість і безпечність товарів, продажу товарів іноземного походження та не місцевого виробництва, не соціально відповідального господарювання та неякісного обслуговування покупців. Для зміни цієї ситуації органам влади слід реалізувати низку інституційних та економічних заходів, зорієнтованих на покращення суспільно-психологічного середовища в галузі та на внутрішньому ринку.

На наш погляд, у процесі оцінювання ефективності регіональної політики забезпечення розвитку роздрібної торгівлі області важливе значення має отримання висновків відносно, по-перше, міри реалізації ресурсного забезпечення та потенціалу розвитку галузі та, по-друге, субрегіональних параметрів і характеристик її функціонування. Це дозволяє попередньо стверджувати про те, чи наявність недостатнього рівня поступу галузі є наслідком її недостатнього ефективного регулювання, чи обумовлена більшою мірою відсутністю відповідних економічних і ресурсних можливостей. Попри те, уможливаються й висновки відносно просторово-територіальних характеристик розвитку галузі.

В таких цілях було використано метод огортаючих даних (DEA-аналіз) ефективності використання ресурсного потенціалу розвитку роздрібної торгівлі Закарпатської області. Об'єктами для оцінювання ефективності використання ресурсів роздрібної торгівлі в часовому вимірі (інтервальної ефективності) обрано міста та райони Закарпатської області.

Результати дослідження динаміки ефективності використання потенціалу роздрібної торгівлі за показниками "входу" (забезпеченість населення торговою площею; капітальні інвестиції у роздрібній

торгівлі в розрахунку на одиницю населення; чисельність зайнятих у роздрібній торгівлі; середньомісячна заробітна плата в галузі; кількість ринків; обсяги реалізованих послуг у розрахунку на одиницю населення; обсяги експорту та імпорту товарів) і двома показниками “виходу” (роздрібний товарооборот на одну особу населення та роздрібний товарооборот у розрахунку на 1 м кв. торгової площі) у 2005 та 2014 рр. для міст та районів Закарпатської області дозволили виділити дві групи субрегіонів за рівнем ефективності використання ресурсів роздрібною торгівлі: (1) субрегіони, які повною мірою використовують потенціал (коефіцієнт ефективності $f = 1$); (2) субрегіони з низьким рівнем ефективності використання потенціалу (коефіцієнт ефективності $f > 1$).

Як видно з динаміки результатів розрахунку ефективності використання потенціалу роздрібною торгівлі (рис. 1), до субрегіонів, що повною мірою використовували потенціал розвитку галузі у 2005 р., відносилися міста: Ужгород, Мукачеве, Хуст та Чоп, а також райони: Берегівський, Великоберезнянський, Міжгірський, Перечинський, Хустський, Мукачівський, Ужгородський.

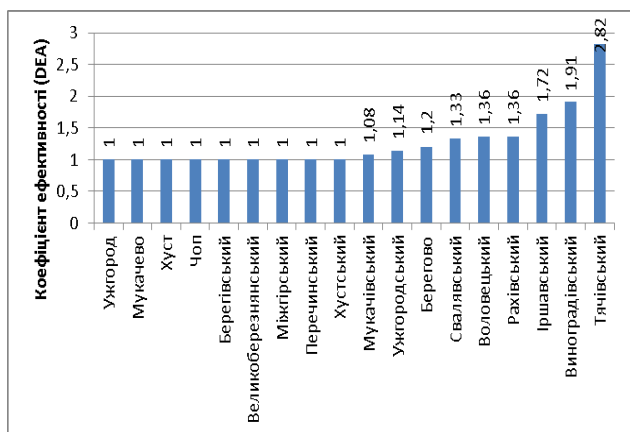


Рис. 1. Результати DEA-аналізу ефективності використання ресурсного забезпечення розвитку роздрібною торгівлі у Закарпатській області у 2005 р. (розраховано авторами)

Решта територій використовували потенціал недостатньо, особливо Тячівський, Виноградівський та Іршавський райони. У 2014 р. до 2005 р. відбулися певні зміни в ефективності використання ресурсного забезпечення роздрібною торгівлі у містах і районах Закарпатської області. Причому більшість із них негативні. Це, зокрема, зменшення чисельності адміністративно-територіальних одиниць із високим рівнем використання потенціалу, а також висока волатильність і нестабільність ситуації з ефективністю функціонування галузі. Так, із 9 міст і районів, що мали високу ефективність реалізації потенціалу роздрібною торгівлі у 2005 р., у 2014 р. лише 4 з них продовжували мати таку ж характеристику. І, навпаки, 5 з них перейшли в категорію неефективних, причому Міжгірський, Перечинський та Хустський райони стали найгіршими в області (рис. 2).

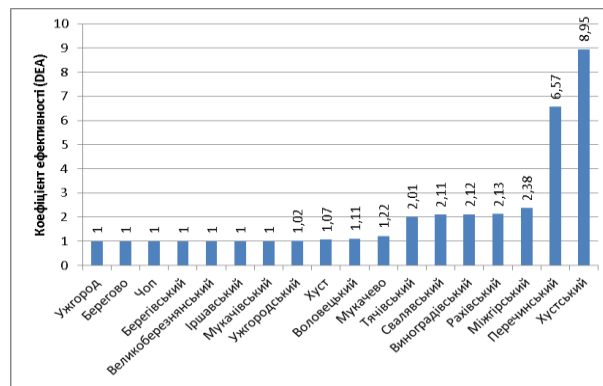


Рис. 2. Результати DEA-аналізу ефективності використання ресурсного забезпечення розвитку роздрібною торгівлі у Закарпатській області у 2014 р. (розраховано авторами)

Слід відзначити, що покращили власні позиції у зазначеному аспекті м. Берегово та Берегівський район, а також зберегли м. Ужгород та Великоберезнянський район. Окрім зазначених вище, неефективно є реалізація потенціалу роздрібною торгівлі у містах: Хуст, Мукачеве та в районах: Ужгородський, Воловецький, Тячівський, Свалявський, Виноградівський, Рахівський. Таким чином, у цих містах та на цих територіях існує резерв активізації використання потенціалу розвитку роздрібною торгівлі.

Вважаємо, що регіональним та місцевим органам влади в процесі вдосконалення та формування більш ефективного інституційно-економічного механізму регулювання розвитку роздрібною торгівлі у Закарпатській області на ці особливості слід звернути значну увагу. Це сприятиме суттєвому підвищенню ефективності регулювання та забезпечення якісного і структурно збалансованого розвитку роздрібною торгівлі в регіоні, що позитивно позначиться і на її ролі в соціально-економічному поступі області.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, головні недоліки регіональної політики регулювання роздрібною торговельного підприємництва у Закарпатській області: щодо інституційно-правового та нормативно-методичного напрямку – це недостатність поширення практики нормативно-правового регулювання галузі з центрального на мезо- та субрегіональний рівень, відсутність планування розвитку мережі об'єктів роздрібною торгівлі як за територією області, так і за товарною спеціалізацією, формами і форматами торгівлі, формування потужних зв'язків, міжфункціональних і міжгалузевих відносин; у царині інституційно-організаційного напрямку – низька ефективність функціонування та невиконання базових функцій щодо керованого розвитку роздрібною торгівлі державних регіональних і місцевих структур, відповідальних за розвиток галузі, відсутність достатнього планування і програмування збалансованого розвитку галузі, нерозвиненість інсти-

туційної інфраструктури державно-громадської підтримки якісного функціонування сектору роздрібно-ї торгівлі; за економічним напрямом – слабе фінансово-інвестиційне забезпечення вітчизняних суб'єктів сектору роздрібно-ї торгівлі, складність доступу суб'єктів роздрібно-ї торгівлі до ринків та їх сегментів, прав діяльності, державного і комунального майна, наявність неправомірних проявів адміністративного втручання в діяльність суб'єктів роздрібно-ї торгівлі представників адміністративних і контролюючих органів влади, низька активність підприємств роздрібно-ї торгівлі Закарпатської області з впровадження в господарську практику сучасних міжнародних стандартів управління якістю торгово-технологічного процесу, несформованість інституційного середовища протидії (у т. ч. несприйняття суспільством) тіньовій торгівлі, продажу товарів поза офіційною торговельною мережею, без відповідних документів, які підтверджують якість і безпечність товарів, продажу товарів іноземного походження та не місцевого виробництва, не соціально відповідального господарювання та неякісного обслуговування покупців. Усі ці питання мають перспективи подальших досліджень та аналізу з метою підвищення ефективності використання потенціалу підприємництва роздрібно-ї торгівлі Закарпатської області.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про впорядкування роботи ринків області з продажу продовольчих та непродовольчих товарів : Розпорядження Голови Закарпатської облдержадміністрації № 117 від 22.03.2007 р. – Інтернет-ресурс Закарпатської ОДА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/item/805>.
2. Про проведення обласного сільськогосподарського ярмарку : Розпорядження Голови Закарпатської облдержадміністрації № 67 від 31.03.2014 р. – Інтернет-ресурс Закарпатської ОДА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/item/6182>.
3. Цьогоріч на Закарпатті спад промислової продукції сягає 20 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakarpattya.net.ua/News/149526-TSohorich-na-Zakarpatti-spad-vyrobnytstva-promyslovoi-produktsii-siahaie-20>.
4. Із загального обсягу реалізованої на Закарпатті продукції 32% припало на споживчі товари [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakarpattya.net.ua/News/148249-Iz-zahalnoho-obsiahu-realizovanoi-na-Zakarpatti-produktsii-32-prypalo-na-spozhyvchi-tovary>.
5. Положення про Департамент економічного розвитку і торгівлі Закарпатської обласної державної адміністрації : Розпорядження Голови Закарпатської ОДА № 290 від 03.09.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/item/5970.htm?lightWords=>
6. Ціни на продукти харчування в Закарпатті за 5 років зросли на понад 70 % [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://transkarpatia.net/transcarpathia/>

economic/56996-cni-na-produkti-harchuvannya-v-zakarpatt-za-5-rokv-zrosli-na-ponad-70.html.

7. Понад 50 % витрат домогосподарств з дітьми на Закарпатті йдуть на харчування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakarpattya.net.ua/News/148334-Ponad-50-vytrat-domohospodarstv-z-ditmy-na-Zakarpatti-idut-na-kharchuvannia>.

8. Закарпатська обласна рада. Рішення. Програма економічного та соціального розвитку Закарпатської області на 2015 рік та основні напрями розвитку на 2016-2017 роки № 1202 від 6.03.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakarpattya.gov.ua/normatyvni-dokumenty/rishennya-rady/vi-skykannya/21-sesiya-06-03-2015/>.

9. Про підсумки економічного і соціального розвитку області за перше півріччя 2015 року : Інтернет-ресурс Закарпатської облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/print/6676.htm>.

10. Добуш З. О. Державне регулювання розвитку роздрібно-ї торгівлі в Україні : дис. к.е.н. за спец. 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Добуш З. О. – Львів : Видавництво ЛКА, 2015. – 228 с.

11. Статистичний збірник “Регіони України”: 2015. – Т. 2 / Державна служба статистики України. – К. : ДССУ, 2015. – 681 с.

12. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – Інтернет-ресурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.invest-lviv-region.com/UserFiles/File/Rejting_invest.pdf.

REFERENCES

1. Pro vporiadkuvannia roboty rynkiv oblasti z prodazhu prodovol'chych ta neprodovol'chych tovariv : Rozporiadzhennia Holovy Zakarpats'koi obldierzhadministratsii № 117 vid 22.03.2007 r. – Internet-resurs Zakarpats'koi ODA, available at: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/item/805>.
2. Pro provedennia oblasnoho sil's'kohospodars'koho iarmarku : Rozporiadzhennia Holovy Zakarpats'koi obldierzhadministratsii № 67 vid 31.03.2014 r. – Internet-resurs Zakarpats'koi ODA, available at: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/item/6182>.
3. Ts'ohorich na Zakarpatti spad promyslovoi produktsii siahaie 20 %, available at: <http://zakarpattya.net.ua/News/149526-TSohorich-na-Zakarpatti-spad-vyrobnytstva-promyslovoi-produktsii-siahaie-20>.
4. Iz zahal'noho obsiahu realizovanoi na Zakarpatti produktsii 32% prypalo na spozhyvchi tovary, available at: <http://zakarpattya.net.ua/News/148249-Iz-zahalnoho-obsiahu-realizovanoi-na-Zakarpatti-produktsii-32-prypalo-na-spozhyvchi-tovary>.
5. Polozhennia pro Departament ekonomichnoho rozvytku i torhivli Zakarpats'koi oblasnoi derzhavnoi administratsii : Rozporiadzhennia Holovy Zakarpats'koi ODA № 290 vid 03.09.2013 r., available at: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/item/5970.htm?lightWords=>

6. Tsiny na produkty kharchuvannia v Zakarpatti za 5 rokiv zrosly na ponad 70 %, available at: <http://transcarpatia.net/transcarpathia/economic/56996-cni-na-produkti-harchuvannya-v-zakarpatt-za-5-rokv-zrosli-na-ponad-70.html>.

7. Ponad 50 % vytrat domohospodarstv z dit'my na Zakarpatti jdut' na kharchuvannia, available at: <http://zakarpattya.net.ua/News/148334-Ponad-50-vytrat-domohospodarstv-z-ditmy-na-Zakarpatti-idut-na-kharchuvannia>.

8. Zakarpats'ka oblasna rada. Rishennia. Prohrama ekonomichnoho ta sotsial'noho rozvytku Zakarpats'koi oblasti na 2015 rik ta osnovni napriamy rozvytku na 2016-2017 roky № 1202 vid 6.03.2015 r., available at: <http://zakarpatt-rada.gov.ua/normatyvni-dokumenty/rishennya-rady/vi-sklykannya/21-sesiya-06-03-2015/>.

9. Pro pidsumky ekonomichnoho i sotsial'noho rozvytku oblasti za pershe pivrichchia 2015 roku : Internet-resurs Zakarpats'koi oblderzhadministratsii, available at: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/catalog/print/6676.htm>.

10. Dobush, Z. O. (2015), Derzhavne rehuliuвання rozvytku rozdrubnoi torhivli v Ukraini : dys. k.e.n. za spets. 08.00.03 – ekonomika ta upravlinnia natsional'nym hospodarstvom, Vydavnytstvo LKA, L'viv, 228 s.

11. Statystychnyj zbirnyk "Rehiony Ukrainy": 2015, T. 2, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, DSSU, K., 681 s.

12. Rejtnyh investytsijnoi pryvablyvosti rehioniv / Instytut ekonomichnykh doslidzhen' ta politychnykh konsul'tatsij, available at: http://www.invest-lvivregion.com/UserFiles/File/Rejting_invest.pdf.

Maria Krelowska-Kulas,

Prof. Dr hab. Inż., Wyższa Szkoła Społeczno-Gospodarcza z siedzibą w Przeworsku, Polska

WPROWADZENIE DO ZARZADZANIA JAKOŚCIĄ W PRZEDSIĘBIORSTWIE

Streszczenie. *Procesy dostosowawcze przedsiębiorstwa do zmieniającego się otoczenia są szczególnie ważne dla polskich przedsiębiorstw. Stały się one przed kolejnym wyzwaniem jakim jest sprostanie konkurencji w wymiarze międzynarodowym. Wymusza to na zarządzających podejmowanie szybkich i skutecznie wdrażanych decyzji dotyczących m.in. działań korygujących i zapobiegawczych. Dynamika tego zjawiska w powiązaniu z koncepcją ciągłego doskonalenia zmusza do ciągłego równoważeni stanu wewnętrznego przedsiębiorstwa z elementami otoczenia zewnętrznego. Wobec powyższego w niniejszym opracowaniu skupiono się na zagadnieniach dotyczących zarządzania jakością, których analiza pozwala nakreślić obraz współcześnie funkcjonujących przedsiębiorstw. Zwrócono tu także uwagę na pojęcie jakości pod względem koncepcji jej definiowania oraz postrzegania przez klienta i producenta.*

Słowa kluczowe: zarządzanie jakością, koncepcja zarządzania, klient, przedsiębiorstwo, otoczenie.

Марія Креловска-Кулас,

проф., доктор хабітований, інженер, Вища соціально-економічна школа, м. Пшеворськ, Республіка Польща

ВПРОВАДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Анотація. *Приспосувальні процеси підприємства до мінливого середовища особливо важливі для польських підприємств. Вони постали перед наступним викликом, яким є подолання конкуренції у міжнародному вимірі. Тому керівники змушені приймати швидкі та ефективно впроваджувані рішення, що стосуються зокрема коригувальних і запобіжних дій. Динаміка цього явища у поєднанні із концепцією постійного вдосконалення змушує безперервно збалансовувати внутрішнє середовище підприємства з елементами зовнішнього середовища. З огляду на вищезгадане, в цій праці зосереджено увагу на проблемах, що стосуються управління якістю, аналіз яких дозволяє зобразити картину підприємств, що нині функціонують і на понятті якості, з погляду концепції її визначення, сприйняття її клієнтом і виробником.*

Ключові слова: управління якістю, концепція управління, клієнт, підприємство, середовище.

1. Wstęp

Zachodzące w ostatnich latach zmiany w systemie gospodarczym sprawiły, że jakość produktów jak i usług zyskała kluczowe znaczenie w procesie budowy sukcesu przedsiębiorstwa. Nie bez znaczenia pozostaje także poziom wiedzy kadry zarządczej oraz ich kompetencyjność przekładająca się na wypracowywanie wysokiej efektywności pracy. Jak wykazuje doświadczenie na tym gruncie rozwoju przedsiębiorstwa strategicznym jest dobra znajomość teoretycznych i praktycznych podstaw tego typu działalności.

Istotne jest także trafne zidentyfikowanie źródeł odpowiedzialnych za pojawianie się różnorodnych problemów w szczególności związanych ze złą jakością wyrobów bądź usług. Jak wykazuje teoria, efektem tych działań zazwyczaj jest przeprojektowanie wyrobu czy modyfikacja oferty celem osiągnięcia wyższej satysfakcji u klientów. Wprowadzenie tych zmian to nie tylko nowe produkty czy usługa, ale przede wszystkim rozwój osobisty ludzi, którzy bezpośrednio odpowiadają za poprawę jakości.

Nawiązując do licznych opracowań naukowych dotyczących zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem wywnioskować można, że najważniejszym zadaniem menadżera jest dążenie do realizacji wytyczonych celów. Jednakże warto zauważyć, że osiągnięcie tych celów powinno w pierwszej kolejności przełożyć się na jak najdłuższe utrzymanie czasu funkcjonowania firmy. Aby zagwarantować sobie tak nakreślony tor sukcesu koniecznym jest stworzenie właściwej struktury relacji interpersonalnych. Brak wzajemnego zrozumienia i efektu synergii bardzo często mogą stać się przyczyną klęski firmy.

Druga połowa XX wieku, w szczególności dla osób piastujących stanowiska menadżerskie zaoferowała istotne rozwiązania w zakresie zarządzania jakością. Łącznie z koncepcją TQM zarządzanie to w odniesieniu do wysoce turbulentnych zmian otoczenia stało się pewnego rodzaju odpowiedzią na współczesne wyzwania rynkowe¹. Zastosowanie w działalności

¹ Kolman R., *Kwalitologia. Wiedza o różnych dziedzinach jakości*. Wydawnictwo PLACET, Warszawa 2009., s. 44-46.

gospodarczej standardów jakości to przede wszystkim działalnie na rzecz usprawnienia poziomu funkcjonalności firm szczególnie gdy mowa o oczekiwaniach zewnętrznych. Działając na rzecz przyciągania nowych klientów a jednocześnie utrzymania stabilnego utrzymania dotychczasowych, okazuje się, że stanowisko takie jest warunkiem koniecznym i niezbędnym dla przetrwania firmy w nowych warunkach zaawansowanej konkurencji. Działając na rzecz udoskonalania systemu zarządzania przedsiębiorstwem dedykowanym zdaje się być potrzeba wprowadzania i podnoszenia poziomu certyfikatów systemów jakości. Taki stan rzeczy spowodował, że współcześnie na pozycje konkurencyjną przedsiębiorstw szczególny wpływ wywiera posiadany certyfikat ISO, który dla przedsiębiorstwa jest nie tyle atutem a raczej standardem w działalności.

2. Jakość w teorii i praktyce zarządzania przedsiębiorstwem

Współczesna sytuacja gospodarcza zmusza menadżera do właściwej interpretacji bardzo dużej ilości informacji, które łącznie wpływają na proces zarządzania. Opierając się na dostępnej technologii oraz specyfice rynku finalnego współczesne zarządzanie wyraźnie zamyka się pomiędzy normami prawnymi a strukturą wnętrza organizacji. Postrzegając zarządzanie, jako proces dynamicznie zachodzących zmian w organizacji P.F. Drucker określa je, jako sztukę, której poprawne zrozumienie gwarantuje sukces dla firmy i jej menadżera². Dodatkowo postępująca złożoność funkcji gospodarki globalnej oraz jej pełna informatyzacja zwiększa poziom niepewności dotyczącej otoczenia i związanego z nim ryzyka. Dlatego też w decyzjach menadżera duże znaczenie posiada oryginalność stosowanych rozwiązań, nowatorstwo i optymalizacja decyzji³.

Proces zarządzania przedsiębiorstwem jest zbiorem przemysłanych i uporządkowanych działań, których efektywne zastosowanie w praktyce powinno zagwarantować osiągnięcie wysokich wskaźników. Jednak w obliczu postępującej unifikacji metod zarządzania zasadnym jest odnieść się do koncepcji A. Britta, który zwraca dużą uwagę na takie komponenty jak: funkcje kierownicze, style kierowania, oraz techniki kierowania. W opinii autora tak skonstruowany system działań powinien zagwarantować projekcję stanów przyszłych, z którymi może się spotkać przedsiębiorstwo⁴. Podejście takie gwarantuje przede wszystkim integrację klasycznych funkcji zarządzania z doбором właściwego oddziaływania przełożonych na podwładnych. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że skuteczność tego modelu zależna jest od poprawności dopasowania komponentów modelu do realiów charakterystycznych dla danego przedsiębiorstwa (właściwy model w połączeniu z konkretnym przedsiębiorstwem).

Postęp cywilizacyjny gwarantując coraz doskonalsze rezultaty pracy ludzkiej oraz idący za tym wysoko rozwinięty rynek międzynarodowy przekłada się bezpośrednio na oczekiwania konsumentów⁵. Jak zaznacza Fraś coraz częściej zauważa się ze oczekiwania w sferze konsumenckiej rosną niejednokrotnie szybciej niż postęp wdrożeń nowoczesnych technologii, dlatego rynek coraz intensywniej poszukuje skutecznych sposobów osiągnięcia przewagi konkurencyjnej⁶. Ten stan rzeczy przekłada się na wzrost wymagań jakościowych, co z kolei zmusza przedsiębiorców do osiągnięcia równowagi między jakością normatywną (systemu wytwarzania) a postrzeganą przez klienta⁷. W konsekwencji przesłanki te bezpośrednio decydują o tym, iż dynamicznie wzrasta zainteresowanie jakością zarówno w ujęciu teoretycznym jak i praktyce zarządzania. Rosnące zainteresowanie przedsiębiorstw i przedsiębiorców możliwościami w zakresie doskonalenia jakości stały się w chwili obecnej motorem sprawczym szerokiego zainteresowania czynnikiem jakościowym zarządzania.

Pojęcie jakości to zagadnienie wielokrotnie rozważane i poddawane wielopłaszczyznowej analizie filozoficznej czy techniczno-ekonomicznej. Dotyczące użytkowania wyrobów czy oferowanych usług jest zjawiskiem z którym mamy do czynienia wszyscy i na co dzień. Poddając zatem rozważaniu definicję jakości musimy pamiętać o takich czynnikach jak: postęp technologiczny, niezawodność maszyn czy niezawodność wyrobów, stanowią one łącznie niezbędne narzędzie racjonalnego rozwoju przedsiębiorstwa. W zależności od rodzaju przyjętej definicji, jej treść dotyczyć może innych aspektów jakości. Garvin zaproponował, aby podzielić definicję jakości na siedem kategorii: ogólne, związane z produkcją, produktem, użytkownikiem, tworzeniem wartości wielowymiarowe i strategiczne⁸. Wskazując jednocześnie, że wszystkie z definicji istnieją obok siebie i zależą od przyjętego podejścia. Natomiast jedna z definicji ogólnych podana przez Shewharta w 1931 roku, wskazuje na jakość jako dobroć produktu, którą można zastosować do wszystkich produktów i usług. Poprzez pryzmat produktu, jakość definiuje się jako wykonanie, dodatkowe wyposażenie, zgodność, wytrzymałość, zdolność do działania, estetykę, postrzeganą jakość. Z kolei twórcy koncepcji TQM (ang. Total Quality Management) definiują ją jako zgodność z wymaganiami. Tu dzień Juran określa ją jako przydatność do użytkowania, Porter jako jedną z dróg do odróżnienia produktu od konkurencji, a Taguchi, jako coś, czego brak oznacza straty dla wszystkich⁹.

Innym funkcjonującym w literaturze podziałem definicji był zaproponowany przez Reevesa i Bednara. Wyróżnili oni kategorie doskonałości, wartości, zgod-

² P.F. Drucker., *Zarządzanie w XXI wieku*, Wydawnictwo MUZA S.A., Warszawa 2000, s. 9-20.

³ Wawak S. *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka*, Helion, Gliwice, 2002, s. 9-11.

⁴ K. Zimniewicz, *Techniki zarządzania*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1991, s. 27.

⁵ Hamrol A., Mantura W., *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka* WN PWN, Warszawa 2011, s. 8-10.

⁶ Fraś J., Gołębiowski M., Bielawa A., *Podstawy zarządzania jakością w przedsiębiorstwie*, WN US, Szczecin, 2006, s. 10.

⁷ Szczepańska K., *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości* C.H. Beck, Warszawa, 2010, s. 19.

⁸ G.A., Garvin 1984. *What does product quality really mean*, Sloan Management Review 1, Cambridge, s. 25.

⁹ *Ibidem*, s. 25-28.

ności ze specyfikacją, spełnienia lub przekroczenia wymagań klienta oraz jakości, jako procesu dynamicznego¹⁰. Obecnie, jakość rozpatruje się, przede wszystkim, w relacji do kosztu jej uzyskania. Feigenbaum oraz Abbott zaproponowali wprowadzenie różnych poziomów jakości i ceny, stwierdzając jednak równocześnie, że cena nie jest głównym kryterium wyboru¹¹. Jeszcze inna definicja jakości, podawana przez Banka, określa ją jako: „*Pełne zaspokojenie określonych potrzeb klienta przy minimalnych kosztach własnych*”¹².

Zdaniem W. Ostasiewicz, analizując termin jakości, a jednocześnie ograniczając się jedynie do jakości techniczno-ekonomicznej wyrobów i usług, wyróżnić możemy pięć różnych jej płaszczyzn¹³: jakość w ujęciu zorientowanym na określone atrybuty produktu, w ujęciu procesowo-produkcyjnym, zorientowanym na użytkownika, na wartość oraz w ujęciu transcendentnym. Pierwszy z wymienionych aspektów, to grupa cech, jakie produkt powinien posiadać, by poziom jakości był wysoki, kolejny to stopień zgodności ze specyfikacjami. W trzecim ujęciu, jakość jest rozumiana poprzez spełnienie oczekiwań użytkownika. W ujęciu zorientowanym na wartość, to połączenie kontroli zmienności procesu, kosztu akceptowanego przez producenta i ceny akceptowanej przez odbiorcę. Z kolei ujęcie transcendentne, traktuje jakość jako pewien stan doskonałości, który wyraża się poprzez subtelną i wyrafinowaną jakość, jaką można wyraźnie odróżnić od jakości niskiej¹⁴.

Definiując jakość można przytoczyć zdanie, że pojęcie to jest nad wyraz różnorodnie interpretowane. Z jednej strony zauważamy obecnie, że wielu badaczy zajmuje się porządkowaniem definicji jakości. Z drugiej zaś, ich analiza wskazuje, że większość badaczy, zajmujących się tą problematyką, definiuje jakość na potrzeby własnych celów badawczych. Stąd niektórzy autorzy wskazują, że tworzenie uniwersalnej definicji jakości mija się z celem.

Warto także nadmienić, że aktualne rozumienie jakości, z której często korzystają zarówno teoretycy jak i praktycy zarządzania, w związku z wdrażaniem standardów w oparciu o normy ISO, jest zawarte w zapisach samej normy, która również ewoluowała. Definicja jakości zawarta w normie ISO 9000 może wydawać się nieco enigmatyczna, lecz posiada szereg zalet. Sprawnie łączy ona wszelkie właściwości wyrobu (produkt, usługa) z perspektywy ich autonomizacji uzyskiwanej w procesie mającym docelowo odnieść zamierzony skutek w postaci poziomu napełnienia wymagań. Można, zatem zauważyć, że

definiowanie jakości przeszło długą drogę od postrzegania jej jako doskonałości, poprzez traktowanie jakości jako stopnia, w jakim dany wyrób zaspokaja nasze potrzeby, do uznawania jakości za podstawową wartość organizacyjną, której celem jest spełnienie istniejących wymagań otoczenia¹⁵.

Analizując zagadnienia jakości w aspekcie nauk o zarządzaniu warto odpowiedzieć sobie na pytanie: czym jest zarządzanie organizacją (przedsiębiorstwem)? Spośród szeregu definicji nieco uwagi poświęćmy ujęciu mówiącemu, że jest to działanie ukierunkowane na dysponowanie zasobami, a przez nie oddziaływanie na ludzi jak też kierowanie pracą zespołów ludzkich i alokacja zasobów dla osiągnięcia określonych celów gospodarczych w sposób najbardziej efektywny¹⁶. Wobec powyższego zarządzanie możemy potraktować, jako skoordynowane działanie dotyczące kierowania organizacją oraz jej nadzorowania¹⁷. Odnosząc prezentowane podejście do przedsiębiorstwa jako systemu zarządzania jakością należy stwierdzić, że w normatywnym podejściu do przedsiębiorstwa zasadnym jest uwzględnić architekturę wewnętrznych jej procesów gospodarczych. Zidentyfikowanie, zrozumienie a przede wszystkim zarządzanie systemem wzajemnych powiązań przyczyni się do zwiększenia skuteczności i efektywności działania firmy stawiającej na rozwój koncepcji zarządzania jakością¹⁸.

Fakt, iż naukowe podejście do jakości objęło szereg aspektów życia gospodarczego jest niepodważalny. Zauważyć można jednak, że wieloaspektowy charakter zarządzania jakością w przedsiębiorstwach wciąż dąży do trafnego ujęcia w kontekście rozwoju zarządzania. Niemniej jednak niezależnie od przyjętej optyki należy zgodzić się z poglądem mówiącym, że TQM stało się współcześnie najdoskonalsza forma zarządzania jakością angażującą w proces ten całe przedsiębiorstwo¹⁹. Dlatego też bardzo ważnym jest określenie wpływu poziomu zarządzania jakością na wyniki organizacji. Zdaniem teoretyków poprawne zarządzanie tym parametrem w otaczającym przedsiębiorstwo środowisku przekłada się bezpośrednio na sukcesy, które coraz częściej zależą od aspektów innowacyjnych i poziomu jakości produktu lub świadczonej usługi.

Dzisiejsze organizacje niezależnie, czy są to przedsiębiorstwa produkcyjne, usługowe, handlowe, czy też różnego rodzaju instytucje stają w obliczu szeregu dylematów. W ramach prowadzonej działalności muszą one poszukiwać najbardziej właściwych sposobów prowadzenia przedsięwzięć, co staje się zadaniem coraz trudniejszym. Wykorzystywana coraz częściej w praktyce kategoria jakości jest tą, która towarzyszy

¹⁰ Reeves C. A., Bednar D. A., 1994. Defining quality: alternatives and implications. *Academy of Management Review* 3, Academy of Management, Briarcliff Manor, s. 419

¹¹ Wawak S. 2010. Jakość. Publikacja elektroniczna w bazie Encyklopedia zarządzania mfiles.pl

¹² Bank J., 1997. Zarządzanie przez jakość. Wydawnictwo Gebethner i Ska, Warszawa, s. 17.

¹³ Ostasiewicz W. (red.), 2004. *Ocena i analiza jakości życia*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław, s. 118-120.

¹⁴ *Ibidem*, s.120.

¹⁵ Bugdol M., Mity w zarządzaniu jakością. *Problemy Jakości* nr 8, 2005, s.10.

¹⁶ Wolniak R, Skotnicka-Zasadzień B., Zarządzanie jakością dla inżynierów, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010, s. 63.

¹⁷ Norma PN-EN ISO 9000:2006 (2006), *System zarządzania jakością. Podstawy i terminologia*, PKN, Warszawa 2006, s. 29.

¹⁸ Szczepańska K., Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości C.H. Beck, Warszawa 2011, s.40

¹⁹ Karaszewski *Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością*, TNOiK Dom Organizatora, Toruń 2009, s 134.

przedsiębiorstwu, niezależnie od faktu, czy tego chce, czy też nie. Stąd też można stwierdzić, że włączenie jakości do działań organizacyjnych przedsiębiorstwa wynika stąd, że jakość nie jest celem samym w sobie, lecz jest środkiem do ustanowienia systemu, który w sposób kompleksowy będzie dostarczał klientom określonych wartości. Przedsiębiorstwa traktują jakość jako nowy parametr w tzw. niecenowych strategiach konkurowania. Dotychczas stosowana w przedsiębiorstwach orientacja produktowa czy marketingowa jest zastępowana orientacją rynkową²⁰. Dlatego należy postulować, aby jakości nie zostawiać samej sobie lub splotowi uwarunkowań, (wewnętrznych i zewnętrznych) w jakich działa organizacja, ale zajmować się nią w sposób kompleksowy, obejmujący wszystkie obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa. Pozwoli to na powiązanie jakości, w ramach wewnętrznej struktury i funkcji, z jej elementami składowymi i otoczeniem zewnętrznym.

Pojawiają się także sygnały diagnozujące negatywne zjawiska dotyczące certyfikacji (ISO). Zdaniem niektórych przedsiębiorcy proces certyfikacji jakości czysto traktuje się instrumentalnie nadając mi znamiona dokumentu będącego niezbędnym do udziału w przetargu, czy pogoni za modą. Takie stanowisk przedsiębiorców należy postrzegać jako zjawisko marginalne, którego podstawą jest brak zrozumienia idei certyfikacji i jej właściwego wpływu na działalność przedsiębiorstwa. Należy, zatem dążyć do coraz lepszego poznania wpływu jakości na realizację procesu zarządzania organizacją, poprzez uzyskiwanej przewagi konkurencyjnej, w ramach realizowanej strategii rynkowej. W tym kierunku powinien też być prowadzony proces edukacyjny zarówno obecnych jak i potencjalnych kadr zarządzających celem efektywniejszego niwelowania barier w skutecznym wdrażaniu systemów kompleksowego zarządzania jakością w organizacjach.

3. Podsumowanie

Jakość dostarczanego na rynek produktu to jeden z najważniejszych czynników kształtujących konkurencyjność przedsiębiorstwa na rynku krajowym, europejskim, czy globalnym. Dlatego też nie dziwi zainteresowanie takimi zagadnieniami, jak zarządzanie jakością, czy efektywność działań podejmowanych w jego obrębie. Jakość produktu, a w szczególności jakość marketingowa to czynnik decydujący o postrzeganiu przez klienta, zarówno przedsiębiorstwa, jak i dostarczanego przez nie wytworu, budujący pozycję rynkową i markę firmy.

Każdy, kto chciałby zarządzać jakością w przedsiębiorstwie, biorąc pod uwagę istotność i złożoność zagadnienia, powinien zgromadzić obszerną wiedzę z tego zakresu. Analiza pojęcia jakości oraz etapów i elementów, jakie składają się na koncepcję zarządzania jakością, jest pierwszym krokiem na drodze do osiągnięcia głównego celu zarządzania jakością, czyli zaspokojenia potrzeb klientów i konsumentów danego przedsiębiorstwa w jak najpełniejszym stopniu.

LITERATURA

1. Bank J., *Zarządzanie przez jakość*. Wydawnictwo Gebethner i Ska, Warszawa 1997.
2. Bugdol M., *Mity w zarządzaniu jakością*. *Problemy Jakości* nr 8, 2005.
3. Drucker P.F., *Zarządzanie w XXI wieku*, Wydawnictwo MUZA S.A., Warszawa 2000.
4. Frań J., Gołębiewski M., Bielawa A., *Podstawy zarządzania jakością w przedsiębiorstwie*, WN US, Szczecin, 2006.
5. Garvin G.A., *What does product quality really mean*, Sloan Management Review 1, Cambridge, 1984.
6. Hamrol A., Mantura W., *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka* WN PWN, Warszawa 2011.
7. Karaszewski *Nowoczesne koncepcje zarządzania jakością*, TNOiK Dom Organizatora, Toruń 2009,
8. Kolman R., *Kwalitologia. Wiedza o różnych dziedzinach jakości*. Wydawnictwo PLACET, Warszawa 2009.
9. Norma PN-EN ISO 9000:2006 (2006), *System zarządzania jakością. Podstawy i terminologia*, PKN, Warszawa 2006.
10. Ostasiewicz W. (red.), 2004. *Ocena i analiza jakości życia*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2004.
11. Reeves C. A., Bednar D. A., *Defining quality: alternatives and implications*. Academy of Management Review 3, Academy of Management, Briarcliff Manor, 1994.
12. Szczepańska K., *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości*, Wydawnictwa C. H. Beck, Warszawa 2011.
13. Szczepańska K., *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości* C.H. Beck, Warszawa, 2010.
14. Wawak S. *Jakość. Publikacja elektroniczna w bazie Encyklopedia zarządzania* mfiles.pl 2010
15. Wawak S. *Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka*, Helion, Gliwice, 2002.
16. Wolniak R., Skotnicka-Zasadzień B., *Zarządzanie jakością dla inżynierów*, Wydawnictwo Politechniki Śląskiej, Gliwice 2010.
17. K. Zimniewicz, *Techniki zarządzania*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1991.

²⁰ Szczepańska K., *Zarządzanie jakością. W dążeniu do doskonałości* C.H. Beck, Warszawa 2011, s. 40.

Гончар О. І.,

д.е.н., доц., проф. кафедри економіки підприємства і підприємництва, Хмельницький національний університет, м. Хмельницький

ОПТИМІЗАЦІЯ ЕКОНОМІЧНОГО ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Проаналізовано існуючі підходи щодо оцінювання потенціалу підприємства, окреслено їх недоліки та переваги, акцентовано увагу на необхідності вдосконалення процесу оцінювання у сучасних умовах. Доведено, що успішність управління потенціалом підприємств залежить від достовірності й точності інформації про стан та рівень реалізації наявного потенціалу як основи для обґрунтування управлінських рішень. Вказано на те, що модель процесу оцінювання потенціалу підприємства має передбачати інтеграцію внутрішніх і зовнішніх проявів потенціалу, послідовність дій та комбінування їх видів. Вказано: важливим елементом у розробці методики оцінювання є ідентифікування основних принципів, які визначають правила та формують методичний підхід щодо оцінювання потенціалу підприємства. Сформовано узагальнену схему принципів оцінювання потенціалу, визначено етапи моніторингу системи інформаційного забезпечення дослідження потенціалу підприємства та згруповано, конкретизовано й доповнено методи оцінювання потенціалу підприємства.

Ключові слова: потенціал підприємства, управління потенціалом, стратегія, ресурси, можливості, здатності, ефективність.

Gonchar O. I.,

Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics of Enterprise and Entrepreneurship, Khmelnytskyi National University, Khmelnytskyi

OPTIMIZATION OF ECONOMIC ASSESSMENT OF ENTERPRISE POTENTIAL

Abstract. The existing approaches to evaluating the potential of the enterprise are analyzed, their disadvantages and advantages are outlined. The attention is focused on the need to improve the evaluation process in modern conditions. It is proved that the effective management of enterprise potential depends on the reliability and accuracy of information about the condition and level of implementation of the existing potential as a basis for justification of managerial decisions. It is specified that the model of evaluation of enterprise potential should provide the integration of internal and external manifestations of potential, sequence of actions and combination of their types. It is specified that the important element in developing a method of assessment is identifying the basic principles that define rules and form the methodical approach to evaluating the enterprise potential. The generalized scheme of principles of potential evaluation is formed, the stages of monitoring information providing system of enterprise potential research are determined as well as the evaluation methods of the enterprise potential are grouped, specified and supplemented.

Keywords: potential of enterprise, potential management, strategy, resources, opportunities, capacities, efficiency.

Постановка проблеми. Сучасне динамічне ринкове середовище, процеси глобалізації та інтернаціоналізації вимагають удосконалення підходів щодо визначення стану та можливостей підприємств, оцінювання їх потенціалу. Вартісне оцінювання потенціалу підприємства дає можливість не лише визначити його величину, але й обґрунтувати рішення щодо подальшої оптимізації та розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ефективність управління потенціалом підприємств, визначення напрямів удосконалень та векторів розвитку суттєво залежить від достовірності інформа-

ції про передумови – стан потенціалу. Актуальність проблеми оцінювання потенціалу підприємства формує інтерес ряду науковців. Окремі теоретичні й практичні аспекти даної проблеми розглядаються у працях ряду вчених таких, як Анісімова О. М., Балабанова Л. В., Бельтюков С. А., Бова Т. В., Наумов В. М., Перерва П. Г., Краснокутська Н. С., Федонін О. С. та ін.

Разом із тим, питання систематизації та виокремлення складових економічного оцінювання потенціалу підприємства залишаються невирішеними.

Постановка завдання. З позицій сучасних концепцій управління підприємство розглядається як відкрита полісферна система, де в якості основних видів діяльності виокремлюються такі структурні компоненти, як: виробництво, фінанси, кадровий склад (персонал), менеджмент (система управління), НДЕКР, маркетинг. Названі аспекти можна позиціонувати як статутні види діяльності, а здатність щодо реалізації можливостей їх ефективного здійснення слід визначати як потенціал підприємства [1, с. 96]. При цьому конкретні види діяльності виступають структуроутворюючими елементами функціонального потенціалу.

Успішність процесів формування, управління і розвитку потенціалу сучасних підприємств залежить від низки тенденцій: застосування інноваційно-інвестиційних програм, можливості застосування сучасних інформаційних, технологічних, фінансових, матеріальних ресурсів, прогресивності трудових та інтелектуальних ресурсів. При цьому важливо оперативно володіти достовірною інформацією про стан та рівень конкурентоспроможності сукупного потенціалу підприємства та його окремих складових. Така інформація може бути одержана у результаті оцінювання величини потенціалу.

Викладення основного матеріалу дослідження. Оцінювання стану та реалізації потенціалу промислового підприємства має ґрунтуватися на ключових факторах забезпечення результативності та ефективності із застосуванням інформаційних технологій і систем управління. Моніторинг та оцінювання інформації про стан складових потенціалу підприємства, можливості, що генеруються ринком, невизначеності та загрози є основою для прийняття управлінських рішень щодо управління виробничо-господарською діяльністю підприємства та процесами формування, реалізації та розвитку його потенціалу.

Різні аспекти методології оцінювання економічного потенціалу підприємств є об'єктом досліджень багатьох науковців. Однак результатна концепція оцінювання є неоднозначною і її неправильно пов'язувати лише з категоріями доходу, чистого доходу, прибутку, витрат, розрахунком різного роду коефіцієнтів, що характеризують ступінь віддачі витрат і виражають міру фінансової ефективності, що має місце в основній частині існуючих вчень.

Однак, враховуючи суттєву невизначеність та динамізм ринкової ситуації, процеси глобалізації та концентрації, особливої актуальності набувають дослідження проблем оцінювання ефективності реалізації та конкурентоспроможності потенціалу підприємства. Крім того, актуальність проблематики цього дослідження вимагає подальшої наукової розробки щодо:

а) формування науково-методичних аспектів аналізу та побудови системи оцінювання потенціалу промислових підприємств;

б) розвитку теоретичних і методичних питань формування системи оцінювання потенціалу промислових підприємств та їх складових;

в) обґрунтування критеріального базису для вибору ефективної системи оцінювання потенціалу підприємства.

У контексті розвитку понятійного апарату, пов'язаного з оцінюванням, на думку автора, необхідно визначити сутність процесу оцінювання потенціалу як ґрунтового аналітико-інформаційного процесу визначення кількісних чи якісних характеристик рівня (величини) потенціалу, які вимірюються показниками, що прийняті в економіці для характеристики результатів статутної діяльності [1, с. 118].

Однак у цьому контексті слід зауважити, що, виходячи з визначення змісту потенціалу підприємства як здатності реалізовувати можливості [1, с. 96], його безпосередня оцінка є нереальною і може здійснюватися лише опосередковано через досягнуті результати та результативність. Крім того, слід мати на увазі, що відносно коректною може бути лише оцінка реалізації потенціалу, оскільки оцінювання проводиться за даними, що мали місце в минулому (звітному) періоді. Оцінювання розвитку потенціалу матиме низьку вірогідність (прогностичний характер), тому що ідеально може характеризувати лише граничні можливості підприємства, реалізація яких пов'язана із значними невизначеностями.

Модель процесу оцінювання потенціалу підприємства повинна передбачати інтеграцію внутрішніх і зовнішніх проявів потенціалу, послідовність дій та комбінування їх видів. Вона повинна забезпечувати можливість визначити стан, проблемні аспекти та можливості розвитку потенціалу.

Оцінюючи потенціал підприємства, необхідно дослідити склад і рівень розвитку його компонентів, а також вплив окремих зовнішніх та внутрішніх чинників.

Процес оцінювання має здійснюватися таким чином, щоб були враховані й однозначно ідентифіковані характеристики, необхідні для належного функціонування бізнес-процесів, моніторингу та безпосередньо оцінювання.

Важливим елементом у розробці методики оцінювання є ідентифікування основних принципів, які визначають правила, що формують методичний підхід щодо оцінювання потенціалу підприємства. Основними з них є:

– точність оцінювання (точне визначення параметрів об'єкта оцінювання);

– визначеність оцінювання (чітке визначення параметрів об'єкта оцінювання);

– простота оцінювання (визначення спрощеного набору вхідних показників, які визначають кінцевий результат);

– інформативність оцінювання (достовірне відображення стану об'єкта);

– цільова орієнтація оцінювання (процес здійснюється відповідно до поставленої мети та запитів користувачів вихідних результатів);

– системність оцінювання (оцінювання кожного з елементів інноваційного потенціалу підприємства як складної економічної системи у взаємозв'язку між собою та із зовнішнім середовищем);

– доступність і достовірність вхідної інформації (орієнтація на основні форми фінансової звітності підприємств);

– здійснення оцінювання в часі (процес оцінювання включає визначення ретроспективного, поточного стану інноваційного потенціалу підприємства та прогнозування його розвитку).

Для забезпечення комплексного підходу до створення механізму функціонування системи оцінювання потенціалу підприємства пропонуються наступні етапи моніторингу системи інформаційного забезпечення дослідження потенціалу підприємства.

Етап 1. Діагностика існуючої системи інформаційного забезпечення з метою виявлення її стану та визначення ступеня відповідності потребам управління; після завершення діагностики формується висновок про стан безпосередньо системи інформаційного забезпечення процесу управління і визначається ступінь її відповідності бажаному стану.

Етап 2. Побудова загальної системи інформаційного забезпечення процесу оцінювання, який би відповідав інформаційним потребам щодо обґрунтування управлінських рішень з метою підтримання стійкості розвитку підприємства та його високого конкурентного рівня. При моделюванні системи інформаційного забезпечення застосовуються три базові принципи моделювання:

1) принцип функціональної декомпозиції – будь-який бізнес-процес може бути розглянутий як сукупність елементарних функцій;

2) принцип контекстної діаграми передбачає, що моделювання починається з побудови діаграми, на якій система (об'єкт моделювання) подається одним-єдиним блоком;

3) принцип обмеження складності, тобто кожний із аналізованих бізнес-процесів розбивається на більш прості операції, дії, елементарні функції.

Етап 3. Впровадження та адаптування спроектованої інформаційної системи до процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві з одночасним включенням механізму контролінгу, розглянутого як системне поєднання функції контролю з процесами оцінювання елементів і загалом потенціалу підприємства.

В умовах глобалізації, динамічних процесів зовнішнього середовища, зростання невизначеностей, посилення конкуренції, з одного боку, а з іншого, – збільшення кількості потенційно привабливих напрямів діяльності підприємства, розширення потенційних ринків збуту, кола контрагентів та контактних аудиторій, вимірювання стану і рівня потенціалу підприємства, його конкурентоспроможності потребують формування адекватної системи оцінювання, яка би базувалася на системному та ситуаційному підходах, що враховують усі зазначені фактори.

Здійснення оцінювання потенціалу підприємства для обґрунтування управлінських рішень щодо підвищення ефективності діяльності, конкурентоспроможності, вибору стратегії розвитку вимагає дотримання певних умов.

Так, по-перше, необхідно визначитися з об'єктом оцінювання та вибрати ті його характеристики, які не залежать від суб'єктивності оцінювача. По-друге, треба встановити, хто є суб'єктом оцінювання, оскільки від цього залежать напрями проведення оцінювання (векторів оцінювання може бути декілька), поряд із цим треба окреслити сукупність властивостей об'єкта, які саме будуть оцінюватися. По-третє, необхідно визначити конкретну мету оцінювання, оскільки від неї залежатиме перелік па-

раметрів, методи оцінювання, а також рід, тип, підвид або інші класифікаційні складові потенціалу, які потребують диференціації.

Результати проведеного дослідження показали: підходи науковців до оцінювання потенціалу є різноманітними та різнобічними, що проявляється в меті та напрямах, методах, засобах та глибині оцінювання, у виборі результуючого показника і т.д.

Так, Ілляшенко С. М. акцентує увагу на аналізі й оцінюванні саме достатності інноваційного потенціалу підприємства для можливості реалізації обраної стратегії інноваційного розвитку. Відповідно до цієї концепції автор пропонує оцінювання інноваційного потенціалу проводити на основі виділення й аналізу кожного його структурного параметра. Методика оцінювання кожної складової ґрунтується на визначенні та розрахунку характерних показників (коефіцієнтів) для кожної складової, порівнянні їх із таблицею прийняття рішень (для ринкової складової) або з показниками інших підприємств (для інших складових), інтегральному оцінюванню всього комплексу факторів [2].

Перевагами запропонованої методики є простота, комплексність та гнучкість процедури оцінювання, об'єктивність отриманих результатів. Крім того, важливим внеском у теоретико-методологічну базу дослідження категорії “потенціалу підприємства” є виділення автором ринкової складової у загальній структурі досліджуваного поняття. Як наслідок, при оцінюванні потенціалу підприємства враховуються і можливості розвитку, які надані ринком. Обмеженням застосування даної методики на практиці може стати процес переведення рівнів значень локальних потенціалів у відносні оцінки, що деякою мірою знижує точність отриманих результатів.

Чухрай Н., Патора Р. пропонують схему багаторівневого оцінювання потенціалу підприємства за такими етапами: визначення кластер-чинників, що характеризують певні властивості потенціалу, побудови “дерева кластер-чинників” із деталізацією властивостей потенціалу; визначення показників для оцінювання потенціалу (кількісні та якісні показники); розрахунку коефіцієнта вагомості кожного показника (експертним методом формування безконфліктної системи незалежних критеріїв); вибору бази для порівняння рівня потенціалу; виявлення зростання потенціалу за допомогою методу середньозваженої [3, с. 220-230]. Перевагою цієї методики є врахування стратегічної позиції підприємства на ринку та проведення аналізу відносно поточних конкурентів у контексті зміни в часі. Обмеженням методики, на нашу думку, є надмірна деталізація деяких показників оцінювання, але автори зауважують про можливість варіювання переліку показників.

На важливість вивчення взаємозв'язків між структурними складовими потенціалу вказує Воронкова А. Е. Оцінювання потенціалу відповідно до даного підходу здійснюється через співвідношення фактичного та очікуваного обсягів продажу продукції [4, с. 160]. Крім того, відзначається важливість саме стратегічно орієнтованого оцінювання потенціалу. Перевагою цієї методики є те, що автор не тільки кількісно оцінює потенціал підприємства,

але й враховує складні взаємозв'язки між елементами потенціалу підприємства. Сфера застосування даної методики є дещо обмеженою, оскільки алгоритм оцінювання передбачає збільшення обсягів реалізації продукції внаслідок впровадження інновації або інших поліпшень. Проте не завжди метою змін є збільшення обсягів продажів продукції. Наприклад, ринкові нововведення, як правило, спрямовуються на оновлення технологій, технологічних процесів; розробку нових правил, положень, інструкцій; освоєння нових сфер застосування продукту, розширення сегментів ринку, вихід на нові ринки.

Автори розглянутих методик основними завданнями оцінювання визначають діагностику, моніторинг і детальний аналіз потенціалу підприємства. Однак оцінювання сукупного потенціалу підприємства є недостатньо конкретизованим.

Детальне оцінювання всіх елементів потенціалу на підприємстві проводиться безсистемно, оскільки є досить трудомістким процесом і вимагає наявності повної та всеохоплюючої інформації. Крім того, діагностичний підхід може застосовуватися при оцінюванні як власного потенціалу, так і для аналізу можливостей конкурентів, оскільки здійснюється при обмеженому доступі до внутрішніх та зовнішніх інформаційних ресурсів. Проте подібне оцінювання дає можливість позиціонувати і потенціал, і саме підприємство на ринку. Натомість моніторинг як вид оцінювання передбачає фіксацію стану потенціалу підприємства в часі та аналіз тенденцій його розвитку.

Ще одним важливим аспектом оцінювання є визначення масштабів оцінювання. Така діяльність передбачає встановлення рівня деталізації та елементів і показників оцінювання. При цьому визначають вимоги до вхідної інформації, матеріально-технічного, кадрового, методичного забезпечення, а також і до вихідного результату. Оскільки оцінювання потенціалу підприємства може проводитися як для внутрішніх, так і для зовнішніх потреб, для задоволення вимог зацікавлених в оцінюванні сторін, отже, й інтерпретація результатів, співставлення їх із очікуваними даними будуть індивідуальними для кожного суб'єкта господарювання.

Важливим кроком оцінювання потенціалу підприємства є формування сукупності оціночних показників, рівень яких визначає стан об'єкта дослідження. При їх виборі більшість авторів пропонують застосувати експертні методи дослідження, перевагою яких є простота, можливість оцінки якісних ознак параметрів, застосування в умовах обмеженості інформації.

Однак їм притаманні і недоліки: висока ймовірність суб'єктивності експертних думок, ризик некомпетентності експертів, складність процедури опитування. При цьому слід враховувати, що потенціал підприємства є складною системою, яка досить важко піддається формалізації. Це вимагає застосування поряд із логічними та економіко-математичними методами саме процедур експертного оцінювання.

Дослідження наукової літератури засвідчило, що більшість науковців результативним показником обирають інтегрований показник рівня потенціалу

підприємства. Різниця полягає лише у методах його розрахунку.

Найчастіше застосовуються: розрахунок середньоарифметичного та середньогометричного відносних показників; суми часткових показників із урахуванням їх вагомості. Зведення часткових показників до узагальнюючого дозволяє провести комплексне порівняння стану, використання та розвитку потенціалу підприємства в часі, виконати порівняння з конкурентами тощо. З іншого боку, часткові показники є досить різномірними і їх агрегування може значно спотворити інформацію про реальний стан потенціалу підприємства. Водночас існування інтегрального показника не суперечить існуванню часткових показників. Необхідність їх розрахунку визначається завданнями, які ставляться при оцінюванні потенціалу певної економічної системи.

Результатом проведеного огляду теоретико-методичних підходів та розробок є систематизація та класифікація методів та підходів до оцінювання потенціалу підприємства (рис. 1).

Таким чином, сукупність існуючих методів оцінювання систематизовано, згруповано та доповнено за певними напрямками, що сприяло формуванню методичної бази управління потенціалом підприємств у сучасних умовах та спростило процес вибору оптимального методу оцінювання.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, оцінивши величину сформованого потенціалу, визначивши приховані резерви, виявивши сильні та слабкі сторони у діяльності підприємства, доцільно привести у відповідність внутрішні та зовнішні можливості, наявні та потенційні здатності підприємства щодо реалізації можливостей, оптимізувати ресурсний потенціал та його складові у відповідність із стратегією підприємства та іншими вимогами.

Результати оцінювання потенціалу підприємства використовуються для вибору й обґрунтування інноваційних та інвестиційних проектів, забезпечення прав власності, кредитування тощо. Отже, потенціал підприємства повинен бути постійним об'єктом управління на підприємстві, що передбачає цілеспрямований вплив на підприємство з метою підвищення результативності та ефективності його діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гончар О. І. Актуалізація управління потенціалом підприємства за умов євроінтеграції : монографія / О. І. Гончар. – Хмельницький : ХНУ, 2015. – 333 с.
2. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : навч. посібник / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД "Університетська книга" ; К. : ВД "Княгиня Ольга", 2005. – 234 с.
3. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення : монографія / Н. Чухрай. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2002. – 316 с.
4. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э. Воронкова. – Луганск, 2000. – 315 с.

За критерієм оцінювання			
Дохідний (результатний)	Оцінювання здійснюється на основі розрахунку очікуваних результатів використання об'єкта оцінки (очікувані доходи)	За фактором часу	Оцінювання на основі показників минулої діяльності (витрат)
Витратний (майновий)	Оцінювання здійснюється на основі розрахунку суми витрат на формування та реалізацію об'єкта оцінки		Оцінювання на основі показників теперішнього часу (порівняння з аналогами)
Порівняльний (витратно-результатний)	Оцінювання здійснюється на основі порівняння з аналогами, щодо яких є доступна і достовірна інформація		Оцінювання на основі очікуваних результатів у майбутньому (очікувані результати)
За глибиною оцінювання		За вимірниками оціночних показників	
Детальний	Оцінювання на основі детального аналізу внутрішнього середовища за наявності повної та всеохоплюючої інформації	При оцінюванні використовують показники: – у натуральному (умовно-натуральному) вираженні	
Діагностичний	Оцінювання на основі обмежених та доступних як для внутрішніх, так і для зовнішніх аналітиків параметрів	– у вартісному вираженні – у бальному вираженні – в оцінках за рангами*	
За формою подання результатів оцінювання		За рівнем формування потенціалу*	
Оцінювання за частковими показниками	Стан та рівень реалізації потенціалу оцінюють за основними напрямками розвитку	Оцінювання потенціалу:	
Оцінювання на базі інтегрованого показника	Висновок про стан та реалізацію потенціалу здійснюється на основі узагальнюючого показника	рівень – ресурсний; – виробничий; – господарський; – інституційний	потенціал – ресурсний; – виробничий; – ринковий; – сукупний
Оцінка на основі системи показників	Висновок про рівень потенціалу формується на основі розгалуженої системи показників		
За характером основних параметрів оцінювання*		За способом одержання оцінки	
Економічний	На основі фінансових показників господарювання підприємства	Об'єктний	
Неекономічний	На основі показників соціального, екологічного та нематеріального характеру	Порівняльний Експертний	
Комплексний	Комбінування фінансових та нефінансових показників	Побудови моделі* Графоаналітичний*	
За формою представлення оціночної моделі*		За напрямом оцінювання	
Статистичні	Оцінювання проводиться на базі звітно-статистичних методів дослідження, спостереження, групування і т.д.	Оцінювання зовнішніх (макро-, мезо-) факторів	
Економіко-математичні	Оцінювання проводиться на базі описових, прогностичних, нормативних та інших економіко-математичних моделей	Оцінювання внутрішніх (мікро-) факторів	
Математичні	Оцінювання здійснюється засобами інтегрального, диференціального, логарифмічного та інших видів аналізу	Комплексне оцінювання внутрішніх та зовнішніх факторів	

Рис. 1. Методи оцінювання потенціалу підприємства*

* Систематизовано та доповнено автором за [5, 6, 7]

5. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 352 с.

6. Лапин Е. В. Оценка экономического потенциала предприятия : монография / Е. В. Лапин. – Сумы : Унив. кн., 2004. – 360 с.

7. Репіна І. М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління / І. М. Репіна // Вісник Укр. акад. держ. управ. при Президентіві України. – 1998. – № 2. – С. 262-271.

REFERENCES

1. Gonchar, O. I. (2015), *Aktualizaciya upravlinnya potencialom pidpr'yemstva za umov yevrointegratsiyi*, XNU, Xmel'ny`cz'ky`j, 333 s.

2. Ilyashenko, S. M. (2005), *Upravlinnya innovacijny`m rozvy`tkom*, VTD "Universy`tets`ka kny`ga", Sumy, VD "Knyagy`nya Ol`ga", K., 234 s.

3. Chuxraj N. (2002), *Formuvannya innovacijnogo potencialu pidpr'yemstva: markety`ngove ta logisty`chne zabezpechennya*, Vy`d-vo NU "L`vivs`ka politexnika", L., 316 s.

4. Voronkova, A. E. (2000), *Strategy`cheskoe upravleny`e konkurentosposobnym` potenciy`alom predpr'yaty`ya: dy`agnosty`ka y`organy`zacy`ya*, Lugansk, 315 s.

5. Krasnokuts`ka, N. S. (2005), *Potencial pidpr'yemstva: formuvannya ta ocinka*, Centr navch. l-ry, K., 352 s.

6. Lapy`n, E. V. (2004), *Ocenka ekonomy`cheskogo potenciy`ala predpr'yaty`ya*, Uny`v. kn., Sumy, 360 s.

7. Ryepina, I. M. (1998), *Pidpr'yemny`cz`ky`j potencial: metodologiya ocinky` ta upravlinnya*, *Visn. Ukr. akad. derzh. uprav. pry` Prezy`dentovi Ukrainy`*, # 2, s. 262-271.

Должанський А. М.,
к.е.н., доц. кафедри бухгалтерського обліку, Львівська комерційна академія, м. Львів

Миска І. В.,
магістр, Львівська комерційна академія, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ПЕРЕОЦІНКИ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Анотація. Для визначення реальної картини фінансового стану основних засобів на підприємстві доцільно один раз на рік проводити їх переоцінку. Суть цієї операції полягає у приведенні вартості активів, за якою вони обліковуються на балансі підприємства, у відповідність з їх реальною (справедливою) вартістю. При цьому особливо важливе значення має переоцінка об'єктів основних засобів підприємства на поточний момент, оскільки вона передбачає визначення вартості майна на час прийняття управлінських рішень і дає змогу провести співставлення вартості об'єктів основних засобів, що відображені в бухгалтерському обліку підприємства. Сформульовані переваги та недоліки проведення дооцінки, уцінки основних засобів. Визначені основні етапи проведення переоцінки основних засобів. Встановлено вплив на об'єкт оподаткування підприємства, бухгалтерських переоцінок основних засобів у залежності від розміру річного доходу.

Ключові слова: основні засоби, нормативно-правові документи, залишкова вартість, первісна вартість, фінансовий результат, податок на прибуток.

Dolzhanskiy A. M.,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Myska I. V.,
Master's degree student, Lviv Academy of Commerce, Lviv

PECULIARITIES OF THE REVALUATION OF FIXED ASSETS IN THE CURRENT ECONOMIC CONDITIONS

Abstract. To determine the real picture of the financial condition of fixed assets of an enterprise it is expedient once a year to conduct their reassessment. The essence of this operation is to bring the value of assets on which they are recorded on the balance sheet of an enterprise in accordance with their real (fair) value. In that case especially important is the revaluation of fixed assets of the enterprise at the current period because it involves determining the value of the property at the time of decision-making and allows to conduct a comparison of fixed assets value that is recorded in the accounting of the enterprise. The advantages and disadvantages of revaluation and reduction of assets value are formulated. The main stages of the revaluation of fixed assets are determined. The influence on the object of taxation of the enterprise, accounting revaluations of fixed assets depending on annual income amount is determined.

Keywords: fixed assets, normative and legal documents, residual value, primary cost, financial result, income tax.

Постановка проблеми. Питання переоцінки основних засобів розглядали вчені-економісти, зокрема В. Бачинський, Ф. Бутинець, С. Голов, Р. Грачова, І. Жолнер, Т. Залишкіна, А. Лисенков, В. Рудницький, А. Ткаченко, І. Чалий та інші. Незважаючи на вагомий напрацювання провідних вчених, зауважимо, що питання переоцінки основних засобів згідно з вимогами відповідної нормативно-правової бази не знайшли достатнього висвітлення в їх дослідженнях. Це зумовлює поглиблення та розши-

рення дослідження в напрямі виділення особливостей переоцінки основних засобів.

Постановка завдання. Метою наукового дослідження є аналіз чинного законодавства з питання переоцінки основних засобів підприємства.

Для досягнення поставленої мети в дослідженні пропонується вирішити наступні завдання:

- провести аналіз нормативно-правових документів із бухгалтерського обліку переоцінки основних засобів;
- відокремити переваги та недоліки переоцінки основних засобів підприємства;
- визначити вплив коригувань від переоцінки основних засобів на фінансовий результат підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Головним мотивом переоцінки основних засобів служить прагнення підприємства до достовірності фінансової звітності. Тому підприємство може переоцінити об'єкт основних засобів, якщо залишкова вартість такого об'єкта істотно відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу (п. 16 П(С)БО 7). Кількісні критерії та якісні ознаки істотності інформації визначаються керівництвом підприємства, виходячи з потреб користувачів такої інформації, якщо такі критерії не встановлені положеннями бухгалтерського обліку, іншими нормативно-правовими актами [6]. В ході проведених досліджень встановлено, що чинна нормативна база рекомендує прийняти за основу при проведенні переоцінки основних засобів величину порогу істотності [5].

Даний показник становить: 1 % чистого прибутку (збитку) підприємства на дату балансу, або 10%-ве відхилення залишкової вартості об'єкта основних засобів від його справедливої вартості.

При цьому ми вважаємо, що проведення переоцінки – право підприємства, а не обов'язок. Тому, навіть якщо залишкова вартість експлуатованого об'єкта дорівнює нулю, то дооцінювати його не обов'язково. Проаналізуємо аргументи на користь проведення дооцінки або уцінки основних засобів.

1. У результаті дооцінки збільшується первісна і залишкова вартість основних засобів.

2. Дооцінка може збільшувати розмір капіталу, який, у свою чергу, є частиною власного капіталу. Збільшення власного капіталу і зростання вартості активів збільшує привабливість підприємства для інвесторів, а також кредиторів.

3. Розміри капіталу в дооцінках враховуються при визначенні частини вартості майна, яка виплачується учасникові, що виходить із товариства.

4. Дооцінка може допомогти уникнути зменшення статутного капіталу або навіть ліквідації товариства. Адже згідно з вимогами ст. 144 та ст. 155 Цивільного кодексу, якщо після закінчення другого і кожного наступного фінансового року вартість чистих активів виявиться меншою від розміру статутного капіталу, то товариство зобов'язане оголосити про його зменшення і зареєструвати ці зміни.

5. Дооцінку доцільно проводити у випадку, коли вартість його чистих активів є меншою від зареєстрованого розміру статутного капіталу. Це дозволить збільшити вартість чистих активів, тим самим змінивши в сприятливий бік співвідношення між розміром чистих активів і статутним капіталом.

У результаті уцінки зменшується первісна і залишкова вартість основних засобів. Уцінка, як правило, не впливає на розмір власного капіталу.

Розглянемо детальніше позитивні й негативні сторони проведення уцінки основних засобів:

1. Зменшення амортизовуваної вартості основних засобів зменшує амортизаційні відрахування, а, відповідно, і зменшується собівартість продукції.

2. У результаті зменшення залишкової вартості основних засобів зменшується база для нарахування ПДВ за деякими операціями, зокрема при продажу об'єкта [2].

Крім позитивних аспектів при проведенні переоцінки, є і негативні. Розглянемо їх більш детально.

1. Оцінку основних засобів для цілей бухгалтерського обліку може проводити тільки суб'єкт оцінної діяльності [8]. Тому підприємство самостійно не може провести переоцінку тільки силами своїх фахівців. Це, зокрема, передбачено ст. 7 Закону України "Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні" від 12.07.2001 р. № 2658-III. В даному документі наголошено, що при проведенні оцінки майна необхідно залучати суб'єкта оціночної діяльності, що є обов'язковим, у тому числі переоцінки основних фондів для цілей бухгалтерського обліку. Хоча відповідальність за порушення даної норми даним Законом не встановлена, це може бути загальна відповідальність, встановлена КпАП, ст. 1642 (порушення законодавства з фінансових питань) [1]. Тобто переоцінка потребуватиме додаткових витрат.

2. Якщо прийнято рішення про переоцінку одного об'єкта, то доведеться на цю ж дату переоцінити всі об'єкти його групи основних засобів [3].

3. Переоцінку об'єктів тієї групи, яка вже була переоцінена, згодом потрібно буде проводити з такою регулярністю, щоб залишкова вартість цих об'єктів на дату балансу істотно не відрізнялася від їх справедливої вартості [3].

Але, крім того, кожне підприємство, звичайно, може мати і свої власні аргументи за або проти.

Проведення переоцінки основних засобів складається з ряду окремих процедур. Розглянемо основні етапи проведення переоцінки: визначаємо справедливую вартість об'єкта, який збираємося переоцінити; визначаємо індекс переоцінки (шляхом ділення справедливої вартості об'єкта на його залишкову вартість); обчислюємо переоцінену первісну вартість об'єкта і переоцінений знос (для цього первісну вартість і суму зносу множимо на отриманий індекс переоцінки). Різниця між названими показниками і буде переоціненою залишковою вартістю об'єкта. Якщо залишкова вартість об'єкта дорівнює нулю, то його переоцінена залишкова вартість визначається шляхом збільшення справедливої вартості цього об'єкта до його первісної (переоціненої) вартості без зміни суми зносу.

В бухгалтерському обліку сума перевищення дооцінки залишкової вартості над сумою попередніх уцінок, відображена як капітал у дооцінках, списується на нерозподілений прибуток записом Дт 411 – Кт 441. Такий запис може робитися в обліку або періодично (щомісячно, щоквартально)

одночасно з нарахуванням амортизації та пропорційно амортизації, або при вибутті об'єкта зі складу основних засобів.

Вважаємо, що порядок списання дооцінок на нерозподілений прибуток доцільно зафіксувати в обліковій політиці підприємства. Відповідно, при переоцінці об'єктів основних засобів в обліку можуть виникати доходи і витрати. Крім того, результати переоцінки можуть впливати на суму амортизації об'єкта основних засобів, яка нараховуватиметься після переоцінки.

Визначено, що залежно від величини річного доходу підприємства результати переоцінки порізного впливають на об'єкт оподаткування. Так, якщо річний дохід підприємства не перевищує 20 млн. грн., організація має право не коригувати бухгалтерський фінрезультат на різниці, щоб визначити об'єкт обкладення податком на прибуток. При цьому рішення про не застосування коригування на різниці зазначається у відповідній таблиці декларації з податку на прибуток за 2015 рік.

Підприємства, в яких річний дохід перевищив поріг у 20 млн. грн., для визначення об'єкта оподаткування повинні коригувати фінрезультат на різниці, передбачені ПКУ п. 138.1 та п. 138.2.

Це різниці у вигляді бухгалтерської та податкової залишкової вартості й амортизації основних засобів, а також різниці, що виникають від проведення переоцінок і втрат від зменшення корисності основних засобів.

Визначено: для того, щоб мати можливість відкоригувати фінансовий результат на суми таких різниць, підприємство зобов'язане користуватися податковим визначенням поняття основних засобів, наведеним у ПКУ п. 14.1.138. Відповідно, вести облік податкової залишкової вартості та розраховувати податкову амортизацію основних засобів.

Для розрахунку податкової амортизації основних засобів їх балансова (залишкова) вартість станом на 1 січня 2015 року приймається рівною їх балансовій вартості, визначеній станом на 31.12.14 р. за правилами Податкового кодексу, які діяли до 01.01.15 р. ПКУ п. 11 підрозд. 4 розд. XX. При цьому до 01.01.15 р. під балансовою вартістю основних засобів розумілася різниця між їх первісною вартістю з урахуванням переоцінки і сумою накопиченої амортизації ПКУ п. 14.1.9. До 1 січня 2015 року всі підприємства (незалежно від розміру річного доходу) мали право в податковому обліку проводити щорічну переоцінку (дооцінку) балансової вартості основних засобів на коефіцієнт індексації, який залежав від індексу інфляції ПКУ п. 146.21 у редакції до 01.01.15 р. Відповідно, сума такої переоцінки збільшувала балансову вартість основних засобів у податковому обліку і брала участь у податковій амортизації.

Вважаємо, що позитивним моментом був той факт, коли правила податкової дооцінки можна було використовувати і при дооцінці основних засобів у бухгалтерському обліку [3]. Останнього разу підприємство могло провести податкову дооцінку об'єктів основних засобів за підсумками 2014 року. Таким чином, у балансову вартість основних

засобів станом на 31.12.14 р. може включатися і сума податкової дооцінки, яка впливатиме на витрати у вигляді амортизації після 1 січня 2015 року. Проте з 01.01.15 р. поняття "балансова вартість основних засобів" змінив термін "залишкова вартість основних засобів" [4]. При цьому, починаючи з 01.01.15 р. залишкова вартість основних засобів визначається як різниця між первісною вартістю об'єкта і сумою його амортизації, розрахованою за правилами ПКУ розд. III п. 14.1.9. Ми вважаємо, що, виключивши з ПКУ п. 14.1.9 словосполучення "з урахуванням переоцінки", законодавці, таким чином, показали, що переоцінка, яка проводиться з 01.01.15 р., не береться до уваги для визначення податкової залишкової вартості ОЗ, а отже, і при розрахунку податкової амортизації. Тому підприємства з річним доходом понад 20 млн. грн. повинні виключити вплив бухгалтерських переоцінок на об'єкт обкладення податком на прибуток. З цією метою вони повинні фінансовий результат до оподаткування ПКУ п. 138.1, 138.2: збільшити на суму уцінки основних засобів, включену до бухгалтерських витрат (субрахунок 975 "Уцінка необоротних активів і фінансових інвестицій"); зменшити на суму дооцінки в межах суми уцінки основних засобів, раніше віднесеної до складу витрат (на субрахунок 746 "Інші доходи").

На нашу думку, фінансовий результат можна зменшити тільки на суму дооцінки, яка знаходиться в межах уцінки, проведеної, починаючи з 01.01.15 р. Тобто зменшити фінрезультат за новими правилами можна тільки після того, як ми його збільшили за новими правилами.

В результаті у визначенні об'єкта обкладення податком на прибуток братиме участь тільки податкова амортизація і залишкова вартість основних засобів, навіть якщо об'єкт був дооцінений або уцінений у бухгалтерському обліку.

В ході проведених досліджень визначено, що у деяких випадках переоцінка може впливати на податкові зобов'язання з ПДВ. Це можливо, коли ПДВ нараховується, виходячи з бухгалтерської залишкової вартості основних засобів. Так, зокрема, згідно з ПКУ п. 188.1 при продажу необоротних активів база оподаткування не може бути нижчою за їх балансову (залишкову) вартість, що склалася за даними бухгалтерського обліку на початок звітного (податкового) періоду, в якому продається такий об'єкт. Тому в разі переоцінки база для нарахування ПДВ при продажу об'єкта визначатиметься, виходячи з його нової (уціненої або дооціненої) залишкової вартості.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В процесі проведеного дослідження охарактеризовано нормативно-правові документи з бухгалтерського обліку переоцінки основних засобів. Визначені недоліки моделі переоцінки основних засобів підприємства. Отриманий результат буде корисним для застосування в практичній діяльності суб'єктів господарювання щодо переоцінки основних засобів згідно з національними П(С)БО та Податковим кодексом України.

Зокрема, визначено, що переоцінка основних засобів проводиться за рішенням підприємства і не є для нього обов'язковою процедурою. Підставою для переоцінки може стати істотна відмінність залишкової вартості об'єкта основних засобів від його справедливої вартості. При цьому проводити переоцінку повинні професійні оцінювачі. Підприємства, річний дохід яких не перевищує 20 млн. грн., при визначенні об'єкта оподаткування враховують доходи і витрати, пов'язані з переоцінкою основних засобів, у повному обсязі; при перевищенні 20 млн. грн. коригують фінрезультат на різниці, які повністю усувають вплив бухгалтерських переоцінок основних засобів на об'єкт оподаткування. У деяких випадках (наприклад, при "дешевому" продажу основних засобів) переоцінена вартість об'єкта може вплинути на базу нарахування ПДВ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-X [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=80731-10&p=1307955181533713>.
2. Податковий кодекс України: Верховна Рада України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби": затверджене Наказом МФУ від 27.04.2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
4. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи : Закон України від 28.12.2014 р. № 71-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/71-19>.
5. Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів : Наказ Міністерства фінансів України від 30.09.2003 р. № 561 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MF03270.html
6. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства та внесення змін до деяких наказів Міністерства фінансів України : Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=382876&search_param=%EE%E1%B3%E3&searchPublishing=1

7. Про облікову політику: лист Міністерства фінансів України від 21.12.2005 р. № 31-34000-10-5/27793 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1023.2132.0>.

8. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні : Закон України від 12.07.2001 № 2658-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>.

9. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

REFERENCES

1. Kodeks Ukrainy pro administratyvni pravoporushennia vid 07.12.1984 r. № 8073-X, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=80731-10&p=1307955181533713>.
2. Podatkovyj kodeks Ukrainy: Verkhovna Rada Ukrainy vid 02.12.2010 № 2755-VI, available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
3. Polozhennia (standart) bukhhalters'koho obliku 7 "Osnovni zasoby": zatverdzhene Nakazom MFU vid 27.04.2000 r. № 92, available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
4. Pro vnesennia zmin do Podatkovooho kodeksu Ukrainy ta deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy schodo podatkovoi reformy : Zakon Ukrainy vid 28.12.2014 r. № 71-VIII, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/71-19>.
5. Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsij z bukhhalters'koho obliku osnovnykh zasobiv : Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.09.2003 r. № 561, available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MF03270.html
6. Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsij schodo oblikovoi polityky pidpriemstva ta vnesennia zmin do deiakykh nakaziv Ministerstva finansiv Ukrainy : Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 27.06.2013 r. № 635, available at: http://minfin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article/main?art_id=382876&search_param=%EE%E1%B3%E3&searchPublishing=1
7. Pro oblikovu polityku: lyst Ministerstva finansiv Ukrainy vid 21.12.2005 r. № 31-34000-10-5/27793, available at: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1023.2132.0>.
8. Pro otsinku majna, majnovykh prav ta profesijnju otsinocnu diial'nist' v Ukraini : Zakon Ukrainy vid 12.07.2001 № 2658-III, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2658-14>.
9. Tsyvil'nyj kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. № 435-IV, available at: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

Гереза О. В.

здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

ОЦІННО-АНАЛІТИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** Розглянуто зміст категорійного поняття “потенціал” у контексті фінансово-економічної стійкості торговельного підприємства. Проаналізовано відповідність сформованих засад і використовуваних критеріїв у методах оцінювання та аналізування фінансово-економічної стійкості сучасного торговельного підприємства умовам його діяльності. Сформульовано пропозиції для підвищення об’єктивності результатів встановлення рівня фінансово-економічної стійкості підприємства з урахуванням елементів теорії потенціалу. Вказано на те, що проблемним і водночас необхідним аспектом управління вітчизняними торговельними підприємствами, передусім великими торговельними комплексами мережевого типу, є поступовий перехід від короткострокового планування до стратегічного.*

Ключові слова: торговельне підприємство, потенціал, економічні ресурси, фінансово-економічна стійкість, управлінський інструментарій, оцінка, аналіз, методи.

Geraga O. V.

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

EVALUATIVE AND ANALYTICAL TOOLS OF POTENTIAL MANAGEMENT OF FINANCIAL AND ECONOMIC STABILITY OF A TRADING COMPANY

***Abstract.** The content of the categorical term "potential" in the context of the financial and economic stability of a trading company is considered. The compliance of existing principles and criteria used in the methods of evaluation and analysis of financial and economic stability of a modern trading company regarding the conditions of its activity is analyzed. The proposals to improve the objectivity of the results of the establishment of the financial and economic stability of the company, taking into account the elements of potential theory, are formulated. It is specified that the problematic and, at the same time, essential aspect of domestic trading companies management, especially of large shopping centers of network type, is a gradual transition from short-term to strategic planning.*

Keywords: trading company, potential, economic resources, financial and economic stability, management tools, evaluation, analysis, methods.

Постановка проблеми. Крім внутрішньогосподарської важливості, потенціал фінансово-економічної стійкості окремих економічних суб’єктів розглядається як одна з базових основ забезпечення концепції сталого розвитку національної економіки. З цієї точки зору вироблення адаптивних до економічних умов базових засад управління потенціалом фінансово-економічної стійкості підприємств різних сфер економічної діяльності, забезпечення такої концепції розробленим адекватним оцінно-аналітичним інструментарієм вважається одним із фундаментальних спрямувань економічних досліджень: “На сьогоднішній день однією з основних і базових проблем сучасної науки є розроблення та впровадження у практику методів дослідження й діагностики стійкості функціонування економічних систем” [1, с. 11].

Динамічні зміни в умовах діяльності сучасних підприємств у рамках постіндустріальної економіки, посилені для вітчизняних суб’єктів господарювання ще й додатковими факторами невизначеності трансформаційної економіки, виразно підкреслюють “потребу в розробленні нових і вдосконаленні наявних методичних підходів до економічної стійкості підприємства, результати застосування яких дозволять приймати якісно нові рішення щодо зниження ризикованості фінансово-господарської діяльності, підвищення її ефективності та забезпечення розвитку” [2, с. 7].

Виходячи із загальноекономічних умов функціонування й розвитку вітчизняних торговельних підприємств, проблематика формування суттєво нового концептуального підходу до управління потенціалом їх фінансово-економічної стійкості передбачає вирішення певних питань теоретико-ме-

тодологічного, методичного й організаційного характеру, про що стверджують О. О. Бакунов [3] і П. О. Куцик [18]. Важливість подолання існуючих проблемних питань як щодо самої концепції управління потенціалом фінансово-економічної стійкості, так і використовуваних інструментальних засобів пов'язується з тим, що "оцінка потенціалу дає можливість визначити найкращі варіанти його використання і вказує на переваги та недоліки механізму його реалізації, дозволяє удосконалити існуючу систему управління" [4, с. 193].

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє зробити висновок, що, незважаючи на значну кількість "класичних теорій" і новітніх розробок у сфері економіки та управління, проблематика потенціалу фінансово-економічної стійкості має явно виражений характер. Не сформульовано навіть на теоретичному рівні адекватні інформаційно-інтелектуальній економіці "теорію потенціалу" і задовільну для практичних потреб парадигму управління потенціалом фінансово-економічної стійкості, не розроблено базових засад необхідного для забезпечення управлінських потреб оцінно-аналітичного інструментарію. У дослідженнях немає узгодженості насамперед у підходах до сутності й характеристики цієї економічної категорії, а тому й закономірно, що загальноприйнятих способів оцінки і механізмів її забезпечення не існує. Стосовно опрацювань цієї проблематики у сфері торговельної діяльності, Г. С. Мамаєва робить аналогічний висновок, вказуючи, що "між вченими немає одностайної думки щодо методів дослідження стійкого розвитку торговельних підприємств та вибору системи показників його оцінки, хоча ефективне управління сучасним торговельним підприємством повинно бути адекватним поточним і майбутнім змінам зовнішнього середовища" [5, с. 28, 29]. О. С. Кравченко і О. В. Григораш, досліджуючи організаційно-методичний базис оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств, стверджують, що "до теперішнього часу не існує єдиної думки щодо визначення системи показників оцінки економічного потенціалу, а використовувані методи оцінки не дозволяють враховувати причинно-наслідкові зв'язки між факторами, що впливають на формування економічного потенціалу" [6, с. 122].

О. О. Бакунов і О. В. Сергєєва, відзначаючи відсутність на теперішній час "загальноприйнятого підходу до управління економічною стійкістю підприємства", вказують, що "проблеми процесів управління економічною стійкістю в торгівлі у наукових дослідженнях практично не розглядаються" [3]. Стосовно якості пропонувані в економічних дослідженнях розробок змісту концептуальних засад, сформованих безвідносно до галузевої специфіки й особливостей діяльності, Л. В. Максимова робить висновок, що "поширені методи управління стійкістю часто суперечливі, існує низка нерозв'язаних проблем теоретичного та методологічного характеру, пов'язаних з відсутністю єдиної концепції, що комплексно пов'яже різні атрибути діяльності підприємства, види й чинники стійкості" [7,

с. 1]. Більше того, С. Гайдар за результатами аналізу базису оцінювання стійкості торговельного підприємства відзначає, що "в економічній літературі відсутня єдина думка щодо того, яке конкретне рівняння описує той чи інший тип фінансової стійкості" [8].

У монографії [9] науковці М. С. Заюкова, О. В. Мороз, О. О. Мороз відзначають, що поширюванні у вітчизняній теорії та практиці апробовані системні моделі визначення рівня фінансової стійкості суб'єкта господарювання "розраховані на економічні умови західних країн і не враховують особливостей країн перехідного періоду трансформації соціально-економічних відносин" [9, с. 3]. Аргументуючи глибину проблематики у предметній сфері знань, Н. С. Краснокутська вказує, що "величина потенціалу не є детермінованою ні в часі, ні в просторі, що впливає на відсутність єдиної методології та неоднозначність наукових позицій щодо визначення критеріїв оцінки потенціалу" [10, с. 67]. Загалом результати аналізу останніх досліджень і публікацій дають підстави для узагальненого висновку про те, що для підприємств національної економіки, у тому числі й торговельної сфери, необхідна власна концепція управління потенціалом фінансово-економічної стійкості, забезпечена адекватним для неї оцінно-аналітичним інструментарієм.

Виклад основного матеріалу. Реалізація моделі соціально-економічного розвитку країни, забезпечення конкурентоспроможності й інвестиційної привабливості національної економіки та окремих суб'єктів господарювання пов'язується з підвищенням ефективності управління процесами формування, відтворення й реалізації потенціалу. Інтегральний (синтетичний) показник фінансово-економічного потенціалу є базовим критерієм (індикатором) оцінно-аналітичних систем (моделей) встановлення можливостей довгострокового стабільного функціонування сучасних суб'єктів ринкової економіки. Сучасні концепції управління носять стратегічний характер, в основу якого покладається потенціал довгострокового функціонування, а, отже, "управління економічною стійкістю являє собою процес розробки та реалізації управлінських рішень стратегічного й оперативного характеру, які забезпечують стабільне функціонування та розвиток торговельного підприємства" [3].

Поняття "потенціал", яким зазвичай розкривають продуктивну силу фінансово-економічних та інформаційно-інтелектуальних ресурсів, ефективність системи управління тощо, набуває різноманітності в споріднених за змістовністю категорійних поняттях. Економічна енциклопедія розкриває категорію "потенціал" через "наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальну структуру та вміня раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети" [11, с. 13]. При цьому змістове наповнення поняття "ресурси" енциклопедією характеризується достатньо об'ємно – "основні елементи виробничого потенціалу, які системою будь-якого рівня охоплюються в параметрі природних, технічних, технологічних, кадрових, просторових

часових, структурно-організаційних, інформаційних, фінансових і нематеріальних складових” [11, с. 206].

В сфері економічних досліджень поняття “потенціал” у різних авторів носить достатньо варіабельний зміст, незважаючи на його загальноприйняте розкриття через характеристику адекватних сучасному технологічному розвитку фінансово-матеріальних, трудових та інформаційно-інтелектуальних ресурсів, ефект їхньої синергетичної взаємодії (продуктивна сила капіталу підприємства). Загалом цілком об’єктивним можна вважати висновок тих науковців, які відзначають, що “потенціал” представляється дещо абстрактною категорією, його границі розпливчасті, фактори цілком не визначені, вплив на поточні процеси опосередкований [12, с. 247]. Така відмінність змісту потенціалу в контексті різних досліджень є достатньо очевидною, що закономірно спричинило вплив й на неоднозначність такого поняття, як “потенціал фінансово-економічної стійкості”.

Перехід від постіндустріальної до інформаційно-інтелектуальної стадії суспільно-економічного розвитку різко змінив уявлення про вагомість тих чи інших компонентів потенціалу в системі комплексної оцінки фінансово-економічної стійкості. Наведене стає визначальним в аргументаціях про необхідність переосмислення безпосередньо самої базової основи існуючих методів встановлення (вимір, оцінка, аналіз) фінансово-економічної стійкості. Акцентуючи у цій статті “потенціал фінансово-економічної стійкості” як окремих і конкретизований об’єкт дослідження, відзначимо, що концептуально-методологічні засади виміру такої категорії і надалі залишаються в параметрі статичного розгляду наявних фінансово-економічних ресурсів. У традиційно використовуваних методиках включають фінансово-матеріальні ресурси, що, як прийнято вважати, забезпечують стійкий характер підприємства у загальноекономічному середовищі. Тому переважно відзначається, що існуючим оцінно-аналітичним системам властиві такі недоліки, як надмірна емпіричність, обмеженість кількісного аналізу, оперування якісними, недостатньо конкретизованими параметрами, високий ступінь суб’єктивності при оціночних процедурах потенціалу економічних систем [13].

Стійкість сучасного суб’єкта господарювання переважно розкривається визначеною методикою оцінки фінансової стійкості. У деяких випадках використовується поняття “фінансово-економічна стійкість”, яке загалом не дуже сильно відрізняється від першого критерію. Фінансово-економічну стійкість характеризують групою традиційних фінансових показників з деталізацією деяких недостатньо формалізованих економічних показників та експертних індикаторів. Проте як головний компонент загальної характеристики фінансово-економічної стійкості тут завжди використовується інтегральний показник фінансової стійкості. Незважаючи на дещо вищу об’ємність і місткість такої характеристики, методика її обчислення спирається майже виключно на внутрішні економічні ресурси підприємства. Однак зовнішнє середовище чинить суттєвий вплив

на стійкість сучасного підприємства. Виходячи з умов сучасної ринкової економіки, “основною метою підприємства є забезпечення збалансованості між цілями підприємства, умовами зовнішнього середовища та внутрішнім середовищем (або потенціалом)” [7]. Важливість об’єктивного встановлення саме потенціалу фінансово-економічної стійкості впливає з домінуючих на теперішній час концепцій стратегічного управління.

Незважаючи на достатній рівень обґрунтувань стосовно найбільш об’єктивного використання в оцінних моделях критерію “потенціал фінансово-економічної стійкості”, надмірне залучення у такі процеси сателітних індикаторів ринкової капіталізації у багатьох випадках викривлює реальний стан стійких позицій окремих суб’єктів ринкової економіки. В аналітичних оглядах наводяться факти потрапляння у кризовий стан відомих глобальних компаній, які на ринках капіталів та інвестицій позиціювалися стійкими в довгостроковій перспективі. Очевидним є те, що з позиції сучасної ринкової економіки під потенціалом фінансово-економічної стійкості слід розглядати насамперед збалансовану структуру капіталу й економічних ресурсів, здатних забезпечити можливості стабільного функціонування підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища та передумови зростання вартості капіталу в оглядовій перспективі. Висунуті критерії спроможні, на наш погляд, забезпечити критерії ліквідності, плато- і кредитоспроможності, сформулювати базову основу розширеного відтворення за рахунок власних коштів і залучених джерел.

У тематичних публікаціях виділяють різні критеріальні ознаки економічної стійкості, які умовно можна поділити на певні групи [14]. Прибічники однієї з груп дотримуються погляду, що основним критерієм забезпечення економічної стійкості потрібно вважати рівень отримання прибутку. Інша група науковців як ключові критерії економічної стійкості розглядає стан фінансів і систему фінансових коефіцієнтів, обґрунтовуючи їх базовою основою для оцінювання. Дедалі частіше у предметній сфері знань критерієм економічної стійкості пропонується різноверсійний інтегральний показник ефективності та платоспроможності. При цьому в публікаціях відзначається, що “у дослідженнях науковців не враховані особливості торгівлі, що обумовлює необхідність адаптації наявних критеріїв економічної стійкості до специфіки діяльності торговельних підприємств” [3]. Для розширення базової інформації про фактори впливу на потенціал фінансово-економічної стійкості деякі науковці дотримуються позиції, що в оцінно-аналітичному інструментарії слід враховувати визначені в певний спосіб індикатори “ефективного управління соціально-трудовами відношеннями, систему ієрархічної побудови його організаційної структури, як важливих складових соціально-економічної стійкості торговельно-виробничого підприємства” [15].

Сформульований теоретично і використовуваний на практиці комплекс концепцій, підходів, методів і методик загалом дозволяє встановити статичний (на певну дату) рівень фінансово-економіч-

ЛІТЕРАТУРА

ної стійкості, проте подальших (потенційних) можливостей цієї стійкості вони не розкривають. Існуючі методики не передбачають врахування продуктивної сили торгової марки, індикаторів ефективності товарної політики, торговельно-технологічних процесів та інших факторів, які мають суттєвий вплив на стійке функціонування підприємств торгівлі. Саме тому вважається, що “застосування в розрахунках виключно інформації про джерела капіталу фінансового характеру для покриття запасів і витрат викривлює реальний стан речей на торговельних підприємствах і не дозволяє об’єктивно оцінити фінансову стійкість” [16]. У деяких дослідженнях пропонуються традиційні показники, які “пов’язані з фінансовою стійкістю торговельного підприємства, доповнити показниками рентабельності і ділової активності” [17, с. 122].

Проблемним і водночас необхідним аспектом управління вітчизняними торговельними підприємствами, передусім великими торговельними комплексами мережевого типу, є поступовий перехід від короткострокового планування до стратегічного. Це стосується всіх сфер управлінського процесу, в т.ч. і функціонального управління фінансово-економічною стійкістю. З точки зору концепції оцінювання довгострокового характеру потенціалу “поняття фінансово-економічної стійкості є складним і багатофакторним, обумовлене економічним середовищем, в рамках якого здійснюється діяльність підприємства, а також його здатністю реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх факторів” [9, с. 3]. Тому адаптивна концепція оцінно-аналітичного інструментарію повинна об’ємно враховувати не тільки внутрішні фактори впливу на стійкість сучасного суб’єкта ринкової економіки, але й зовнішні фактори.

Висновки і пропозиції подальших досліджень у даному напрямі. Дослідження тематичних джерел, які розкривають концептуально-методологічну основу і методичні засади існуючого аналітичного інструментарію в управлінні потенціалом фінансово-економічної стійкості торговельних підприємств, дають підстави стверджувати, що сформульовані оцінно-аналітичні системи вимагають адаптації до умов сучасної економіки. Враховуючи фундаментальні зміни соціально-економічного середовища та суттєво нові умови діяльності сучасних торговельних підприємств, включаючи інтеграційні процеси й, відповідно, зростаючу конкуренцію, умови трансформаційності української економіки, можна обґрунтувати доцільність розробок адекватної для вітчизняної практики “теорії потенціалу фінансово-економічної стійкості” та відповідного їй за функціонально-методичним змістом оцінно-аналітичного інструментарію. При формулюванні адаптивної концепції управління фінансово-економічною стійкістю підприємства, управлінського інструментарію аналізування й оцінювання факторів впливу на його довгострокову стійкість необхідним є врахування базових положень теорії потенціалу економічних систем постіндустріального типу.

1. Чечетова Н. Ф. Фінансова стійкість регіональної економічної системи: методологія і практика : автореф. дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.00.05 – розвиток продуктивних сил / Н. Ф. Чечетова; Донецький державний університет управління, 2011. – 34 с.

2. Тридід О. М. Оцінювання фінансової стійкості підприємства : монографія / О. М. Тридід, К. В. Орехова. – К. : УБС НБУ, 2010. – 143 с.

3. Бакунов О. О. Концептуальні основи управління економічною стійкістю торговельного підприємства : монографія / О. О. Бакунов, О. В. Сергєєва; Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, 2010. – 321 с.

4. Андрощук Д. В. Оцінка потенціалу підприємства як інструмент удосконалення механізмів його реалізації / Д. В. Андрощук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2008. – № 4. – Т. 3. – С. 186-193.

5. Мамасва Г. С. Формування системи показників оцінки стійкого розвитку торговельного підприємства / Г. С. Мамасва // Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць Львівської комерційної академії. – 2012. – Вип. 14. – С. 28-33.

6. Кравченко О. С. Організаційно-методична модель оцінки економічного потенціалу торговельних підприємств / О. С. Кравченко, О. В. Григорах // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. – Т. 2. – С. 121-129.

7. Максимова Л. В. Аналітичне забезпечення оцінки стійкості машинобудівного підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / Л. В. Максимова; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2009. – 19 с.

8. Гайдар С. Агрегативний підхід до оцінки фінансової стійкості торговельних підприємств / С. Гайдар // Економічний аналіз : збірник наукових праць Тернопільського національного економічного університету. – 2008. – Вип. 3 (19). – С. 147-150.

9. Теорія фінансової стійкості підприємства : монографія / [М. С. Заюкова, О. В. Мороз, О. О. Мороз та ін. ; за ред. М. С. Заюкової]. – Вінниця : УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2004. – 155 с.

10. Краснокутська Н. С. Методологічні основи оцінювання реалізації потенціалу підприємства / Н. С. Краснокутська // Академічний огляд. – 2010. – № 1 (32). – С. 67-72.

11. Економічна енциклопедія : в 3-х томах. – К. : Академія, 2001. – Т. 3. – 952 с.

12. Гончар О. І. Еволюція категорії “потенціал підприємства” та її роль в економічних дослідженнях / О. І. Гончар, Ю. Г. Галкіна // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 5. – Т. 3. – С. 245-247.

13. Отенко І. П. Стратегічне управління потенціалом підприємства / І. П. Отенко; Східноукраїнський національний університет імені В. Даля, 2006. – 27 с.

14. Сергеева О. В. Методика оцінки економічної стійкості торговельного підприємства / О. В. Сергеева // Торговля і ринок України : збірник наукових праць. – 2008. – Вип. 25. – Т. 1. – С. 127-135.

15. Гросул В. А. Управління розвитком торговельно-виробничого підприємства: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / В. А. Гросул. – Х. : ХДУХТ, 2009. – 371 с.

16. Власова Н. О. Формування оптимальної структури капіталу в підприємствах роздрібною торгівлі / Н. О. Власова, Л. І. Безгінова. – Х. : ХДУХТ, 2006. – 160 с.

17. Гут Л. В. Методичні підходи системи моніторингу фінансового стану торговельного підприємства / Л. В. Гут, Н. К. Галушко // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – 2009. – Вип. 1 (33). – С. 119-127.

18. Куцук П. О. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю торговельного підприємства / П. О. Куцук, Г. Ф. Гергега // Вісник Львівської комерційної академії. – 2014. – Вип. 45. – С. 96-102. – (Серія економічна).

19. Куцук П. А. Критерии эффективности в управлении предприятием / П. А. Куцук, Г. Ф. Гергега // Проблемы современной науки : сбор. науч. трудов. – Вип. 14. – Ставрополь : Логос, 2014. – С. 135-143.

REFERENCES

1. Chechetova N. F. (2011), *Finansova stijkist' rehional'noi ekonomichnoi systemy: metodolohiia i praktyka* : avtoref. dys. ... doktora ekon. nauk: spets. 08.00.05 – rozvytok produktyvnykh syl, Donets'kyj derzhavnyj universytet upravlinnia, 34 s.

2. Trydid, O. M. and Oriekhova, K. V. (2010), *Otsiniuvannia finansovoi stijkosti pidpriemstva*, UBS NBU, K., 143 s.

3. Bakunov, O. O. and Serhieieva, O. V. (2010), *Kontseptual'ni osnovy upravlinnia ekonomichnoiu stijkistiu torhovel'noho pidpriemstva*, Donets'kyj natsional'nyj universytet ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho, 321 s.

4. Androschuk, D. V. (2008), *Otsinka potentsialu pidpriemstva iak instrument udoskonalennia mekhanizmiv joho realizatsii*, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, Ekonomichni nauky, № 4, T. 3, s. 186-193.

5. Mamaieva, H. S. (2012), *Formuvannia systemy pokaznykiv otsinky stijkoho rozvytku torhovel'noho pidpriemstva*, Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zbirnyk naukovykh prats' L'vivs'koi komertsijnoi akademii, vyp. 14, s. 28-33.

6. Kravchenko, O. S. and Hryhorash, O. V. (2011), *Orhanizatsijno-metodychna model' otsinky ekonomich-*

noho potentsialu torhovel'nykh pidpriemstv, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, № 5, T. 2, s. 121-129.

7. Maksymova, L. V. (2009), *Analychne zabezpechennia otsinky stijkosti mashynobudivnoho pidpriemstva* : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: spets. 08.00.04 – ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy, Skhidnoukrains'kyj natsional'nyj universytet imeni Volodymyra Dalia, 19 s.

8. Hajdar S. (2008), *Ahrehatyvnyj pidkhid do otsinky finansovoi stijkosti torhovel'nykh pidpriemstv*, *Ekonomichnyj analiz* : zbirnyk naukovykh prats' Ternopil'skoho natsional'noho ekonomichnoho universytetu, vyp. 3 (19), s. 147-150.

9. *Teoriia finansovoi stijkosti pidpriemstva*, [M. S. Zaiukova, O. V. Moroz, O. O. Moroz ta in. ; za red. M. S. Zaiukovoi] (2004), UNIVERSUM – Vinnytsia, Vinnytsia, 155 s.

10. Krasnokuts'ka, N. S. (2010), *Metodolohichni osnovy otsiniuvannia realizatsii potentsialu pidpriemstva*, *Akademichnyj ohliad*, № 1 (32), s. 67-72.

11. *Ekonomichna entsyklopediia* : v 3-kh tomakh (2001), Akademiia, K., T. 3, 952 s.

12. Honchar, O. I. and Halkina, Yu. H. (2009), *Evoliutsiia katehorii "potentsial pidpriemstva" ta ii rol' v ekonomichnykh doslidzhenniakh*, *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*, Ekonomichni nauky, № 5, T. 3, s. 245-247.

13. Otenko, I. P. (2006), *Stratehichne upravlinnia potentsialom pidpriemstva*, Skhidnoukrains'kyj natsional'nyj universytet imeni V. Dalia, 27 s.

14. Serhieieva, O. V. (2008), *Metodyka otsinky ekonomichnoi stijkosti torhovel'noho pidpriemstva*, *Torhivlia i rynek Ukrainy* : zbirnyk naukovykh prats', vyp. 25, T. 1, s. 127-135.

15. Hrosul, V. A. (2009), *Upravlinnia rozvytkom torhovel'no-vyrobnychoho pidpriemstva: teoretyko-metodolohichni zasady ta praktychnyj instrumentarij*, KhDUKhT, Kh., 371 s.

16. Vlasova, N. O. and Bezghinova, L. I. (2006), *Formuvannia optimal'noi struktury kapitalu v pidpriemstvakh rozdribnoi torhivli*, KhDUKhT, Kh., 160 s.

17. Hut, L. V. and Halushko, N. K. (2009), *Metodychni pidkhody systemy monitorynhu finansovoho stanu torhovel'noho pidpriemstva*, *Naukovyj visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu*, vyp. 1 (33), s. 119-127.

18. Kutsyk, P. O. and Hereha, H. F. (2014), *Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm upravlinnia efektyvnistiu torhovel'noho pidpriemstva*, *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii*, vyp. 45, s. 96-102.

19. Kucyk, P. A. and Gerega, G. F. (2014), *Kriterii jeffektivnosti v upravlenii predpriatiem*, *Problemy sovremennoj nauki* : sbor. nauch. trudov, vyp. 14, Logos, Stavropol', s. 135-143.

УДК 658.5.012.7:005.35

Миценко Н. Г.,

к.е.н., проф. кафедри економіки підприємства, Львівська комерційна академія, м. Львів

Градюк Н. М.,

аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

КОНТРОЛІНГ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті розглянуто необхідність формування системи контролінгу соціальної відповідальності підприємства як інструменту її активізації. Запропоновано трактування контролінгу соціальної відповідальності підприємства, виокремлено його цілі та напрямки. Визначене місце контролінгу в системі реалізації соціальної відповідальності підприємства. Обґрунтовано необхідність та критерії доцільності створення системи контролінгу соціальної відповідальності як окремого підрозділу (чи посадових функцій працівників) підприємства, запропоновано послідовність дій із впровадження системи контролінгу. Розглянуто проблеми формування нефінансової (соціальної) звітності про соціально відповідальну діяльність вітчизняних підприємств. Подальших досліджень потребує розробка форм звітності про соціальну відповідальність підприємств відповідно до світових стандартів, їх впровадження в діяльність вітчизняних підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність, цілі контролінгу, контролінг соціальної відповідальності підприємства, служба контролінгу, напрямки контролінгу, результат дії системи контролінгу, соціальна звітність.

Mitsenko N. G.,

Ph.D., Professor, Professor of the Department of Economics of Enterprise, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Graduk N. M.,

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

ENTERPRISE SOCIAL RESPONSIBILITY CONTROLLING

Abstract. In the article the necessity of enterprises social responsibility controlling system forming as a tool to stimulate is examined. An interpretation of enterprise social responsibility controlling is proposed, its purpose and directions are singled out. The place of controlling in the system of enterprise social responsibility implementation is determined. The necessity and feasibility of creating a social responsibility controlling system as a separate entity (or examined job functions of the employees) are grounded, the steps of introducing a controlling system are proposed. The problems of formation of non-financial (social) reporting on socially responsible activities of domestic enterprises are discussed. Further research is needed to develop reporting forms of the enterprise social responsibility in accordance with international standards, their implementation in activity of domestic enterprises.

Keywords: social responsibility, goals of controlling, controlling of social responsibility of enterprise, controlling department, directions of controlling, the result of controlling system operation, social reporting.

Постановка проблеми. Серед перешкод впровадження заходів соціальної відповідальності в практику діяльності вітчизняних підприємств слід зазначити відсутність механізмів її контролю, обліку та аналізу. Істотно поліпшити ситуацію дозволить впровадження контролінгу соціальної відповідальності, що передбачає його структуровану побудову з чітким встановленням моніторингових та аналітичних функцій.

Контролінг нині розглядається менеджментом підприємства як механізм управління різними сферами його фінансово-господарської діяльності з метою забезпечення сталого розвитку. На нашу думку, контролінг може стати інструментом досягнення високої результативності заходів соціальної відповідальності підприємств. Практична імплементація стратегії соціальної відповідальності, обраної підприємством, вимагає здійснення контролінгу та-

кої діяльності та встановлення ефективності реалізованих заходів з точки зору досягнення поставлених цілей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання соціальної відповідальності бізнесу є предметом вивчення таких зарубіжних і вітчизняних дослідників, як А. Базилюк, О. Березіна, С. Вартік [9], В. Воробей [1], О. Ворона, Д. Вуд [10], О. Грішнова [5], О. Даниленко [5], К. Девіс, С. Задек, С. Ілляшенко, Е. Карнегі, А. Керолл [7], А. Колот [4; 5], Ф. Кохрен [9], Н. Краснокутська, Г. Ленсен, Е. Лібанова, М. Мельник, В. Фредерик, М. Фрідман, В. Шаповал, О. Шелдон та інші.

Засади формування моделі корпоративної соціальної діяльності представлені в працях Д. Вуд [10], С. Вартіка, Ф. Кохрена [9]. А. Керолл з точки зору концепції обов'язків акцентував на тому, що соціальна відповідальність бізнесу охоплює економічні, правові, етичні, філантропічні та інші очікування суспільства від підприємств у конкретний момент часу [7]. М. Фрідман, представляючи концепцію корпоративного егоїзму, вважав реалізацією соціальної функції підприємств отримання ними прибутку за умов дотримання правил гри та функціонування у конкурентному середовищі, виробництва товарів і послуг, потрібних суспільству, створення робочих місць, максимізацію прибутку для акціонерів.

Наукова школа проф. Колота А. М. представила найбільш систематизовану працю [5] з проблем становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні як суспільного багатосуб'єктного феномену, в центрі якого перебуває людина як первинний носій соціально відповідальної поведінки. З іншого

боку, науковець В. Воробей розглядає соціальну відповідальність підприємств як спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [11].

Зважаючи на актуальність даної проблематики та увагу до неї з боку суспільства, слід констатувати, що недостатньо дослідженою залишається проблема формування організаційно-економічних механізмів реалізації соціально відповідальної діяльності вітчизняних підприємств.

Постановка завдання. Мета статті – визначення сутності, мети, напрямів та алгоритму формування системи контролінгу соціальної відповідальності підприємств як дієвого інструменту її активізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Комплексна система контролінгу може принципово покращити соціальну відповідальність підприємств завдяки координації управлінської діяльності з досягнення цілей компаній, інформаційної та консультативної підтримки управлінських рішень, створення та забезпечення функціонування загальної інформаційної системи управління підприємством, забезпечення раціональності процесу управління соціальною відповідальністю.

Вважаємо, що контролінг соціальної відповідальності підприємства – система організації й управління його функціонуванням на засадах соціальної відповідальності, що сприятиме досягненню стратегічних цілей бізнесу при збільшенні масштабів його соціально відповідальної поведінки. Чим більш розвиненою і структурованою буде система такого контролінгу, тим кращим буде результат її дії (рис. 1).



Рис. 1. Контролінг у системі реалізації соціальної відповідальності підприємства

Систему контролінгу соціальної відповідальності підприємства можна представити як:

$$SC_{srb} = f(IwP, TQM, Eco, P, T, Soc, CB),$$

де SC_{srb} (system of the controlling of the social responsibility of the business) – комплексна система контролінгу соціальної відповідальності підприємства; IwP (the interaction with partners) – політика підприємства у сфері добросовісної взаємодії з партнерами; TQM (total quality management) – політика підприємства у сфері якості продукції (робіт, послуг); Eco (ecological) – екологічна політика підприємства; P (personnel) – кадрова політика підприємства; T (tax) – податкова політика підприємства; Soc (social) – соціальна політика підприємства; CB (cost of the business) – дивідендна політика підприємства.

При цьому головними цілями системи контролінгу соціальної відповідальності підприємства повинні стати:

- аналіз, облік, планування і контроль соціальної відповідальності підприємства для реалізації стратегії соціальної відповідальності та формування його іміджу як соціально відповідального суб'єкта економіки;

- залучення нових ділових партнерів і споживачів;

- поліпшення кінцевих фінансових результатів, зниження втрат і оптимізація ресурсів із соціальної відповідальності з урахуванням помилок і відхилень минулих періодів.

Здійснення постійного контролінгу вимагає створення на підприємстві спеціального підрозділу – служби контролінгу соціальної відповідальності, діяльність якої у сучасних компаніях в основному спрямована на забезпечення взаємозв'язку систем інформаційного забезпечення та планування. Слід зазначити, що нині лише деякі підприємства (як правило, великі, що активно реалізують соціальні проекти) мають елементи системи контролінгу – здійснюють формування регламенту документообігу для управління соціальною відповідальністю; розробляють бюджети руху грошових коштів і витрат на соціальну відповідальність; складають соціальний звіт. На великих і середніх за розмірами підприємствах система контролінгу соціальної відповідальності може бути представлена як у вигляді відокремленого підрозділу контролінгу, що як буде займатися і контролінгом соціальної відповідальності, так і буде частиною функцій працівників управлінських служб.

Впровадження системи контролінгу повинно здійснюватись у кілька етапів: підготовка та розробка системи контролінгу соціальної відповідальності; її чітка адаптація до особливостей підприємства; формалізація процедур управління, інформаційних потоків та системи обліку; робота з персоналом щодо формування індивідуальних показників результативності діяльності; автоматизація процесу збору та обробки даних та їх подальше коригування.

Результат дії системи контролінгу являє собою обсяг зниження витрат, що зумовлений функціонуванням цієї системи:

$$R_{C_{SRB}} = L_0 - L_1,$$

де $R_{C_{SRB}}$ (result, controlling, social responsibility of the business) – результат функціонування системи контролінгу соціальної відповідальності підприємства; L_0 (losses) – втрати (збитки) за умови відсутності системи контролінгу; L_1 (losses) – втрати (збитки) при функціонуючій системі контролінгу соціальної відповідальності.

Оскільки система контролінгу соціальної відповідальності (C_{SRB}) включає в себе сім взаємопов'язаних складових, то результат функціонування всієї системи ($R_{C_{SRB}}$) є аддитивною моделлю результатів функціонування окремих підсистем за всіма видами контролінгу:

$$C_{SRB} = C_{IwP} \cup C_{TQM} \cup C_{Eco} \cup C_P \cup C_T \cup C_{Soc} \cup C_{CB},$$

$$RC_{SRB} = RC_{IwP} \pm RC_{TQM} \pm RC_{Eco} \pm RC_P \pm RC_T \pm RC_{Soc} \pm RC_{CB},$$

де C_{IwP} і RC_{IwP} (controlling of the interaction with partners; result) – система контролінгу взаємодії з партнерами і результат її функціонування відповідно; C_{TQM} і RC_{TQM} (controlling of the total quality management; result) – система контролінгу якості й результат її функціонування; C_{Eco} і RC_{Eco} (ecological controlling; result) – система екологічного контролінгу і результат її функціонування; C_P і RC_P (personnel controlling; result) – система кадрового контролінгу і результат її функціонування; C_T і RC_T (tax controlling; result) – система податкового контролінгу і результат її функціонування; C_{Soc} і RC_{Soc} (social controlling; result) – система соціального контролінгу і результат її функціонування; C_{CB} і RC_{CB} (controlling of the cost of business; result) – система контролінгу вартості активів (бізнесу) і результат її функціонування.

Створення і функціонування системи контролінгу соціальної відповідальності підприємства принесе вигоду лише у випадку, якщо результат її функціонування буде перевищувати вартість її утримання.

До обов'язків підрозділу (чи окремих осіб), які здійснюють контролінг соціальної відповідальності підприємства, належить і підготовка нефінансової (соціальної) звітності про таку діяльність за результатами певного періоду. Єдиної форми звітності не існує, оскільки одним із принципів корпоративної соціальної відповідальності є добровільність, проте сформувалася певна послідовність у розвитку звітності – перший звіт, який формується за результатами соціальної відповідальності підприємства, може включати інформацію і показники, обрані ним самостійно, і лише з часом підприємство формує звіт, до якого включає показники у відповідності до світових стандартів. Звіт може бути підготовлений навіть у описовій формі, проте завершуватися таблицею відповідності показників до системи Глобальної ініціативи зі звітності (GRI). Нефінансові звіти, що відповідають вимогам GRI, публікуються на веб-сторінці організації [6]. Оскільки більшість звітів українських підприємств ще не відповідають

цим вимогам, із ними можна ознайомитися на їх веб-сторінках, а також на сайті Спільноти “Соціально Відповідальний Бізнес” (“СВБ”). У 2013 році всього 7 українських компаній подали звіти за стандартом GRI, проте всього було опубліковано 44 звіти [8].

Для великих європейських компаній соціальна відповідальність стає фактично стандартом діяльності – Європейська комісія 16 квітня 2013 року прийняла пропозицію внести доповнення в законодавство про бухгалтерський облік. За цією пропозицією великі компанії (з чисельністю працюючих понад 500 ос.) зобов’язані розкривати інформацію про політику, ризики і результати таких аспектів діяльності, як: охорона навколишнього середовища; наймані працівники та інші соціальні питання; повага до прав людини; боротьба з корупцією і хабарництвом; змінюваність Ради директорів [3]. В Україні ж, як зазначають З. Галушка та І. Комарницький [2, с. 1389], соціальна відповідальність підприємств розвивається стихійно, а кризовий стан останніх не спонукає до розширення соціальних заходів.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Успішність соціально відповідальної діяльності підприємств залежить не лише від їх активного залучення до реалізації соціальних проектів, а й від здійснення чіткого контролю за соціальними витратами та доходами. Це обумовлює необхідність створення на підприємстві системи контролінгу соціальної відповідальності – система організації й управління функціонуванням підприємства на засадах соціальної відповідальності, що сприятиме досягненню його стратегічних цілей при збільшенні масштабів соціально відповідальної поведінки. Основною метою контролінгу соціальної відповідальності є зниження соціальних витрат, а напрямками – контролінг витрат і контролінг прибутків.

Подальших досліджень потребує розробка форм звітності про соціальну відповідальність підприємств відповідно до світових стандартів, їх впровадження у діяльність вітчизняних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воробей В. Соціальна відповідальність бізнесу: Українські реалії та перспективи : інформаційно-аналітичний матеріал [Електронний ресурс] / В. Воробей, І. Журовська. – Режим доступу : www.svb.org.ua.
2. Галушка З. І. Впровадження міжнародних стандартів соціальної відповідальності бізнесу як умова успішного розвитку інтеграційних процесів / З. І. Галушка, І. Ф. Комарницький // Економіка: Проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2009. – Вип. 253, Т. VI. – С. 1388-1391.
3. Европа вводить обов’язательную нефинансовую отчетность [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.csr-review.net/index/korporativnayasocialnaya.html>.

4. Колот А. М. Корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність та аудит як сучасні інститути і технології соціального розвитку / А. М. Колот // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 3. – С. 3-9.

5. Колот А. М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін. ; за наук. ред. А. М. Колота]. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.

6. Спільнота “Соціально Відповідальний Бізнес” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua>.

7. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A. B. Carroll // *Business and Society*. – 1999. – № 38 (3). – P. 268-295.

8. Sustainability disclosure database [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://database.globalreporting.org/search>

9. Wartick S. L. The evolution of the corporate social performance model / S. L. Wartick, P. L. Cochran // *Academy of Management Review*. – 1985. – № 10 (4). – P. 758-767.

10. Wood D. J. Corporate social performance revisited / D. J. Wood // *Academy of Management Review*. – 1991. – № 16 (4). – P. 693-695.

REFERENCES

1. Vorobej, V., Zhurovs'ka, I. Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu: Ukrain'ski realii ta perspektyvy : informatsijno-analitychnyj material [Online], available at: www.svb.org.ua.
2. Halushka, Z. I. and Komarnyts'kyj, I. F. (2009), “Vprovadzhennia mizhnarodnykh standartiv sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu iak umova uspishnoho rozvytku intehratsijnykh protsesiv”, *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky*, vol. 253, p. VI, pp. 1388-1391.
3. Evropa vvodit objazatel'nuju nefinansovuju otchetnost' [Online], available at: <http://www.csr-review.net/index/korporativnayasocialnaya.html>.
4. Kolot, A. M. (2010), “Korporativna sotsial'na vidpovidal'nist', sotsial'na zvitnist' ta audyt iak suchasni instytuty i tekhnolohii sotsial'noho rozvytku”, *Ukraina: aspekty pratsi*, vol. 3, pp. 3-9.
5. Kolot, A. M. and Hrishnova, O. A. (2012), *Sotsial'na vidpovidal'nist': teoriia i praktyka rozvytku* [Social Responsibility: Theory and Practice Development], KNEU, Kyiv, Ukraine.
6. Spil'nota “Sotsial'no Vidpovidal'nyj Biznes” [Online], available at: <http://www.svb.org.ua>.
7. Carroll, A. B. (1999), “Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct”, *Business and Society*, vol. 38 (3), pp. 268-295.
8. Sustainability disclosure database [Online], available at: <http://database.globalreporting.org/search>.
9. Wartick, S. L. and Cochran, P. L. (1985), “The evolution of the corporate social performance model”, *Academy of Management Review*, vol. 10 (4), pp. 758-767.
10. Wood, D. J. (1991), “Corporate social performance revisited”, *Academy of Management Review*, vol. 16 (4), pp. 693-695.

Косарев М. Г.,
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

ДОСВІД ПОЛЬЩІ ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ НОВОСТВОРЕНИХ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ (СТАРТАПІВ)

***Анотація.** У статті розглядаються напрямки діяльності державних установ щодо підтримки малих і середніх підприємств в умовах членства Польщі в Європейському Союзі. Особлива увага приділяється найменшим компаніям, так званім стартапам – фірмам, що працюють на ринку не більше ніж один рік. Основна мета нашого аналізу, однак, полягає не тільки у виявленні можливостей і загроз для формування і розвитку молодих компаній або огляду наявних інструментів для підтримки підприємців-початківців. Ключове значення має визначення головних напрямків вирішення проблем у цій галузі. Тому в заключній частині цієї статті ми приділяємо особливу увагу розробці рекомендацій щодо майбутньої системи підтримки МСП України на ранніх стадіях розвитку з урахуванням досвіду Польщі.*

Ключові слова: інвестиції, інновації, розвиток, державна підтримка, мале та середнє підприємництво, стартапи.

Kosarev M. G.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

POLAND'S EXPERIENCE OF STATE SUPPORT THE NEWLY ESTABLISHED SMALL AND MEDIUM BUSINESSES (STARTUPS)

***Abstract.** The article considers the activities of public institutions to support small and medium enterprises in terms of Poland's membership in the European Union. Particular attention is paid to the smallest companies, so-called startups – companies that operate in the market for no more than one year. The main purpose of our analysis, however, is not only to identify the opportunities and threats for the formation and development of young companies or review existing instruments to support startups. Of key importance is the definition of the main directions of solving the problems in this area. That is why in the final part of this article we pay special attention to the development of recommendations for a future small and medium enterprises support in Ukraine in the early stages of development considering the experience of Poland.*

Keywords: investment, innovation, development, state support, small and medium entrepreneurship, startup.

Постановка проблеми. Підтримка малого та середнього бізнесу в Україні має бути головним державним пріоритетом, оскільки успішна робота цієї сфери є гарантією розвитку якісної конкуренції в економіці, сталого економічного зростання в цілому, насичення ринку товарами різного асортименту за оптимальними цінами, найдієвішим інструментом у боротьбі з проблемами зайнятості та безробіттям, що, своєю чергою, вирішує актуальні економічні, соціальні питання та значно пом'якшує соціальне напруження у суспільстві.

Ніхто не заперечує, що підприємства малого та середнього бізнесу відрізняються особливою гнучкістю адаптації до ринкової ситуації й швидко реагують на потреби ринку. Як правило, кількість новостворених підприємств значно вища від тих, що з різних причин ліквідуються. Це свідчить про високий підприємницький потенціал нашого народу. Проте уряд не поспішає реалізовувати конкретні

програми сприяння розвитку малого та середнього підприємництва в Україні.

На нашу думку, Україна має величезний потенціал зростання кількості малих і середніх підприємств. Соціологічні дослідження свідчать про великий інтерес молоді, особливо економічно неактивних жінок до створення власного бізнесу. Великі резерви для розвитку фірм обумовлені також структурою національного підприємництва. При сприятливих умовах більшість малих та середніх підприємств можуть збільшити обсяги діяльності й зайнятості в разі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стартап (від англ. startup company) – термін, вперше використаний журналами Forbes та Business Week у 1976-77 рр. для визначення компаній із короткою історією операційної діяльності [1].

Розробник методики розвитку клієнтів Стів Бланк визначив стартапи як тимчасові структури для пошуку бізнес-моделі, яка може бути багатократно відтворена і масштабована [2].

Автор книги “Бізнес з нуля” Ерік Ріс підкреслив: стартапом може бути названа організація, що створює новий продукт або послугу в умовах високої невизначеності [3].

Венчурний капіталіст Пол Грем вважає швидке зростання головною особливістю стартапів. Його підтримує співзасновник платіжної системи PayPal, перший інвестор Facebook Пітер Тіль [4, 5].

Деякі спеціалісти розглядають стартапи як культурний феномен – загальні цінності всіх членів команди молодих підприємців. Вони стверджують, що збереження цієї культури дозволяє вважати таку фірму стартапом [6].

На думку Костянтина Белого, під стартапами розуміють фірми, які займаються розробкою нових товарів або послуг, знаходяться на стадії пошуку оптимальних бізнес-рішень і джерел фінансування [7].

Тетяна Скрипко детально вивчила можливості використання міжнародного досвіду управління інвестиційно-інноваційною активністю підприємницького сектора з метою зміцнення економічної безпеки України [8].

Дослідники виділяють 5 стадій у розвитку молодих фірм: зародження, запуск, зростання, розширення, вихід із ринку [9].

Постановка завдання. Дані Євростату свідчать про значне відставання розвитку сектора малого і середнього бізнесу в Україні порівняно з країнами ЄС. Цей рівень вимірюється часткою цього сектора у вартості валового внутрішнього продукту, створеної на підприємствах. Необхідність забезпечення розвитку МСП зумовлена тим, що саме малі й середні підприємства створюють більшу частину ВВП у країнах із розвинутою ринковою економікою. В Україні малий і середній бізнес забезпечує всього 10-15 % ВВП. Такий рівень не є задовільним, адже у країнах ЄС частка МСП у ВВП визначається на рівні 50-60% [10].

За оцінками рейтингу Всесвітнього Банку “Ведення бізнесу-2016” Україна посіла 83 місце по відношенню до 189 інших країн за показником легкості ведення бізнесу. Незважаючи на зростання на 4 пункти порівняно з 2015 роком, Україна залишається на вкрай низькому рівні порівняно з країнами ЄС: Естонія (16), Литва (20), Латвія (22), Польща (25), Угорщина (42) – та трансформаційними економіками: Грузія (24), Вірменія (35), Казахстан (41), Білорусь (44), Росія (51), Молдова (52) [11].

Отже, стан розвитку підприємництва в Україні підтверджує необхідність реалізації активної та виваженої державної політики у сфері розвитку МСП із урахуванням галузевих та регіональних особливостей.

Мета дослідження – проаналізувати можливість використання досвіду Польщі щодо вдосконалення державної підтримки розвитку МСП.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Підтримка малого і середнього бізнесу ніколи не мала такого надзвичайно важливого значення в політиці ЄС, як зараз, і вона регулюється спеціальними угодами. 69 мільярдів євро – це загальна вартість прямої й непрямой підтримки для підприємців і підприємств в ЄС у межах європейських фондів за останні 6 років [12].

Незважаючи на економічний спад, мікро-, малі й середні підприємства займають домінуюче становище (99,8%) в структурі європейської економіки і створюють 67% робочих місць у приватному секторі. У 2010 році було зареєстровано майже 20,8 млн. МСП у країнах ЄС, серед яких переважна більшість – 19,2 млн. (92,1%) – належить до мікрофірм (чисельність працівників – до 5 осіб). [12]

Разом з тим, мале і середнє підприємництво (МСП), особливо молоді компанії, часто зазнають труднощі у доступі до капіталу і знань, не можуть самостійно впоратися зі структурними змінами на ринку, і дуже часто вони не мають відповідного досвіду у веденні бізнесу. Політика згуртуваності ЄС спрямована на вирішення цих труднощів шляхом поєднання інвестиційних фондів із додатковою підтримкою за допомогою надання бізнес-послуг, навчання, побудови інноваційного бізнес-середовища, розвитку фінансових інструментів інжинірингу та трансферту технологій і підтримки дій мереж. Підтримка підприємців і підприємств із сектора малого і середнього бізнесу в поточному довгостроковому бюджеті ЄС здійснюється в трьох сферах:

1. Прямая підтримка сектора МСП шляхом створення і розвитку малого та середнього бізнесу, зокрема дії, пов'язані з початком діяльності, розширенням доступу до фінансових ресурсів, науковими дослідженнями, передачею технологій, доступом до інформаційних і комунікаційних технологій, а також розвитком екологічно чистого виробництва. Обсяг підтримки в цій галузі становив за 6 років близько 27 млрд. євро (7,9% від загального розподілу коштів ЄС).

2. Непряма інвестиційна підтримка без обмеження ліміту їх розміру на користь сектора МСП. В цьому випадку підтримка надається у вигляді фінансових послуг та інструментів зворотного зв'язку. Бюджет у цій сфері – це 28 млрд. євро (8,1% від загальної суми коштів ЄС).

3. Інша підтримка для підприємств і працівників з метою вдосконалення стратегічного управління в компаніях (удосконалення реструктуризації, розвиток більш ефективних форм організації праці, стимулювання освіти і навчання протягом усього життя). Мета інших форм підтримки полягає в створенні більш гнучкого управління персоналом. Витрати за період – 14 млрд. євро (до 4% від загальної суми коштів ЄС) [13].

Досвід Польщі свідчить, що після першого року ведення власного бізнесу на ринку залишається близько 77% підприємств [12]. Незважаючи на ці труднощі, щороку створюються нові компанії, які активно шукають ринкові ніші, нові можливості. Багато з них успішно розвивається, розширює свою сферу бізнесу, асортимент товарів або послуг, адап-

тованих до потреб більш вимогливих клієнтів. Діяльності нових компаній у Польщі сприяє членство в ЄС, чия політика спрямована на підтримку розвитку підприємств, особливо найменших.

У Польщі сформована досить складна система державної підтримки малого і середнього бізнесу. В першу чергу державну політику в сфері бізнесу визначають галузеві міністерства: економіки, регіонального розвитку, праці та соціальної політики, фінансів, а також науки і вищої освіти.

Крім того, безпосередньо або опосередковано в реалізації заходів щодо підприємництва беруть участь установи, що спеціалізуються на конкретних галузях діяльності: Польське Агентство Розвитку Підприємництва, Банк Національної Економіки, Вітчизняний Фонд Капіталу, Національний Центр Досліджень і Розробок, Польське Агентство Інформації та Іноземних Інвестицій.

Особливо важливу роль у здійсненні політики на користь МСП, в тому числі стартапів, у Польщі відіграють Міністерство економіки (регуляторна політика, визначення напрямків підтримки дрібного бізнесу) і Польське Агентство Розвитку Підприємництва (ПАРП).

ПАРП є державним органом, який безпосередньо підпорядкований Міністерству економіки. Розпочало свою діяльність відповідно до закону від 9 листопада 2000 року. Місія агентства полягає у створенні сприятливих умов для стабільного розвитку польської економіки шляхом підтримки інновацій та міжнародної діяльності підприємств та підтримки екологічно чистих видів виробництва і споживання. Важливою функцією агентства є управління коштами з державного бюджету і ЄС щодо підтримки підприємництва, інновацій та розвитку людського капіталу.

На період 2014-2020 рр. ПАРП несе відповідальність за реалізацію заходів за трьома комплексно-цільовими програмами: Smart Розвиток; Знання, Навчання, Розвиток; Східна Польща.

Одним із важливих чинників, що сприяють розвитку польської економіки, безсумнівно, є наявність засобів ЄС для підприємств, у тому числі в межах виконання Операційної Програми “Інноваційна Економіка” на 2007-2015 рр. (ОП ІЕ). Програма пропонує фінансування діяльності у галузі розвитку мікро-, малих і середніх підприємств. Проте ключове значення для приватного сектора мають дотації до прямих інвестицій і придбання спеціалізованих консультаційних послуг. Серед заходів програми, що реалізуються ПАРП, підприємці використовують дотації на:

- розвиток експортної діяльності – 34% усіх бенефіціарів (осіб, що отримують майно, права або іншу вигоду згідно з певними документами);
- розвиток послуг, що надаються в електронному вигляді, – 30% бенефіціарів;
- розробку в електронному вигляді бізнес-процесів – 13% осіб;
- проведення науково-дослідних робіт і допомогу в реалізації їх результатів – 13% осіб;
- інвестиції, що мають високий інноваційний потенціал, – 8% респондентів;

- допомогу в розробці промислового дизайну – 3% осіб;

- консультації з метою знаходження приватного інвестора – 5% осіб;

- консультації щодо захисту інтелектуальної власності – 2% осіб [13].

Для цілей даного дослідження в якості стартапів ми розглядаємо такі підприємства, що розпочали свій бізнес менше ніж за 1 рік до подачі заявки на допомогу в фінансуванні в межах виконання Операційної Програми “Інноваційна Економіка” на 2007-2015 рр.

За ініціативою Польського Агентства Розвитку Підприємництва створена Академія ПАРП – освітній портал для персоналу малих і середніх підприємств із системою вільного інтерактивного навчання. Проект реалізується та фінансується спільно з Європейським Союзом. Метою академії є універсальний доступ до бізнес-знань молодих підприємців за допомогою методів дистанційного навчання (e-learning).

Програма академії передбачає забезпечення постійного та якісного навчання, розроблена відповідно до потреб персоналу малих і середніх підприємств, доступно й практично. Слухачі академії вперше можуть дозволити собі найкраще навчання, позаяк працюють з прикладами з ділової практики, які пристосовані до економічних реалій Польщі.

Від імені ПАРП була також створена Крайова Система Послуг для малих і середніх підприємств (КСП). Це мережа організацій, які надають послуги для діючих підприємств та тих, хто тільки планує розпочати бізнес. Діяльність КСП зосереджена на інформаційних та консультаційних послугах з метою розвитку бізнесу та інновацій, а також фінансових послугах по наданню кредитів та кредитних гарантій. У даний час функціонує близько 100 консультаційних центрів на території всієї Польщі. КСП сприяє веденню бізнесу в якості “особистого помічника” і надає підприємцям можливість особистого контакту з експертом-консультантом. Широке розповсюдження одержала також система наставництва (mentoring і coaching), у процесі якого досвідчені підприємці можуть допомогти початкуючим своїм досвідом і знаннями.

На рис. 1 показана система державної підтримки новостворених підприємств.

Досвід сприяння діяльності молодих компаній у Польщі вказує на можливість інтеграції існуючих інструментів прямої й непрямой підтримки бізнес-середовища. Доцільно зберігати горизонтальний напрям підтримки новостворених фірм у вигляді комплексних і цілеспрямованих дій у ключових галузях бізнесу.

Умовою ефективного виховання персоналу молодих фірм є вільний доступ до інформації щодо особливостей проведення господарської діяльності, зокрема з використанням інформаційних технологій. У свою чергу, освітня підтримка повинна поширюватися на ключові компетенції - адаптивність підприємців, в тому числі знань і умінь у галузі стратегічного управління підприємством та його людським капіталом.

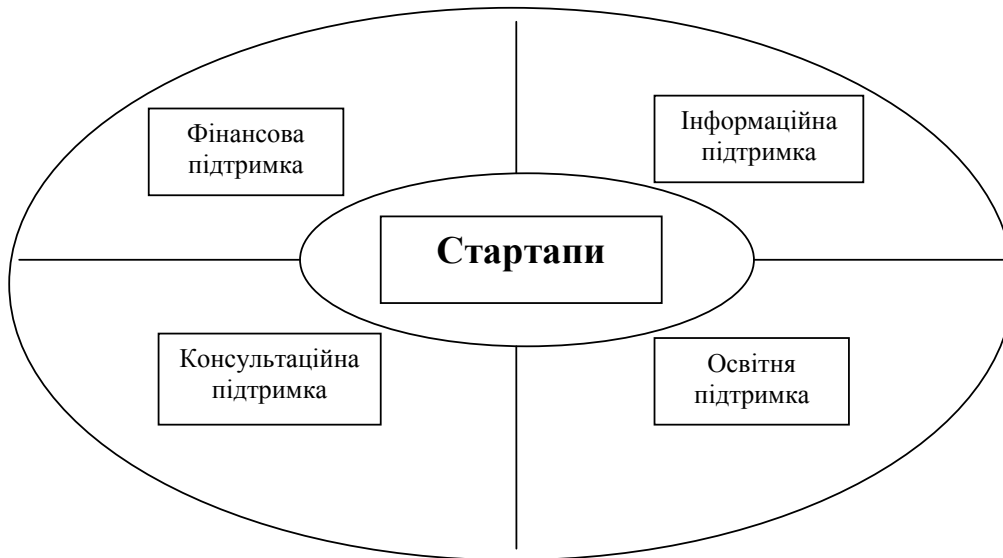


Рис. 1. Система державної підтримки стартапів у Польщі
(власна розробка)

Важливу роль має також виховання свідомості в необхідності підвищення кваліфікації та навчання впродовж всього життя. Фінансове та інституційне оточення стартапів має вирішальне значення на кожному етапі розвитку бізнесу. Проте особливе значення воно має для молодих фірм, чий бізнес є ризикованим і може дати результати лише в довгостроковій перспективі. Тому важливо полегшити можливість залучення коштів на початковому етапі виживання компанії. З цією метою варто прагнути до інтеграції пропозицій державних установ із доступними інструментами комерційних структур. Пропозиції державних і приватних установ (банки, фінансові інститути, страхові компанії) повинні доповнювати один одного, а державна підтримка повинна бути, головним чином, спрямована на впровадження в життя найбільш інноваційних проектів, які не можуть отримати фінансування з боку приватних інвесторів через високий ступінь ризику. Тому необхідно зосередити існуючу систему гарантій у галузях, не охоплених комерційним фінансуванням на: молодих недосвідчених фірмах із короткою кредитною історією і проектах із високим потенціалом для інновацій і зростання.

Фінансування мікропідприємств і малих підприємств повинно доповнюватися консультаційною підтримкою, головним чином в сфері організаційного управління. Рекомендується також підтримка у вигляді консультацій експертів. Це дозволить не тільки вирішувати початковим підприємцям поточні проблеми організації бізнесу, а й спонукати їх до перспективного планування діяльності. Підтримка стартапів повинна поєднувати консультаційні послуги з елементами навчання персоналу (методика планування, управління фінансами, моніторинг виконання планових завдань). З цією метою рекомендується практика надання бухгалтерських послуг у перший рік діяльності молодого фірми.

Особливим і важливим завданням для системи підтримки нових компаній є створення сприятливого бізнес-середовища. З цією метою бажано створювати і забезпечувати фінансування спеціалізованих центрів (науково-дослідні інфраструктури, технопарки, бізнес-інкубатори тощо). Бізнес-інкубатори, на нашу думку, особливу увагу мають приділяти питанням стратегічного планування. Доцільно також підтримувати розвиток бізнесу за рахунок кредитних і гарантійних фондів та стартового капіталу.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Державна політика на користь стартапів є багатовимірною. Молода компанія, що виходить на ринок, має одну головну мету – одержати і підтримувати ринкову позицію. Як показав аналіз, лише деякі підприємці планують подальше розширення свого бізнесу. Таким чином, спосіб роботи державних установ, які підтримують майбутніх та існуючих підприємців, має відповідати основним потребам тільки тих підприємців, яким не пропонують свою допомогу комерційні структури.

Роль державних інститутів у підтримці МСП змінюється відповідно до зміни фірм. Існуючі зараз у Польщі інструменти і засоби сприяння розвитку новостворених підприємств забезпечують хорошу основу для більш комплексної системи підтримки цілого ряду різних аспектів формування та розвитку молодих компаній.

Виходячи з досвіду діяльності МСП, необхідно оперативно вносити зміни в інструменти і засоби підтримки (наприклад, шляхом спрощення процедур реєстрації, зміни критеріїв допомоги, більшої диференціації на потребах окремих груп). Вирішальною є взаємодія державних установ із органами самоврядування на місцях.

На наш погляд, актуальним є створення інтегральних механізмів прямої й непрямої підтримки малого і середнього бізнесу. Стартапи в першу чергу

примножують групу мікропідприємств. Державні інститути мають виконувати роль координаторів підприємництва. Їх діяльність повинна обов'язково поєднувати засоби галузевої й горизонтальної політики.

Проблеми та перешкоди, які необхідно подолати новій компанії на ринку, визначають напрямок дій державних установ. Слід підкреслити, що вона повинна бути адаптована до ключових етапів розвитку підприємства – запуску діяльності й зміцнення бізнесу. На такому етапі особливо цінною є освітня і консультативна підтримка. Це найпростіший спосіб переходу від ідеї до реальної економічної діяльності і, таким чином, збільшення кількості активних підприємств у країні. Проте кінцевою метою державного втручання в навколишнє середовище новостворених підприємств є забезпечення стабільного розвитку. Тому наступним кроком повинні бути заходи, спрямовані на підвищення виживання молодих підприємств на основі комплексної фінансової та консультативної підтримки, зміцнення їх конкурентоспроможності на ринку. Підтримка підприємця повинна реально допомогти йому розвинути свій бізнес і забезпечити додаткову позитивну мотивацію. Таким чином, втручання держави має бути націленим на створення або реалізацію виробничого потенціалу. Головною умовою успіху будь-яких змін, на наш погляд, є послідовність і прозорість усієї системи підтримки фірм, що виходять на ринок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Simpson J., Weiner E. The Oxford English Dictionary / J. Simpson, E. Weiner – United Kingdom : Oxford University Press, 1989.
2. Blank S. What's A Startup? First Principles. // The Wall Street Journal (25 January 2010).
3. Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Рис Э. – М. : Альпина Паблишер, 2014. – С. 25.
4. Graham P. Startup Equals Growth / P. Graham // The Wall Street Journal (September 2012).
5. Miller P. Zero to One summary: Peter Thiel's advice on startups / P. Miller // Medium (3 December 2014).
6. Robehmed N. What Is A Startup? / N. Robehmed // Forbes (16 December 2013).
7. Белый К. Что такое стартап? / К. Белый [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fingeniy.com/chtotakoe-startap/>.
8. Скрипко Т. О. Інвестиційно-інноваційна активність малого і середнього підприємництва як чинник економічної безпеки держави : монографія / Т. О. Скрипко. – Львів : Ліга-Прес, 2013. – С. 59-75.
9. Startup - Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>.
10. Концепція загальнодержавної програми розвитку малого і середнього підприємництва на 2014-2024 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.dkrp.gov.ua/files/c1e1aa3442.doc.
11. Doing Business in Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: org/data/exploreconomies/ukraine/.
12. Raport o stanie sektora malych i srednich przedsiebiorstw w Polsce. –Warszawa, 2013 [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: www.parp.gov.pl/files/74/81/469/12554.pdf.

13. Dane szacunkowe wg: Komisja Europejska, Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU Small and Medium sized Enterprises 2010/2011, Rotterdam – Cambridge – Bruksela 2011, s. 2.

14. Орлова А. А. Инновационные стартапы в России: проблемы создания и маркетингового продвижения / А. А. Орлова, М. О. Иншаков // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2014. – № 1. – С. 66-75.

REFERENCES

1. Simpson J. and Weiner E. (1989), The Oxford English Dictionary, Oxford University Press, United Kingdom.
2. Blank S. What's A Startup? First Principles, The Wall Street Journal (25 January 2010).
3. Rys E. (2014), Biznes s nulya. Metod Lean Startup dlya bystroho testyrovaniya idej i vybora biznes-modeli [Business from scratch. Lean Startup method to quickly test ideas and selecting a business model], Moscow, Russia.
4. Graham P. Startup Equals Growth, The Wall Street Journal (September 2012).
5. Miller P. Zero to One summary: Peter Thiel's advice on startups, Medium (3 December 2014).
6. Robehmed N. What Is A Startup?, Forbes (16 December 2013).
7. Belyj K. Chto takoe startap? [What is a startup]. [Online], available at: <http://fingeniy.com/chtotakoe-startap/>.
8. Skrypko, T. O. (2013), Investytsijno-innovatsijna aktyvnist' maloho i seredn'oho pidpriemnytstva iak chynnyk ekonomichnoi bezpeky derzhavy [Investment and innovation activities of small and medium enterprises as a factor in the economic security of the state], Liha-Pres, L'viv.
9. Startup - Wikipedia, [Online], available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>.
10. Kontseptsija zahal'noderzhavnoyi prohramy rozvytku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva na 2014-2024 roky [The concept of state program of development of small and medium enterprises for the years 2014-2024], [Online], available at: www.dkrp.gov.ua/files/c1e1aa3442.doc.
11. Doing Business in Ukraine, [Online], available at: org/data/exploreconomies/ukraine/.
12. Raport o stanie sektora malych i srednich przedsiebiorstw w Polsce. –Warszawa, 2013, [Online], available at: www.parp.gov.pl/files/74/81/469/12554.pdf
13. Dane szacunkowe wg: Komisja Europejska, Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU Small and Medium sized Enterprises 2010/2011, Rotterdam – Cambridge – Bruksela 2011, s. 2.
14. Orlova, A. A. and Ynshakov, M. O. (2014), Innovatsyonnye startapy v Rossii: problemy sozdaniya i marketinhovoho prodvizheniya [Innovative start-ups in Russia: problems of creating and marketing promotion], Vesnik Volgograd State University, series 3: The Economy. Ecology, vol. 1, pp. 66-75.

Мищук І. П.,

к.е.н., доц., проф. кафедри комерційної діяльності і підприємництва, Львівська комерційна академія, м. Львів

СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМИ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті подано характеристику системи логістики підприємства в контексті проблеми імплементації логістичного підходу в діяльність підприємств торгівлі. На основі узагальнення та систематизації наукових підходів до визначення поняття “логістична система” запропоновано його авторське трактування. Висвітлено сутність та особливості системи логістики підприємства. Визначені відмінності понять “логістична система” та “системи логістики” підприємства. Виокремлені функціональні сфери та склад підрозділів системи логістики підприємства. Подальших досліджень потребує пошук напрямів та інструментів інноваційного розвитку системи логістики торговельного підприємства, вдосконалення бізнес-процесів комерційної діяльності як напрям модернізації системи логістики, організація систем логістики в торговельних мережах та підприємствах електронної торгівлі.

Ключові слова: логістична система, система логістики, мета системи логістики, структурні підрозділи системи логістики, функціональні сфери системи логістики підприємства.

Mishchuk I. P.,

Ph.D., Associate Professor, Professor of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv Academy of Commerce, Lviv

THE ESSENCE AND CHARACTERISTICS OF ENTERPRISE LOGISTICS SYSTEM

Abstract. The article contains the characteristics of enterprise logistics system in the context of the implementation of logistic approach in to the activities of trade enterprises. Based on generalization and systematization of scientific approaches to the definition of "logistics system" its authorial interpretation is offered. The essence and peculiarities of enterprise logistics system is highlighted. The differences between notions "logistics system" and "system of logistics" of an enterprise are identified. Functional areas and composition of subdivisions of logistics system of an enterprise are singled out. Further research should focus on search for directions and tools of innovative development of the logistics system of trade enterprise, improvement of business processes of commercial activity as the direction of modernization of logistics system, organization of logistics systems in trading chains and e-commerce enterprises.

Keywords: logistics system, system of logistics, logistics system objective, structural subdivisions of system of logistics, functional areas of the system of logistics of an enterprise.

Постановка проблеми. Поглиблення ринкових процесів в економіці України, в т.ч. глобалізаційних та інтеграційних, обумовлюють зростання ролі торгівлі в реалізації міжгалузевих обороту, вимагають зміни способів і форм організації торговельного бізнесу, використання нових концепцій його реалізації на засадах інноваційності та інформатизації, формування системи рівноправної взаємодії виробника (продавця) і споживача на основі висококомпліментарних відносин та управління цими відносинами, зміни пріоритетів та побудови системи торговельного менеджменту.

Зарубіжна практика торговельного бізнесу свідчить про необхідність імплементації концепції та інструментарію логістики (точніше – логістичного менеджменту) до управління та реалізації руху

матеріальних ресурсів (готової продукції, товарів) у процесі їх просування до споживачів від підприємств сфер виробництва та обігу: широке застосування методів логістики дозволяє скоротити час руху продукції (товарів) на 25-30% і знизити рівень запасів продукції (товарів) у її споживачів на 30-50% [5, с. 5]. Принциповою відмінністю логістичного підходу в управлінні матеріальними потоками є оперування категорією наскрізного товарного потоку, що передбачає узгодженість дій усіх ланок учасників процесу просування потоків товарів – від первинних постачальників до кінцевих споживачів. Виходячи з цього, основним завданням створення інтегрованих логістичних систем за участю підприємств торгівлі є зміщення загальних пріоритетів від розрізненого управління товарними потоками та

запасами в організаційних рамках кожного окремого учасника товаропросування до "...управління єдиним потоком на всьому шляху доведення товарів до кінцевого споживача" [3, с. 116]. У зв'язку з цим теорія і практика логістичної діяльності підприємств торгівлі постійно зазнає якісних змін, вимагає уточнень категоріального апарату та побудови сучасних організаційно-економічних механізмів реалізації логістичних підходів в їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у розвиток теорії логістики зроблено вітчизняними та зарубіжними вченими Д. Бауерсоксом, А. Гаджинським [4], М. Григорак, А. Кальченко [8], В. Колодійчуком [9], Т. Косаревою, М. Крістофером, Є. Крикавським [12], Д. Ламбер-

том [19], О. Маліковим, Л. Міротіним, М. Окландером [17], Ю. Пономарьовою, А. Родніковим [18], В. Сергєєвим, Д. Стоком [19], О. Тридід, Г. Черевком, Н. Чухрай та ін.

Окремі аспекти логістики в сфері торгівлі вивчали В. Апопій, І. Височин, Л. Гончар, М. Кіршина, К. Ковальов, Д. Костоглодов, Б. Мізюк, Н. Міценко, Т. Москвітїна, О. Соколова, В. Стаханова, Л. Фролова, Л. Харїсова, Т. Хлевицька, М. Чорна, Н. Шадченко та інші вчені, але ці дослідження лише фрагментарно торкалися специфіки системи логістики торговельного підприємства. Так, В. Апопій зосереджувався на розгляді проблем формування каналів дистрибуції, Л. Фролова [20] – на питаннях логістичного управління торговельним підприємством, І. Височин [2] – на сервісно-логістичному

Таблиця 1

Систематизація авторських підходів до трактування поняття "логістична система"

Автор, джерело	Визначення
1	2
<i>Логістична система – економічна система або її складова</i>	
Корнієцький О. В. [11, с. 563]	Логістичні системи укладаються в загальноприйняте поняття "системи", складаються з системно утворюючих елементів, тісно взаємопов'язаних і взаємозалежних між собою, які мають впорядковані зв'язки й утворюють певну структуру із заданими особливостями.
Колодійчук В. А. [9, с. 29]	Логістична система виступає як елемент (або підсистема, або система нижчого рівня) економічної системи, ... охоплює свої елементи, що перебувають у структурному і функціональному взаємозв'язку між собою і з навколишнім соціально-економічним середовищем.
Крикавський Є. В. [12, с. 68]	Будь-який економічний об'єкт з ознаками системи може бути віднесений до класу логістичних систем за умови його функціонування на засадах концепції логістики.
Николайчук В. Е. [16, с. 92]	Логистическая система – это экономическая система, обладающая высокими адаптивными свойствами в процессе выполнения комплекса логистических функций и операций. Она формируется из подсистем, широко интегрированных между собой и с внешней средой.
Есенькин Б. С., Крылова М. Д. [7, с. 29]	Логистическая система – это экономическая система, состоящая из взаимодействующих подсистем и элементов, выполняющих логистические функции (операции) и объединенных общностью целей и интересов, реализующихся путем управления материальными и сопутствующими им другими экономическими потоками.
Гаджинський А. М. [4]	Адаптивна система із зворотними зв'язками, яка виконує логістичні функції
Тридід О. М., Азаренкова Г. М., [9, с. 29]	Адаптивна система із зворотними зв'язками, яка виконує логістичні функції та операції, складається з кількох підсистем і має розвинуті зв'язки із зовнішнім середовищем
Родников А. Н. [18, с. 121]	Адаптивная (самонастраивающаяся или самоорганизующаяся) система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции и логистические операции, состоящая, как правило, из нескольких подсистем и имеющая развитые связи с внешней средой.
<i>Логістична система – упорядкована структура елементів</i>	
Григорьев М. Н., Долгов А. П., Уваров С. А. [6, с. 52]	Логистическая система представляет собой упорядоченную структуру, в которой осуществляется планирование и реализация движения и развития совокупного ресурсного потенциала, организованного в виде логистического потока, начиная с отчуждения ресурсов у окружающей среды вплоть до реализации конечной продукции.
Банько В. Г. [1, с. 19]	З одного боку, логістична система – це організована множина структурних елементів, що функціонують для досягнення єдиної цілі, з іншого боку – план, за допомогою якого суб'єкт управління прагне її досягти.
<i>Логістична система – організаційно-управлінський механізм</i>	
Кальченко А. Г. [8, с. 34]	Організаційно-управлінський механізм координації, який дає змогу досягти ефекту завдяки чіткій злагодженості у діях спеціалістів різноманітних служб, які беруть участь в управлінні матеріальним потоком.
Окландер М. А. [17, с. 62]	...це організаційно-управлінський механізм, пов'язаний з досягненням потрібного рівня інтеграції логістичних функцій за рахунок організаційних перетворень в структурі управління та впровадження спеціально розроблених управлінських процедур (операційних систем), основою яких є планування постачання, підтримка виробництва і фізичного розподілу як єдиного матеріального потоку.
Банько В. Г. [1, с. 19]	Логістична система – організаційний механізм, що перетинає функціональні межі підрозділів підприємства (за допомогою гнучкої координації) і спрямовує їхні дії на досягнення мети логістики.
Никифоров В. В. [15, с. 17]	Логистическая система – совокупность логистической сети и системы администрирования, формируемая компанией для реализации своей логистической стратегии (тактики).

управлінні товарооборотом підприємств торгівлі, Б. Мізюк та Н. Бойко [13] – на використанні логістичних підходів в управлінні інформаційними потоками торговельних мереж, Н. Міценко [14] – на особливостях логістичного менеджменту в інтегрованих системах за участю підприємств споживчої кооперації, М. Чорна [22] – на визначенні місця логістичного менеджменту в формуванні конкурентоспроможності підприємств торгівлі, Н. Шадченко – на імplementації інструментарію логістики в розвиток кооперативного сектора регіональної економіки, Т. Хлевицька [21] – на логістичних підходах до управління фінансовими потоками торговельного підприємства.

Постановка завдання. Мета статті – узагальнення та систематизація наукових поглядів щодо сутності поняття “логістична система”, обґрунтування сутності та відмінностей поняття “система логістики”, визначення її основних характеристик.

Виклад основного матеріалу дослідження. Систематизація авторських визначень поняття “логістична система” (табл. 1) дозволила виявити не лише різноманітність підходів до цієї дефініції серед науковців, але й розбіжність їх поглядів щодо її сутності, складу та характеристики. Як зазначає В. Колодін, “...в більшості робіт логістичні системи ототожнюються з функціональними областями логістики, ресурсними складовими... або з галузями підприємницької діяльності. Так, наприклад, логістична система ототожнюється з окремими функціями (перевантаження, складування і т.п.); або з системами виробництва, постачання і т.п.; або як систему представляють такі області логістики, як закупівельна, виробнича та ін.” [10, с. 101].

Очевидно, що науковці розглядають логістичну систему, перш за все, як економічну систему, наголошуючи на таких її особливостях, як структурованість, адаптивність, виконання логістичних функцій. Деякі вчені (М. Григор’єв, А. Долгов, С. Уваров, В. Банько та ін.) наголошують на тому, що логістичну систему слід розглядати як деяку упорядковану структуру. В той же час досить поширеним із розвитком логістичного менеджменту стало трактування логістичної системи як організаційно-управлінського механізму, що дозволяє скерувати функції управління на рух потоків (матеріального, інформаційного, фінансового та ін.). Проте В. Колодінчук [9, с. 102-103] зауважує, що “...логістична система у зернопродуктовому комплексі АПК є сукупністю елементів (підсистем), що забезпечують переміщення матеріального (зернового) потоку логістичними ланцюгами від первинного джерела сировини (поля) до кінцевих споживачів готової продукції (галузевих підприємств харчової промисловості, тваринницьких комплексів АПК тощо) та видозмінюють зерновий потік у процесі застосування до нього операцій у функціональних сферах елеваторної та переробної промисловості”. На нашу думку, таке твердження дозволяє визначати логістичну систему як певний комплекс виробничих (у найширшому розумінні цього терміна) структур-

них підрозділів, які задіяні в процесі руху та трансформування певного матеріального потоку; будівель, споруд, технічних засобів, інших елементів інфраструктури, які використовуються під час такого руху; комплексу дій, робіт, процесів, виконання яких є необхідною умовою для існування матеріального потоку, як сукупності матеріальних ресурсів чи продукції, щодо яких виконуються логістичні операції переміщення в просторі й часі, а також – аналогічний комплекс об’єктів, засобів та дій, що пов’язані з управлінням цією логістичною системою.

Слід наголосити: в науковій літературі бачимо й поняття “система логістики”, що обумовлює необхідність уточнення сутності цього поняття та його співвідношення з поняттям “логістична система”, оскільки, на наш погляд, дані терміни відмінні між собою. Так, В. Колодін вважає, що “...система логістики охоплює весь матеріалопотік від придбання сировини до поставки кінцевої продукції основному споживачу та відповідний йому зустрічний потік інформації, який як управляє рухом матеріалів, так і реєструє його” [10, с. 103], однак не відносить до цієї системи підсистему управління даними процесами, яка охоплює нормативно-правове, методичне, інформаційне забезпечення управлінських процесів, а також кадрове забезпечення як трудових операцій у комплексі логістичних операцій із опрацювання (трансформації) матеріального та супровідних сервісних, інформаційних, фінансових потоків, так і процесів управління зазначеною системою. Система логістики підприємства загалом розглядається нами як сукупність наявних ресурсів, потужностей, виробничих засобів, що використовуються для виготовлення та (або) реалізації продукції, яка формує сукупність елементів матеріального (товарного) потоку, а також застосовувані на підприємстві концепції, засоби і заходи з управління відповідною логістичною діяльністю цього підприємства (що становить конкретний інструментарій застосовуваного логістичного менеджменту) разом із компетенціями (знаннями, вміннями, навичками) задіяного в логістичних процесах персоналу, а також – відповідним юридичним, інформаційним, фінансовим, інженерно-технічним та науково-методичним забезпеченням їх виконання. Отже, система логістики підприємства являє собою складну, спеціально організовану економічну і техніко-технологічну систему, що охоплює сукупність структурних підрозділів підприємства - суб’єктів логістичної діяльності, задіяних у ній об’єктів, здійснюваних потокових процесів (пов’язаних із рухом потоків товарів у підприємстві), а також правові, організаційно-управлінські та методичні засади їх взаємодії.

Система логістики підприємства залежно від виду діяльності може охоплювати різні функціональні сфери логістичної діяльності підприємства та відповідні логістичні операції й функції, зокрема: приймання-відвантаження матеріальних ресурсів (продукції, товарів), обслуговування виробництва продукції, зберігання товарів (виробничих, товарних запасів), митне оформлення і митна обробка

ЛІТЕРАТУРА

вантажів, перепаковування продукції, доставка товарів до вантажоодержувачів тощо. З урахуванням цього до формування системи бізнес-логістики залучаються різні підрозділи підприємства, які забезпечують організацію та управління матеріальними і відповідними потоками в т.зв. корпоративних межах за відповідними сферами діяльності. Система логістики підприємства традиційно охоплює структурні підрозділи, що задіяні або в процесі безпосереднього опрацювання елементів матеріального потоку, який проходить через підприємство, або ж – в організації цього процесу, виконуючи функції планування, контролю, керування: служба постачання, склади матеріалів, виробничі підрозділи, служба збуту, склади готової продукції, диспетчерська служба (служба обробки інформації та зв'язку), транспортний підрозділ тощо.

Наголосимо також, що ні поняття “система логістики підприємства”, ні поняття “управління ланцюгами постачань” не завжди можна прирівняти до використаного в фундаментальній праці Д. Стока і Д. Ламберта терміна “управління логістикою” [19], оскільки управління ланцюгами постачань передбачає узгоджене управління процесами в межах логістичного ланцюга, утвореного кількома суб'єктами господарювання, в той час як управління логістикою (як комплексом логістичної діяльності й сукупністю використовуваних для її реалізації засобів) може здійснюватись і в межах одного суб'єкта господарювання, зокрема в межах підприємства торгівлі, задіяного в логістичних ланцюгах із реалізації продукції різних виробників.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Поняття системи логістики є відмінним і ширшим порівняно з поняттям “логістична система”. Систему логістики підприємства слід розглядати як складну, спеціально організовану економічну і техніко-технологічну систему, що охоплює сукупність структурних підрозділів підприємства - суб'єктів логістичної діяльності, задіяних у ній об'єктів, здійснюваних поточкових процесів, а також правові, організаційно-управлінські та методичні засади їх взаємодії. Метою системи логістики підприємства є формування комплексу матеріальних умов та управлінських інструментів для забезпечення ефективного руху матеріального потоку в межах корпоративної логістичної системи та взаємодії з іншими партнерами по ланцюгу постачань.

Задля подальшого розвитку теорії логістики підприємства торгівлі слід звернути увагу на запровадження інноваційних підходів до формування системи логістики підприємств, зокрема – пошук напрямів та інструментів інноваційного розвитку системи логістики торговельного підприємства, вдосконалення бізнес-процесів комерційної діяльності як напрям модернізації системи логістики. Подальших досліджень потребує організація систем логістики в торговельних мережах та в підприємствах електронної торгівлі.

1. Банько В. Г. Логістика / В. Г. Банько. – К. : КНТ, 2007. – 332 с.
2. Височин І. В. Методологічні основи сервісно-логістичного управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі / І. В. Височин // Економіка та держава. – 2012. – № 9. – С. 19-22.
3. Владиславлев Д. Н. Современные бизнес-технологии в торговле / Д. Н. Владиславлев. – М. : Ось-89, 2002. – 208 с.
4. Гаджинский А. М. Логистика / А. М. Гаджинский. – [3-е изд., перераб. и доп.]. – М. : ИВЦ “Маркетинг”, 2000. – 375 с.
5. Гордон М. П. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. Б. Карнаухов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1998. – 168 с.
6. Григорьев М. Н. Логистика / М. Н. Григорьев, А. П. Долгов, С. А. Уваров. – М. : Гардарики, 2006. – 463 с.
7. Есенькин Б. С. Логистика в книжном деле / Б. С. Есенькин, М. Д. Крылова. – М. : МГУП, 2002. – 335 с.
8. Кальченко А. Г. Логістика / А. Г. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2006. – 284 с.
9. Колодійчук В. А. Ефективність логістики зерна та продуктів його переробки : монографія / В. А. Колодійчук. – Львів : Укр. бестселер, 2015. – 574 с.
10. Колодин В. С. Логистические системы в производственно-коммерческой деятельности / В. С. Колодин // Известия ИГЭА. – 2011. – № 6 (80). – С. 99-103.
11. Корнієцький О. В. Економічна сутність логістичних систем підприємств / О. В. Корнієцький // Глобальні та національні проблеми економіки : зб. наук. праць МНУ ім. В. Сухомлинського. – 2014. – Вип. 2. – С. 563-566.
12. Крикавський Є. В. Логістика. Для економістів / Є. В. Крикавський. – Львів : Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2004. – 448 с.
13. Мізюк Б. М. Сучасна логістика: моделювання інформаційних потоків у торговельних мережах : монографія / Б. М. Мізюк, Н. І. Бойко. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 208 с.
14. Міценко Н. Г. Логістичний менеджмент – інструмент формування та забезпечення ефективного функціонування інтегрованих систем / Н. Г. Міценко // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : ЛКА, 2013. – Вип. 15. – С. 111-116.
15. Никифоров В. В. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок / В. В. Никифоров. – М. : ГроссМедиа, 2008. – 192 с.
16. Николайчук В. Е. Логистический менеджмент / В. Е. Николайчук. – М. : ИТД “Дашков и К^о”, 2012. – 980 с.
17. Окландер М. А. Логістична система підприємства : монографія / М. А. Окландер. – Одеса : Астропринт, 2004. – 312 с.
18. Родников А. Н. Логистика : терминологический словарь / А. Н. Родников. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 352 с.

19. Сток Д. Р. Стратегическое управление логистикой / Д. Р. Сток, Д. М. Ламберт ; [пер. с 4-го англ. изд.]. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 797 с.

20. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством : монографія / Л. В. Фролова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 322 с.

21. Хлевицкая Т. Б. Логистический механизм реализации финансовой стратегии предприятий внутренней торговли / Т. Б. Хлевицкая // Развитие внутренней торговли: Украина, Россия, Беларусь : монография / [под ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова]. – Донецк : ДонГУЭТ, 2009. – С. 431-458.

22. Чорна М. В. Логістичний менеджмент в системі формування конкурентоспроможності підприємства роздрібною торгівлю / М. В. Чорна // Вісник ЛКА : зб. наук. праць. – Львів : ЛКА, 2015. – Вип. 48. – С. 114-119. – (Серія економічна).

REFERENCES

1. Ban'ko, V. H. (2007), *Logistika* [Logistics], KNT, Kyiv, Ukraine.

2. Vysochyn, I. V. (2012), “Metodolohichni osnovy servisno-lohistychnoho upravlinnia tovaroobrotom pidpriemstv rozdrubnoi torhivli”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 9, pp. 19-22.

3. Vladislavlev, D. N. (2002), *Sovremennye biznes-tehnologii v trgovle* [Modern technology business in trade], Os'-89, Moscow, Russia.

4. Gadzhinskij, A. M. (2000), *Logistika* [Logistics], 3rd ed, Marketing, Moscow, Russia.

5. Gordon, M. P. and Karnauhov, S. B. (1998), *Logistika tovarodvizhenija* [Logistics product distribution], Centr jekonomiki i marketinga, Moscow, Russia.

6. Grigor'ev, M. N. Dolgov, A. P. and Uvarov, S. A. (2006), *Logistika* [Logistics], Gardariki, Moscow, Russia.

7. Esen'kin, B. S. and Krylova, M. D. (2002), *Logistika v knizhnom dele* [Logistics in the book business], MGUP, Moscow, Russia.

8. Kal'chenko, A. H. (2003), *Lohistyka* [Logistics], KNEU, Kyiv, Ukraine.

9. Kolodijchuk, V. A. (2015), *Efektivnist' lohistyky zerna ta produktiv joho pererobky* [The efficiency of the logistics of grain and its products], Ukr. bestseler, L'viv, Ukraine.

10. Kolodin, V. S. (2011), “Logisticheskie sistemy v proizvodstvenno-kommercheskoj dejatel'nosti”, *Izvestija IGJeA*, vol. 6 (80), pp. 99-103.

11. Korniets'kyj, O. V. (2014), “Ekonomichna sutnist' lohistychnykh system pidpriemstv”, *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky : zb. nauk. prats' MNU im. V. Sukhomlyns'koho*, vol. 2, pp. 563-566.

12. Krykavs'kyj, Ye. V. (2004), *Lohistyka. Dlia ekonomistiv* [Logistics. For economists], L'vivs'ka politekhnika, L'viv, Ukraine.

13. Miziuk, B. M. and Bojko, N. I. (2011), *Suchasna lohistyka: modeliuвання informatsijnykh potokiv u torhovel'nykh merezhakh* [Modern logistics, information flow modeling in commercial networks], LKA, L'viv, Ukraine.

14. Mitsenko, N. H. (2013), “Lohistychnyj menedzhment – instrument formuvannia ta zabezpechennia efektyvnoho funktsionuvannia intehrovanykh system”, *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo*, vol. 15, pp. 111-116.

15. Nikiforov, V. V. (2008), *Logistika. Transport i sklad v cepi postavok* [Logistics. Transport and warehouse in the supply chain], GrossMedia, Moscow, Russia.

16. Nikolajchuk, V. E. (2012), *Logisticheskij menedzhment* [Logistics management], Dashkov i K^o, Moscow, Russia.

17. Oklander, M. A. (2004), *Lohistychna sistema pidpriemstva* [System Logistics Company], Astropynt, Odesa, Ukraine.

18. Rodnikov, A. N. (2000), *Logistika: terminologicheskij slovar'* [Logistics: terminological dictionary], 2nd ed, INFRA-M, Moscow, Russia.

19. Stok, D. R. and Lambert, D. M. (2005), *Strategicheskoe upravlenie logistikoj* [Strategic logistics management], 4th ed, INFRA-M, Moscow, Russia.

20. Frolova, L. V. (2005), *Mekhanizmy lohistychnoho upravlinnia torhovel'nykh pidpriemstvom* [Mechanisms of logistic management trading enterprise], DonNUET, Donetsk, Ukraine.

21. Hlevickaja, T. B. (2009), *Logisticheskij mehanizm realizacii finansovoj strategii predpriyatij vnutrennej trgovli* [Logistics mechanism for the implementation of the financial strategy of domestic trade enterprises], *Razvitie vnutrennej trgovli: Ukraina, Rossija, Belarus'*, DonGUJeT, Donetsk, Ukraine.

22. Chorna, M. V. (2015), “Lohistychnyj menedzhment v systemi formuvannia konkurento-spromozhnosti pidpriemstva rozdrubnoi torhivli”, *Visnyk LKA*, vol. 48, pp. 114-119.

Шалева О. І.,

к.е.н., доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва, Львівська комерційна академія, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Анотація. У статті досліджено передумови застосування інструментарію мерчандайзингу в електронній торгівлі з урахуванням її активного розвитку в сучасному економічному середовищі. Проаналізовано специфіку Інтернет-мерчандайзингу в порівнянні з традиційною торгівлею, визначено цілі мерчандайзингу в Інтернет-магазинах. Охарактеризовано особливості побудови, оформлення та супроводу комерційних сайтів на засадах мерчандайзингу. Описано специфіку застосування мерчандайзингових інструментів на головних сторінках, у каталогах товарів, системах пошуку і навігації, при виборі та замовленні товарів у Інтернет-магазинах.

Ключові слова: електронна торгівля, мережа Інтернет, Інтернет-магазин, мерчандайзинг, сайт

Shaleva O. I.

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commercial Activity and Entrepreneurship, Lviv Academy of Commerce, Lviv

PECULIARITIES OF IMPLEMENTATION OF MERCHANDISING TOOLS IN THE E-STORES ACTIVITY

Abstract. The article examined the preconditions for the application of merchandising tools in e-commerce considering its active development in today's economic environment. Specificity of internet merchandising compared to traditional trade is analysed, the aims of merchandising in the e-stores are determined. The features of construction, design and maintenance of commercial websites on the principles of merchandising are characterized. The specificity of application of merchandising tools on the main pages, in the catalogs of goods, in the searching and navigation systems, when selecting and ordering goods in the e-stores is described.

Keywords: e-commerce, Internet, e-store, merchandising, website.

Постановка проблеми. Характерною ознакою сучасного розвитку світового економічного середовища є формування основ економіки принципово нового типу, головною сферою котрої є інформаційні телекомунікаційні технології. Останні забезпечують формування інноваційної структури економічного зростання, що базується на ослабленні залежності господарської системи від сировинних галузей і посиленні сектору високотехнологічних послуг.

Кардинальні інституціональні, організаційні та технологічні зміни економіки кінця ХХ – початку ХХІ століть спричинили виникнення специфічних інноваційних економічних середовищ, зокрема глобальної мережі Інтернет та електронної торгівлі, які характеризуються значними масштабами розповсюдження. Зокрема, чисельність Інтернет-користувачів в Україні (без урахування Криму), за оцінкою експертів Factum Group Ukraine, на кінець 2015 р. становила 59 % населення (21,8 млн. осіб). Відповідно, протягом 2015 р. близько 17 % вітчизняних Інтернет-користувачів (тобто 3,7 млн. осіб) здійснили купівлю-продаж товарів і послуг у мережі.

Основною за чисельністю складовою ринку електронної торгівлі в Україні є Інтернет-магазини.

Закон України “Про електронну комерцію” визначає Інтернет-магазин як засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину. Кількість вітчизняних Інтернет-магазинів протягом 2000-2014 р. активно зростала (приблизно у 80 разів) і перевищила, за нашими оцінками, 8 тис. одиниць. Однак за останній рік через значні курсові коливання та економічну нестабільність у державі ситуація змінилася. Також відбувся різкий спад показника купівельної спроможності населення і виручки, що негативно відобразилося на обсягах вітчизняної електронної торгівлі: спостерігалось зниження її обсягів до 1,1 млрд. дол. у 2015 р. порівняно з 1,6 млрд. у 2014 р.

Як наслідок, виникає необхідність застосування специфічних методів підвищення активізації діяльності Інтернет-магазинів в Україні, серед яких особливу роль відіграє застосування інструментарію мерчандайзингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Масштабні дослідження теоретичних і практичних засад мерчандайзингу в сфері обігу проводили такі вітчизняні та зарубіжні фахівці, як Канаян К. і

Канаян Р., Парамонова Т. М., Сенд Г. А., Мельник І. М., Хом'як Ю. М., Тягунова Н. М., Лісіца В. В., Божкова В. В., Башук Т. О., Веллхофф А. та інші. Принципи і засади мерчандайзингу в мережі Інтернет досліджували Дубовик Т. В., Дубовик О. В., Савенко І. В., Капінус Л. В., Скригун Н. П. Однак сфера електронної комерції є надзвичайно динамічною і перебуває під впливом численних факторів, котрі визначають зміну підходів до діяльності її суб'єктів. Це визначає необхідність подальших досліджень специфіки функціонування Інтернет-магазинів у сучасних умовах із застосуванням інструментарію мерчандайзингу.

Постановка завдання. Основним завданням статті є дослідження ролі та особливостей впровадження інструментарію мерчандайзингу в діяльність Інтернет-магазинів з метою підвищення їх економічної та соціальної ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Звичай мерчандайзинг розглядають як маркетинг у роздрібній торгівлі, розроблення та реалізацію методів і технічних рішень, спрямованих на вдосконалення пропозиції товарів у тому місці, куди споживач традиційно приходив з ціллю здійснення купівлі.

Загалом структура Інтернет-магазину певним чином нагадує структуру магазину реального, оскільки вона складається з головної сторінки (аналог вітрини), певної кількості функціональних розділів (службові приміщення та торгові площі), зв'язків і шляхів взаємодії розділів (шляхи і методи взаємодії між службовими, складськими і торговими приміщеннями), структури back-office-систем зберігання та управління інформацією (складські, фінансові, маркетингові підрозділи) тощо. Як наслідок, прийоми і методи роботи з Інтернет-ресурсами мають деяку схожість із методами мерчандайзингу в реальних торговельних підприємствах, однак із урахуванням особливостей мережевих структур.

Специфіка мерчандайзингу в мережі Інтернет обумовлена рядом причин, переважно технічних і технологічних. Насамперед в Інтернеті практично відсутні обмеження щодо фізичного простору, відповідно, потенційний покупець може зайти на сайт Інтернет-магазину з будь-якої сторінки (крім виключених із індексації пошуковими системами та закритих паролями) і вийти з будь-якої сторінки. Переміщення у такому віртуальному просторі вимагає від потенційного покупця набагато менше зусиль і часу; крім цього, у будь-який момент він може припинити відвідування Інтернет-магазину та повернутися у зручний для себе час на те ж місце.

В мережі Інтернет безпосередній доступ до товару практично неможливий (за винятком реалізації цифрового контенту). Фактично товар в Інтернет-магазинах представлений у вигляді інформації, котру попередньо готує продавець. При цьому опис товару формується на основі того, що його споживачем можуть бути не лише потенційний покупець, але й деякі інформаційні сервіси (наприклад, рекламні засоби і пошукові системи). Також для впливу на покупця з використанням засобів Інтернету доступні не всі органи чуттів, а лише зір і, в окре-

мих випадках, слух, тому можливість формування потрібних для продавця установок суттєво обмежена.

Водночас в Інтернет-магазинах, на відміну від реальних, існує можливість пропонувати широкий спектр додаткових інформаційних послуг, наприклад пошук товарів за багатьма критеріями, порівняння їх характеристик, підбір товарів-аналогів і супутніх товарів та ін., що загалом компенсує відсутність продавця. Крім того, за умови правильної організації комунікацій в Інтернет-магазині, доступність продавця-консультанта є набагато вищою і може здійснюватися завдяки телефонному зв'язку, засобам електронної пошти, аудіо- та відеозв'язку в Skype, чатам тощо.

Способи та форми подачі інформації залежно від поведінки визначеного покупця в Інтернет-магазинах також суттєво відрізняються від традиційної торгівлі, оскільки завдяки автоматизації та заміні товару на інформацію про нього можна забезпечити індивідуальне обслуговування кожного покупця з урахуванням його інтересів і запитів.

Стильове оформлення Інтернет-магазинів може автоматично змінюватися в широких межах залежно від різних подій (святкові дні, здійснення ювілейного замовлення, проведення певних акцій). У той час, як у реальному магазині спеціальне оформлення можливе тільки в межах обмеженого простору, де розміщено кілька різновидів товарів, в Інтернет-магазинах можна створювати індивідуальне оформлення для кожної сторінки, на якій представляти окремі бренди чи товарні категорії.

Така специфіка функціонування Інтернет-магазинів обумовлює цілі впровадження мерчандайзингу в їх діяльність (рис. 1). Загалом мерчандайзинг в Інтернет-магазинах покликаний побудувати у свідомості покупця логічну модель поведінки на сторінках сайту з метою ознайомлення його з максимальною кількістю товарів, стимулювання і мотивації покупки, а також генерації імпульсних покупок у визначеному магазині.

Першочергову роль у застосуванні інструментарію мерчандайзингу в мережі відіграє оформлення вітрини Інтернет-магазину. Саме головна сторінка практично кожного сайту є найбільш відвідуваною: навіть у тому випадку, коли покупець заходить на сайт через посилання на будь-яку іншу сторінку, в більшості випадків він обов'язково переходить на сторінку головну, котра містить узагальнену інформацію про весь магазин. Для зручності потенційних покупців у такому випадку слід дотримуватися правила "трьох кліків" – від будь-якої сторінки для головної повинно бути передбачено не більше трьох переходів за посиланнями.

Загалом на головній сторінці повинні бути представлені такі функціонально-інформаційні блоки:

- рубрикатор або каталог товарів у вигляді посилань на товари, які виділяються за фіксованими, визначеними продавцем групами ознак;
- посилання на особливі комерційні пропозиції, наприклад товари-новинки, знижки, розпродажі, безплатні товари, які пропонуються при певній загальній вартості покупки тощо. В ряді випадків тут доцільно розмістити прайс-лист;



Рис. 1. Цілі впровадження мерчандайзингу в діяльність Інтернет-магазинів

- посилання на деталізацію інформації про магазин (варіанти оплати і способи доставки, угоди про права й обов'язки сторін при здійсненні покупки тощо);
- інформація про доступні сервіси і способи їх використання (пошук, оформлення замовлення, форум, блог, система допомоги при роботі з елементами користувацького інтерфейсу сайту);
- інтерфейс ресстрації, авторизації постійних покупців.

Індивідуальний дизайн Інтернет-магазину, який виділяє його головну сторінку із загальної маси однотипних комерційних ресурсів, як і оформлення вітрини в реальному магазині, позитивно впливає на прийняття потенційним покупцем рішення відвідати цікавий і небанальний сайт. Доречним у цьому випадку буде застосування функції автоматичної зміни шаблонів сайту напередодні свят і визначних дат.

На головній сторінці Інтернет-магазину доцільно розмішувати також інформацію про товари, які "затрималися" в магазині, з метою привернення уваги до них найбільшій кількості покупців. У мережі одне з основних правил формування запасів "firs in – first out" ("першим прийшов – першим пішов") діє не менш ефективно, ніж у традиційній торгівлі, що, відповідно, дає змогу прискорити товарооборотність тих чи інших товарів.

Маршрут просування користувача на сайті визначається рядом факторів, виявити які можна шляхом визначення найбільш відвідуваних сторінок. Зазвичай такі дослідження проводяться за допомо-

гою сервісів Google Analytics і Яндекс.Метрика. В той же час у традиційній торгівлі товари підвищеного попиту часто вигідно розмішувати в глибині торгового залу, для того, щоб покупець, просуваючись до них, звернув увагу й на інші товари.

Оскільки, як уже зазначалося вище, потенційний покупець може потрапити відразу на будь-яку сторінку Інтернет-магазину, то для нього поняття глибини визначається віддаленістю розміщення потрібного товару від місця входу. Надзвичайно важливо забезпечити максимально швидкий і простий перехід до найбільш комерційно привабливих товарів із будь-якої сторінки сайту. Цього можна досягнути шляхом розміщення банерів або текстових посилань на всіх сторінках.

Загалом свої потреби у товарах і послугах покупець визначає у запитах спочатку в пошуковій системі, а потім у пошуково-навігаційній системі Інтернет-магазину. В другому випадку пошук може здійснюватися як за ключовими словами, так і за визначеними властивостями.

Пошук за ключовими словами переважно відбувається в тексті опису товару, що складається продавцем у довільній формі. Для реалізації пошуку за певними властивостями такі властивості повинні зазначатися і представлятися в системі пошуку окремо. Тому для мерчандайзингу Інтернет-магазинів важливими є не лише загальний зміст опису товару, але й організація зберігання і представлення його окремих частин, оскільки від цього залежить не лише зручність пошуку, але й управління подачею його результатів (сортуванням).

Створити негативне враження про Інтернет-магазин та суттєво знизити рівень лояльності до нього може відсутність товару в продажу, особливо коли про це стає відомо на стадії оформлення замовлення. Тому інформацію про тимчасову відсутність товару в магазині слід представляти у момент ознайомлення покупця з пропозицією, що ефективно забезпечується за допомогою сучасних систем автоматизації й інтеграції сайту і складських програм. Саме спеціаліст із мерчандайзингу (або спільно з маркетологом) повинен забезпечити оперативний обмін актуальною інформацією про наявність товарів на складі постачальника чи сформувати достатній товарний запас на власних складських площах при їх наявності.

Однією з головних переваг Інтернет-магазинів у порівнянні з традиційним роздрібним торговельним підприємством є відносно невеликі кошти на створення і впровадження при можливості представлення практично необмеженого асортименту. З метою упорядкування товарної пропозиції розробляється рубрикація каталогу, котра має вигляд ієрархії рубрик і підрубрик. Така рубрикація може бути двох типів:

1) основою ієрархії є розподіл за типами товарів, коли однотипні товари різних марок перебувають у рівних умовах;

2) розподіл товарів здійснюється за торговими марками.

Для того, щоб вибір товару покупцем відбувся максимально ефективно та товари різних торгових марок не конкурували між собою, продавцям доцільно передбачити два варіанти рубрикації.

На “товарній” сторінці слід визначити оптимальну для магазину кількість пропозицій, які можна переглянути без необхідності її прокрутки донизу. Водночас зображення товарів не повинні бути занадто дрібними.

Основна інформація, що цікавить покупця в Інтернет-магазині, – властивості товару. Основне правило її подачі – все повинно бути максимально зрозумілим покупцеві без додаткових пояснень. Тому вона повинна містити короткий і розширений опис товару; зображення товару (в різних ракурсах, з можливістю зуму, відеоогляд); відгуки інших відвідувачів магазину.

З позицій Інтернет-мерчандайзингу при формуванні сторінки з інформацією про товар необхідно взяти до уваги кілька основних правил. Так, просторове розміщення контенту повинно бути організоване таким чином, щоб інформація, котра першочергово цікавить покупця, розміщувалася в полі екрану відразу після завантаження сторінки якомога ближче до її центру. Другорядна інформація має бути прихована від покупця і надається йому за вимогою (найчастіше шляхом переходу за посиланням). Така структура подачі не лише убезпечує від зайвої інформації, але й дозволяє прискорити завантаження сторінок, покращуючи цим ергономіку Інтернет-магазину.

Безумовною необхідністю є наявність поруч із інформацією про товари їх цінників. Інформація цінника повинна легко зчитуватися, акційні цінники доцільно виділяти червоним кольором. Позитив-

ний ефект дає представлення “вилки цін” (стара ціна/нова ціна) та зазначення розміру знижки.

У багатьох випадках Інтернет-магазини виносять інформаційні блоки про оплату і доставку в основне меню сайту, мотивуючи це тим, що вони є єдиними для всіх товарів. Водночас практика показує: більш ефективним є подання такої інформації (навіть у скороченому вигляді) на сторінці товару, оскільки при переході за посиланням меню покупець не може відслідкувати опис товару, а перейшовши за обома посиланнями, йому доведеться витратити певний час і зусилля, щоб повернутися до товару і зробити замовлення. Тому така “спарена” подача інформації позитивно впливає на імідж Інтернет-магазину.

Особливу увагу в Інтернет-магазинах, які задіюють інструменти мерчандайзингу, слід приділяти можливості здійсненню відвідувачами не лише усвідомлених, чітко обдуманих, але й імпульсних покупок. Як свідчать дані досліджень, саме на імпульсні покупки припадає майже 80 % продажів у мережі Інтернет.

В Інтернет-магазинах найчастіше імпульсні рішення про придбання товарів виникають у процесі перегляду сформованого кошика та оформлення замовлення. В цьому випадку покупцю за допомогою спеціальних програмних інструментів “нагадують” про супутні товари, враховуючи особливості замовлення. Так, наприклад, при замовленні смартфона покупцеві пропонуються аксесуари до нього (карти пам’яті, мобільні батареї, зарядні пристрої, гарнітури, тримачі, програмне забезпечення). Покупець не лише може здійснити таку імпульсну покупку, але й залишиться задоволеним уважним ставленням до нього і високим рівнем сервісу.

В реальних роздрібних торговельних підприємствах важливими інструментами мерчандайзингу є світло, колір, рух і звук. Водночас у мережі Інтернет їх застосовують досить специфічно.

Так, наприклад, звукові ефекти для привернення уваги покупців у Інтернет-магазинах загалом використовують рідко, оскільки аудіофайли переважно містять значний об’єм інформації. Це, відповідно, збільшує час завантаження сторінок (особливо мобільних версій Інтернет-магазинів) і часто призводить до втрати зацікавленості покупця. Крім того, не всі покупці при відвіданні магазину вмикають звукові пристрої. Тому найчастіше звукова інформація використовується у разі крайньої необхідності, наприклад на сайтах, де реалізується мультимедійна продукція (диски з музичними творами, мелодії для мобільних телефонів тощо), коли без наявності “зразка” складно оцінити пропонований товар.

У той же час такі рухомі об’єкти, як анімовані банери, є найбільш ефективними для привернення уваги потенційних покупців до певних товарів, тому їх можна розміщувати як на власному сайті для переходів до визначених пропозицій, так і на інших Інтернет-ресурсах. Однак надлишок анімації може розсіювати увагу відвідувачів сайту та часто дратувати їх. Слід також зауважити, що ці елементи характеризуються підвищеними вимогами до каналів даних та кінцевих користувачьких пристроїв (наприклад, flash-файли у

різних операційних системах можуть оброблятися не однаково добре). Тому застосовувати анімовані об'єкти потрібно лише в тих випадках, коли це продиктовано безумовною необхідністю.

Колір оформлення Інтернет-магазину є важливим інструментом мерчандайзингу. Так, червоний колір створює ілюзію терміновості, використовується при розпродажах і реалізації харчових продуктів; синій асоціюється з надійністю та безпекою, часто застосовується банками тощо. Покупцям-чоловікам найбільше подобаються сайти, оформлені в синій, зеленій та чорній кольорових гамах, а жінкам – у рожевій, зеленій та фіолетовій. Колір, який максимально стимулює продажі, доцільно підбирати в процесі експериментів, наприклад А/В-тестування. Однак слід пам'ятати, що оптимальним рішенням у дизайні сайтів є використання не більш ніж трьох кольорів.

Також слід врахувати: інформаційні банери комерційної структури на інших Інтернет-ресурсах повинні відповідати фірмовому стилю компанії та кольоровій гамі сайту, а при оформленні внутрішньої системи як графічних, так і текстових посилань найбільш важлива інформація повинна бути контрастного кольору.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Дослідження особливостей мерчандайзингу в Інтернет-магазинах засвідчило існування значної кількості інструментів та прийомів, які дають змогу максимально спростити процеси пошуку та придбання товарів у мережі, підвищити рівень обслуговування та економічну ефективність комерційних структур. Водночас активний розвиток інформаційних телекомунікаційних технологій сприяє тому, що інструментарій мерчандайзингу може зазнавати модифікації, що передбачає необхідність його подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрюшкин Н. Інтернет-мерчандайзинг или как пользоваться знакомыми приемами в новой среде / Н. Андрюшкин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.goldenidea.ru/inform/articles/internet-merchandizing.html>>.
2. Бичікова Л. А. Мерчандайзинг як інструмент отримання додаткового прибутку та досягнення конкурентних переваг / Л. А. Бичікова, К. П. Хитра, Т. С. Фесенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5. – Т. 3. – С. 28-31.
3. Девяткина Е. Десять приемов мерчандайзинга для Интернет-магазинов / Е. Девяткина [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://artjoker.ua/blog/10-priemov-merchandizing-dlya-e-commerce/>>.
4. Дубовик Т. В. Мерчандайзинг Интернет-магазину / Т. В. Дубовик, О. В. Дубовик // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №11. – С. 123-128.
5. Как цвета в дизайне Интернет-магазина влияют на продажи [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.cossa.ru/155/49066/>>.
6. Канаян К. Мерчандайзинг / К. Канаян, Р. Канаян. – М. : РВП-холдинг, 2007. – 216 с.

7. Лашук Т. Интернет-мерчандайзинг : цели, задачи, принципы и советы / Т. Лашук [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.advertology.ru/article39185.htm>>.

8. Панике вопреки. Статистика электронной торговли показала оптимизм бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://nv.ua/business/markets/panike-vopreki-statistika-elektronnoj-torgovli-pokazala-optimizm-biznesa-61147.html>>.

9. Петухова Н. Визуальный мерчандайзинг в онлайн магазине / Н. Петухова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.retail.ru/articles/62101/>>.

10. Савенко І. В. Використання інструментів мерчандайзингу в діяльності Інтернет-магазинів / І. В. Савенко, Л. В. Капінус, Н. П. Скригун // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 5 (143). – С. 125-131.

11. Сэнд Г. А. Принципы мерчандайзинга / Г. А. Сэнд. – Минск : Гревцов Паблишер, 2008. – 304 с.

REFERENCES

1. Andriushkyn N. "Internet-merchandaizynh uly kak polzovatsia znakomymu pryemamy v novoi srede", available at : <http://www.goldenidea.ru/inform/articles/internet-merchandizing.html> (Accessed 5 December 2015).
2. Bychikova, L. A. Khytra, K. P. and Fesenko, T. S. (2009), "Merchandaizynh yak instrument otrymannia dodatkovoho prybutku ta dosiahnennia konkurentnykh perevah", *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 3, no 5, pp. 28-31.
3. Deviatkyna E. "Desiat pryemov merchandaizynha dlia Internet-magazynov", available at : <http://artjoker.ua/blog/10-priemov-merchandizing-dlya-e-commerce/> (Accessed 5 December 2015).
4. Dubovyk, T. V. and Dubovyk, O. V. (2010), "Merchandaizynh Internet-mahazynu", *Aktualni problemy ekonomiky*, no 11, pp. 123-128.
5. "Kak tsveta v dyzaine Internet-mahazyna vlyaiut na prodazhy", available at : <http://www.cossa.ru/155/49066/> (Accessed 7 December 2015).
6. Kanaian K. and Kanaian R. (2007), *Merchandaizynh* [Merchandizing], RVP-kholdynh, Moskva, Russia.
7. Lashuk T. "Internet-merchandaizynh : tsely, zadachy, pryntsypy y sovety", available at : <http://www.advertology.ru/article39185.htm> (Accessed 4 December 2015).
8. "Panyke vopreky. Statystyka elektronnoi torhovyly pokazala optymyzm byznesa", available at : <http://nv.ua/business/markets/panike-vopreki-statistika-elektronnoj-torgovli-pokazala-optimizm-biznesa-61147.html> (Accessed 5 December 2015).
9. Petukhova N. "Vyzualnyi merchandaizynh v onlain mahazyne", available at : <http://www.retail.ru/articles/62101/> (Accessed 6 December 2015).
10. Savenko, I. V. Kapinus, L. V. and Skryhun, N. P. (2013), "Vykorystannia instrumentiv merchandaizynhu v diialnosti Internet-mahazyniv", *Aktualni problemy ekonomiky*, no 5 (143), pp. 125-131.
11. Send, H. A. (2008), *Pryntsypy merchandaizynha* [Principles of merchandising], Hrevtsov Pablysher, Mynsk, Belorussia.

Сашко О. П.,

викл., Луцький кооперативний коледж Львівської комерційної академії, м. Луцьк

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ БЮДЖЕТУВАННЯ ВИТРАТ

Анотація. В статті досліджено сутність витрат та проаналізовано різні точки зору щодо них, які обумовлені різними підходами у поглядах на природу економічного буття взагалі й виробничого процесу зокрема, запропоновано нове трактування поняття витрат підприємства в сучасних умовах господарювання. Наведено зовнішні та внутрішні фактори, що визначають розмір та рівень поточних витрат підприємства. Розглянуто сутність облікової політики як складової частини системи бухгалтерського обліку. Визначено завдання облікової політики, аспекти її формування, критерії ефективності. Узагальнено та проаналізовано відомості щодо практичного аспекту втілення методу бюджетування у діяльності підприємств усіх форм власності.

Ключові слова: витрати, облікова політика, бюджет, бюджетування, управлінські рішення, управлінський облік.

Sashko O. P.,

Lecturer, Lutsk Cooperative College of Lviv Academy of Commerce, Lutsk

ACCOUNTING POLICY OF AN ENTERPRISE: ORGANIZATIONAL ASPECTS OF EXPENDITURES BUDGETING

Abstract. The article investigates the essence of expenditures and analyses different points of view on them, which are caused by different approaches in views on the nature of economic being in general and the production process in particular, as well as offers a new interpretation of the concept of enterprise expenditures in the current economic conditions. An internal and external factors that determine the amount and the level of current expenditures of an enterprise are revealed. The essence of accounting policy as a part of the accounting system is considered. The tasks of accounting policy, aspects of its formation and efficiency criteria are determined. The data on practical aspect of implementation of budgeting method in the activities of enterprises of all forms of ownership are summarized and analyzed.

Keywords: expenditures, accounting policy, budget, budgeting, management decisions, managerial accounting.

Постановка проблеми. Рівень конкурентоспроможності продукції та загальний результат господарської діяльності підприємства багато в чому залежить від рівня витрат. Облік виробничих витрат займає центральне місце в бухгалтерському обліку, який відіграє значну роль у системі управління підприємством. Використовуючи дані про розмір та види витрат, управлінський персонал підприємства має можливість реагувати на зміни, що відбуваються, регулювати фінансово-господарську діяльність і приймати важливі управлінські рішення.

Внаслідок зазначеного важливою складовою раціональної організації бухгалтерського обліку на підприємстві є облікова політика, при розробці якої необхідно враховувати зовнішні та внутрішні фактори, а також специфіку господарської діяльності підприємства. Облікову політику можна розглядати як віддзеркалення фінансово-господарської діяльності підприємств.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Історично склалося так, що представники різних

шкіл економічної думки поглиблену увагу приділяли сутності витрат. На жаль, уже протягом багатьох років не вщухають дискусії щодо цієї економічної категорії. Велику увагу проблемі витрат та їх організації приділяли такі вітчизняні вчені, як Т. В. Барановська, І. А. Білоусова, Ф. Ф. Бутинець, А. М. Герасимович, С. Ф. Голов, В. А. Дерій, А. Г. Загородній, М. В. Кужельний, П. О. Куцик, Л. Г. Ловінська, В. Лень, Л. Г. Медвідь, Л. В. Нападовська, Г. О. Партин, М. С. Пушкар, В. В. Сопко, Н. В. Ткач, А. Череп, М. Чумаченко.

Постановка завдання. У статті поставлено завдання дослідити сутність витрат та запропонувати нове трактування поняття витрат підприємства в сучасних умовах господарювання. Також необхідно розглянути сутність облікової політики як складової частини системи бухгалтерського обліку. Поставлено завдання визначити елементи облікової політики з метою вдосконалення процесу її формування, підвищення рівня якості складання та подання фінансової звітності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність господарюючого суб'єкта пов'язана з витратами матеріально-речових, трудових та інших ресурсів, цінність яких визначається на ринку. В системі управління підприємством головним об'єктом є процес обліку витрат господарської діяльності в цілому та в розрізі їх видів, цілей, періодів виконання. Наявність різних точок зору щодо сутності витрат обумовлена різними підходами у поглядах на природу економічного буття взагалі й виробничого процесу зокрема. Можна виділити два основних підходи.

Перший базується на розумінні господарського життя з позицій трудової теорії вартості, яка передбачає взаємодію у процесі виробництва трьох основних факторів (робочої сили, предметів праці та засобів праці) з відповідною інтерпретацією поняття вартості, її складових і структури.

Такий підхід переважав у розумінні сутності економічного життя у вітчизняній науці та практиці, відповідно відбувався процес формування поглядів на поняття витрат виробництва і в бухгалтерській сфері. Типовим тлумаченням витрат виробництва за даного підходу є наступне: витрати – це затрати живої та уречевленої праці на виробництво продукції.

Другий підхід базується на ресурсному розумінні природи господарства, передбачаючи обмеженість усіх видів ресурсів та альтернативність варіантів їх застосування. Даний підхід передбачає, що місце та роль витрат розглядається та розкривається у прикладному аспекті як складовий елемент ціни, що формується в ринковій системі на основі зміни попиту та пропозиції.

Існують різні теорії трактування сутності витрат діяльності підприємства за своєю економічною сутністю, галузевою ознакою та іншими напрямками (табл. 1).

За економічною сутністю поточні витрати підприємства являють собою сукупність затрат живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства; а за натурально-речовим складом – спожиту частину матеріальних, трудових та фінансових ресурсів.

З проведеного дослідження визначення витрат підприємства можна сформулювати таке визначення витрат підприємства. Витрати підприємства – це грошова форма витрачених за певний період задіяних чинників виробництва, необхідних для здійснення підприємством своєї виробничої й реалізаційної діяльності.

Загальні фактори, що визначають розмір та рівень поточних витрат підприємства, наведені на рис. 1. На внутрішні фактори певною мірою може впливати керівництво підприємства своїми рішеннями. При стабільній економіці в країні саме внутрішні фактори є визначальними для рівня витрат підприємства. Саме тому знання факторів, що впливають на розмір і рівень витрат підприємства, дає змогу визначити резерви зниження витрат, що є складовим елементом системи управління витратами підприємства.

Важливою складовою раціональної організації обліку витрат на підприємстві є облікова політика, при розробці якої необхідно враховувати зовнішні та внутрішні фактори, а також специфіку господарської діяльності підприємства. Тому можна розглядати облікову політику як віддзеркалення фінансово-господарської діяльності підприємств.

Закон про бухгалтерський облік визначає облікову політику досить коротко: “облікова політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності” [1]. Дефініції трактування сутності поняття “облікова політика” з позиції вітчизняних вчених відображені в табл. 2.

Таблиця 1

Дефініції визначення витрат діяльності підприємства

№	Джерело	Визначення терміна
1	2	3
1	Економічна енциклопедія (за редакцією Мочерного С. В.) [4]	Витрати виробництва – спожиті в процесі виробництва продукту виробничі фонди підприємства.
	Економічна теорія (за редакцією Сірома Н.)	Витрати – це виражені у грошовій формі витрати різних ресурсів (праці, сировини, матеріалів, основних засобів, фінансових ресурсів) у процесі виробництва, обігу і розподілу продукції, товарів
2	НП(С)БО 1 „Загальні вимоги до фінансової звітності” [1]	Витрати – зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками)
3	Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в промисловості: Наказ Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 22.05. 2002 р. №145 [3]	Поточні витрати підприємства в торгівлі – це грошове відбиття живої та уречевленої праці на здійснення поточної торговельно-виробничої діяльності підприємства, що за натурально-речовим складом становлять частину матеріальних, нематеріальних трудових та фінансових ресурсів

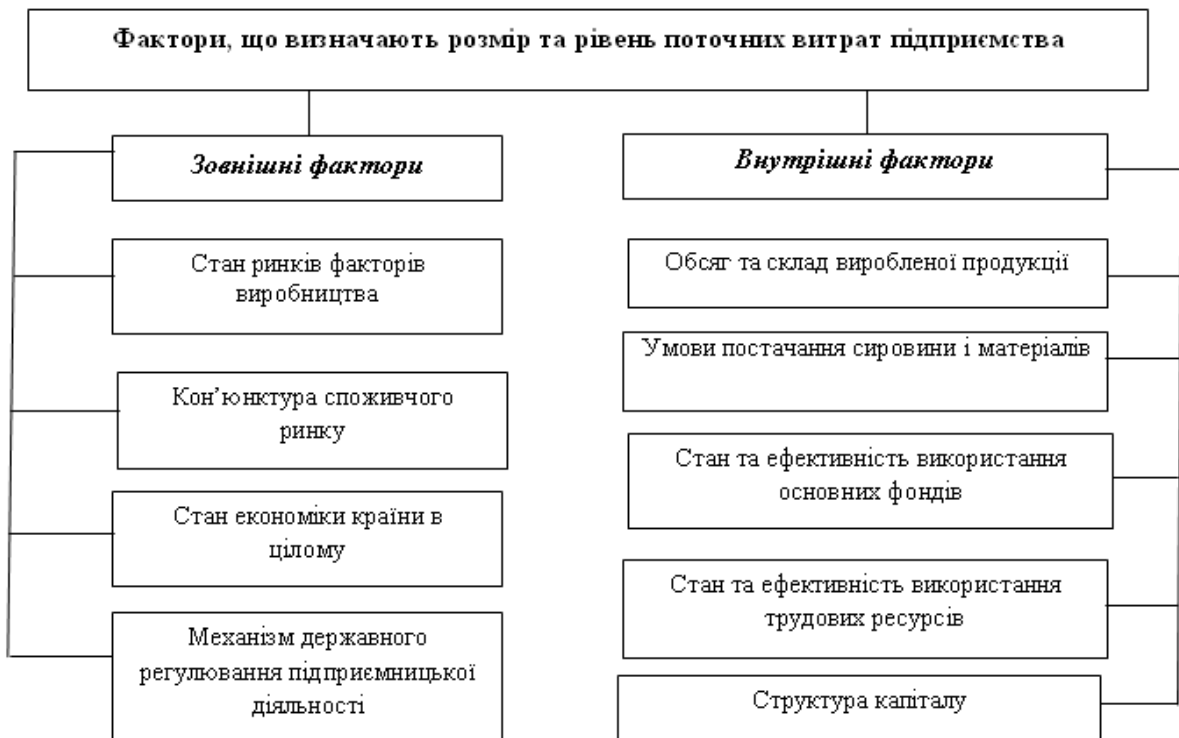


Рис. 1. Фактори впливу на формування витрат підприємства

Отже, аналізуючи дані таблиці 2, можна зазначити, що нормативно-правові акти та науковці трактують поняття “облікова політика” як сукупність принципів, основ, домовленостей, методів, процедур і форм ведення бухгалтерського обліку з метою складання і подання фінансової звітності. Процес формування облікової політики є чітко регламентований чинними нормативно-правовими актами. Її ефективність буде залежати від якості облікової інформації, на основі якої вона формуватиметься та функціонуватиме, забезпечуючи ефективність системи управління підприємством у розрізі його стратегічного розвитку.

Облікову політику підприємства доцільно формувати за такими етапами:

- 1) організаційний – створення відповідного виконавчого органу та закріплення за його фахівцями обов’язків та повноважень;
- 2) підготовчий – визначення стратегічних і тактичних напрямків господарської діяльності підприємства й об’єктів обліку;

3) вивчення факторів, що впливають на діяльність підприємства;

4) вибір елементів облікової політики підприємства, розробка порядку інформаційного забезпечення процесу формування облікової політики;

5) заключний – затвердження базового та складання поточного розпорядчого документа про облікову політику, впровадження та контроль за його дотриманням.

Головне призначення облікової політики – оптимізація процесу організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності конкретного підприємства через вибір і декларування певних методів та облікових процедур. Розробляючи облікову політику, необхідно враховувати велику кількість факторів, обумовлених особливостями та специфікою господарської діяльності підприємства. Таким чином, облікова політика є індивідуальною для кожного підприємства.

Від розробки і реалізації облікової політики значною мірою залежить ефективність впроваджен-

Таблиця 2

Дефініції визначення поняття облікової політики підприємства

Автор	Визначення
Ф. Ф. Бутинець	Облікова політика – це сукупність способів ведення бухгалтерського обліку, які були обрані підприємством
В. А. Дерій	Під обліковою політикою слід розуміти офіційно затверджене на підприємстві надане державою йому право вибору, з урахуванням його цілей, специфіки діяльності підприємства та чинних правових актів, відповідних методик та форм, техніки ведення бухгалтерського обліку
М. С. Пушкар	Облікова політика – це конституція підприємства, яка передбачає права і обов’язки системи обліку з приводу формування інформаційних ресурсів для менеджерів
П. Сук	Облікова політика – це принципи і правила ведення бухгалтерського обліку на конкретному підприємстві.

ня бюджетування на підприємстві. Необхідність впровадження системи бюджетування на вітчизняних підприємствах можна обґрунтувати за допомогою таких факторів: у сучасних умовах в багатьох підприємств виникла необхідність знаходити внутрішні резерви зниження витрат, обґрунтувати оптимальний рівень витрат фінансових коштів, оптимізації податкової політики й інших завдань, пов'язаних із удосконаленням системи управління підприємством.

Бюджетування витрат – це елемент системи управління витратами, який дозволяє визначити обсяг, джерела і напрями їх формування відповідно до пріоритетних напрямів облікової політики.

Доцільним є розкриття в обліковій політиці наступних організаційно-методичних концепцій щодо бюджетування витрат:

- перелік калькуляційних статей прямих витрат;
- перелік статей загальновиробничих, адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат;
- метод обліку витрат і калькулювання собівартості продукції;
- організаційний метод бюджетування витрат;
- структура операційних бюджетів витрат (бюджетів прямих витрат, загальновиробничих, адміністративних, збутових та інших операційних витрат, бюджет виробничої собівартості продукції, бюджет собівартості реалізованої продукції);
- структура управлінської звітності про виконання бюджетів витрат;
- графік складання та подання управлінської звітності про виконання бюджетів витрат.

Бюджетування діяльності підприємств знаходить на стадії становлення, тому його впровадження на підприємстві вирішує питання підвищення ефективності діяльності, оптимізації бізнес-процесів, забезпечення конкурентних переваг підприємства та ін. Необхідність впровадження процесу бюджетування витрат обумовлено такими факторами: виявлення внутрішніх резервів зниження витрат; обґрунтування оптимального їх розміру; оптимізація податкової політики підприємства; інші завдання, пов'язані з удосконаленням системи управління підприємством.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Значення витрат у господарській діяльності підприємств є незаперечним. Але лише чітко налагоджена система управління витратами дасть відчутні результати в фінансово-господарській діяльності підприємства. Правильно сформована структура наказу про облікову політику підвищить рівень якості облікової інформації для системи управління витратами підприємства та рівень ефективності прийнятих на основі консолідованої обліково-аналітичної інформації управлінських рішень, а також забезпечить вищий рівень організації системи управлінського обліку.

ЛІТЕРАТУРА

1. НП(С)БО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності”: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. №75 (зі змінами та доповненнями).

2. П(С)БО 16 “Витрати”: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. №318 (зі змінами та доповненнями).

3. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торгівельній діяльності: затверджено наказом Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 22.05.2002 р. №145.

4. Економічна енциклопедія: у 3 т. Т. 1 / [редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К. : ВЦ “Академія”, 2000. – 864 с.

5. Мачулна О. Облік та аналіз витрат: управлінський аспект / Мачулна О. // Бухгалтерський облік і аудит : науково-практичний журнал / Видавець: ТОВ “Екаунтинг”. – 2013. – №10. – С. 30-34.

6. Чумаченко М. Дискусійні проблеми обліку витрат і калькулювання собівартості продукції / Чумаченко М. // Бухгалтерський облік і аудит : науково-практичний журнал / ТОВ “Екаунтинг”. – 2013. – №10. – С. 3-7.

7. Буханцева М. В. Бухгалтерський облік витрат на підприємстві / Буханцева М. В., Каменська Г. О., Церетелі Л. Г. – К. : Ред. журнал “Вісник податкової служби України”, 2013. – 80 с.

8. Зубрицька І. Облік витрат на виробництво продукції / Зубрицька І. // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – №25. – С. 4-8.

REFERENCES

1. NP(S)BO 1 “Zahal'ni vymohy do finansovoi zvitnosti”: zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.02.2013 r. №75 (zi zminamy ta dopovnenniamy).

2. P(S)BO 16 “Vytraty”: zatverdzheno nakazom Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.12.1999 r. №318 (zi zminamy ta dopovnenniamy).

3. Methodychni rekomendatsii z formuvannia skladu vytrat ta poriadku ikh planuvannia v torhivel'nij diial'nosti: zatverdzheno nakazom Ministerstva ekonomiky z pytan' ievropejs'koi intehratsii Ukrainy vid 22.05.2002 r. №145.

4. *Ekonomichna entsyklopediia*: u 3 t. T. 1 / [redkol.: S. V. Mochernyj (vidp. red.) ta in.] (2000), VTs “Akademii”, K., 864 s.

5. Machulna O. (2013), Oblik ta analiz vytrat: upravlins'kyj aspekt, Bukhhalters'kyj oblik i audyt : naukovo-praktychnyj zhurnal, Vydavets': TOV “Ekauntynh”, №10, s. 30-34.

6. Chumachenko M. (2013), Dyskusijni problemy obliku vytrat i kal'kuliuvannia sobivartosti produktsii, Bukhhalters'kyj oblik i audyt : naukovo-praktychnyj zhurnal, TOV “Ekauntynh”, №10, s. 3-7.

7. Bukhantseva, M. V. Kamens'ka, H. O. and Tsereteli, L. H. (2013), *Bukhhalters'kyj oblik vytrat na pidpriemstvi*, Red. zhurnal “Visnyk podatkovoi sluzhby Ukrainy”, K., 80 s.

8. Zubryts'ka I. (2012), Oblik vytrat na vyrobnyts'tvo produktsii, *Vse pro bukhalters'kyj oblik*, №25, s. 4-8.

Грищенко І. В.,

викл. кафедри гуманітарних і фундаментальних дисциплін, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця

Білецька Н. В.,

к.е.н., доц., завідувач кафедри фінансів, оподаткування і підприємництва Вінницького інституту конструювання одягу і підприємництва, м. Вінниця

Клівіденко Л. М.,

к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту, Вінницький навчально-науковий інститут економіки Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця

Циганчук В. А.,

викл., Вінницький коледж економіки та підприємництва Тернопільського національного економічного університету, м. Вінниця

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРНИХ ПРОЕКТІВ

***Анотація.** У статті розглянуто принципи реалізації інноваційної діяльності підприємствами з метою досягнення і закріплення ними стійких конкурентних позицій не тільки на рівні регіону, але і на міжнародному рівні. Наведена актуальність діяльності органів влади на регіональному рівні, що спрямована на активізацію інноваційної діяльності й підтримку її реалізації окремими підприємствами. Дана діяльність має бути спрямована на створення сітьових форм організації підприємницької діяльності, якими є регіональні інноваційні кластери. Наведені основні проблеми у процесі реалізації ефективної кластерної політики. Виділені основні характеристики кластера: географічна концентрація, спеціалізація, велика кількість економічних агентів, конкуренція і співробітництво, досягнення необхідної “критичної маси” у розмірі кластера, життєздатність кластерів, залученість до інноваційного процесу.*

Ключові слова: інновації, кластер, кластерний проект, розвиток підприємництва, інноваційна діяльність.

Gryshchenko I. V.,

Lecturer, Department of Humanitarian and Fundamental Disciplines, Vinnytsya Educational and Scientific Institute of Economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsya

Bilecka N. V.,

Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Finances, Taxation and Entrepreneurship, Vinnytsya Institute of Clothing Design and Entrepreneurship, Vinnytsya

Klivenko L. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finances and Credit, Vinnytsya Educational and Scientific Institute of Economics of Ternopil National Economic University, Vinnytsya

Ciganchuk V. A.,

Lecturer, Vinnytsya College of Economics and Entrepreneurship of Ternopil National Economic University, Vinnytsya

ESTIMATION OF INNOVATIVE CLUSTER PROJECTS

Abstract. In the article the principles of the innovative enterprises activity are revealed with the aim to achieve and secure their sustainable competitive positions not only at the regional level, but also internationally. It is pointed on the importance of the state bodies activity at regional level that is aimed at enhancing innovation and support of its implementation by individual enterprises. The mentioned activity should be aimed at the

creation of network forms of business organization, which are the regional innovation clusters. The basic problems in the implementation of an effective cluster policy are specified. The basic characteristics of the cluster are pointed out, such as: geographic concentration, specialization, a large number of economic agents, competition and cooperation, achievement of the necessary "critical mass" of cluster size, viability of clusters, involvement in the innovative process.

Keywords: innovation, cluster, cluster project, entrepreneurship development, innovative activity.

Постановка проблеми. В умовах сучасної економіки конкурентоспроможність як регіону, так і окремого підприємства забезпечується через запровадження інноваційної діяльності в сучасних формах економічної інтеграції й партнерства.

Передовий світовий і вітчизняний досвід свідчить, що програми соціально-економічного розвитку підприємництва доцільно реалізовувати на основі механізму проектного управління інноваційною діяльністю. Даний підхід передбачає ініціацію інноваційних проектів органами влади, сприяння в їх виконанні, організацію взаємодії учасників інноваційних проектів із подальшою оцінкою результатів. При цьому найбільш прогресивною формою управління і запровадження інноваційних процесів є реалізація кластерних проектів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню сутності інновацій та інноваційної діяльності присвячені праці вчених: Р. Барнета, З. Беккера, Т. Візлера, З. Гошала, Р. Менша, Р. Мінцберга, Е. Менсфілда, Б. Санто, Б. Твісса, С. Фельдмана, Й. Шумпетера, В.П. Баранчєєва, С.Д. Бешельова, Ю.В. Вертакова, Г.Я. Гольдштейна, Л.М. Гохберга, В.А. Кабанова, Н.Ю. Круглова, Н.П. Масленникова, В.М. Мішина та ін.

Розвиток сучасних концепцій інноваційного розвитку на основі зміни технологічних укладів, організації кластерів і створення інноваційних систем висвітлено в працях Е. Дахмена, Д. Кетелса, Е. Лімера, М. Портера, А. Соліmano, Д. Сольє, С. Фельдмана, М. Енрайта та ряду інших вчених.

Постановка завдання. Незважаючи на великий обсяг наукових досліджень, присвячених огляду інноваційної діяльності, спостерігається недостатність розкриття питання оцінки ефективності кластерних проектів. Крім того, вимагають адаптації до сучасних умов інноваційного розвитку існуючі на сьогоднішній день підходи до оцінки економічної ефективності інноваційних проектів кластера, які відображали б специфіку взаємодії їх учасників і переваги, які вони отримуватимуть у рамках кластерного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Реалізація інноваційної діяльності підприємствами з метою досягнення і закріплення ними стійких конкурентних позицій не тільки на рівні регіону, але і на міжнародному рівні останнім часом забезпечується їх участю в різноманітних сітєвих структурах, що іменуються кластерами, економічний ефект від розвитку яких полягає в підвищенні продуктивності залучених до них учасників, зрос-

танні інноваційної активності й стимулюванні нової бізнес-освіти.

В зв'язку з цим діяльність органів влади на регіональному рівні, що спрямована на активізацію інноваційної діяльності й підтримку її реалізації окремими підприємствами, має бути спрямована ще на створення сітєвих форм організації підприємницької діяльності, якими є регіональні інноваційні кластери, оскільки в сучасних умовах саме вони здатні забезпечити довгострокову конкурентоспроможність і стійкий розвиток.

Проте на сучасному етапі економіки України спостерігаються суттєві проблеми у процесі реалізації ефективної кластерної політики, а саме:

- не створені механізми методичної, інформаційно-консультаційної й освітньої підтримки розвитку кластерів;

- відсутня необхідна координація діяльності органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, об'єднань підприємств щодо процесів реалізації кластерної політики;

- обмежений набір інструментів фінансової підтримки кластерних проектів із бюджетних джерел фінансування;

- існує складність і наявність істотних розбіжностей у визначенні критеріїв віднесення тієї або іншої системної сукупності учасників бізнес-процесів до поняття "кластер", а відповідно, і у вимірюванні ефективності їх впливу на економіку країни в цілому.

Кластер згідно з визначенням, запропонованим його родоначальником М. Портером, означає "сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозв'язаних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств по стандартизації, а також торгових об'єднань) в певних областях, що конкурують, але разом з тим, і ведучих спільну роботу" [1, с. 258].

Але в сучасній економічній літературі існує безліч визначень кластера, кожне з яких підкреслює той або інший аспект (пріоритет) його функціонування:

- як соціальне поняття "кластер" – один із способів самоорганізації підприємств для виживання в умовах жорсткої міжнародної конкуренції;

- в інноваційному процесі кластер можна розглядати як стійке територіально-галузеве партнерство, об'єднане спільною інноваційною програмою впровадження передових виробничих, інжинірингових і управлінських технологій з метою підвищення його конкурентоспроможності [2, с. 60].

Розгляд кластера з точки зору проектного підходу знаходить своє відображення в практичній

діяльності підприємств протягом останніх десятиліть, коли конкурентоспроможність високотехнологічних виробництв досягається винятково в рамках тісної взаємодії наукових, інфраструктурних, виробничих, фінансових і маркетингових організацій, що забезпечують даній вузькій спеціалізації високу ефективність виробництва на фоні мобільності оновлення виробничих можливостей і товарного асортименту.

У процесі розвитку кластерного підходу економічна сутність кластерних об'єднань змінювалася і збагачувалася. Так, на сьогоднішній день ми можемо виділити основні характеристики кластера:

- географічна концентрація (близьке розташування підприємств-виробників приваблює можливістю економити на швидкій виробничій взаємодії, обміні соціальним капіталом і процесах навчання персоналу);

- спеціалізація (кластери концентруються навколо певної сфери діяльності, до якої всі учасники підприємницької діяльності мають відношення);

- велика кількість економічних агентів (діяльність кластерів охоплює не тільки підприємства-виробники, що входять у них, але і громадські організації, академії, фінансових посередників, наукові інститути і т.д.);

- конкуренція і співробітництво (як основний вид взаємодії між підприємствами-виробниками - членами кластера);

- досягнення необхідної "критичної маси" у розмірі кластера (для досягнення ефектів позитивної внутрішньої динаміки і продуктивного розвитку);

- життєздатність кластерів (розраховані на довгостроковий перспективу);

- залученість до інноваційного процесу (підприємства-виробники і підприємства, що входять до складу кластера, зазвичай включені в процеси технологічних, продуктових, ринкових або організаційних інновацій).

Виходячи з найбільш поширеної класифікації інноваційних проектів, типовий кластерний проект можна охарактеризувати таким чином:

- по класу проекту – як мегапроект (цільова програма розвитку регіонів, галузей і інших об'єднань, що включає в свій склад ряд монопроектів (окремий проект різного типу, вигляду і масштабу) і мультипроектів (комплексний проект, що складається з ряду монопроектів і вимагає застосування багатопроєктного управління);

- за типом проекту – відповідно до основних сфер діяльності, в яких здійснюється проект: змішаний (оскільки в процесі свого функціонування для різних його учасників він може бути технічним, організаційним, економічним і соціальним проектом);

- по вигляду проекту – по характеру спеціалізації проекту: комбінований (оскільки він одночасно є і інвестиційним (тобто вимагає вкладення інвестицій), інноваційним (з метою розробки і застосування нових технологій, ноу-хау і інших нововведень систем, що забезпечують розвиток), науково-дослідним, а також інфраструктурним проектом);

- по тривалості проекту – за тривалістю періоду здійснення проекту: як правило, довгостроковий (більше 5 років);

- за масштабом проекту – відповідно до обсягів фінансування проекту, кількості учасників і ступеня впливу на навколишнє середовище: великий або середній [3, с. 47-48].

Більш детально основні характерні риси інноваційних кластерних проектів наведені нами у табл. 1.

Таблиця 1

Основні характерні риси інноваційних кластерних проектів

Класифікація	Характерні риси
Комбінований	Є одночасно інвестиційним, інноваційним і інфраструктурним проектом
Мегапроект	Являє собою конкретну цільову програму розвитку регіону, галузі, а також включає у себе цілий ряд монопроектів
Довготривалий	Має термін реалізації більше 5 років
Відкритий	Використовує зовнішні джерела винаходів і технологій для спільних розробок та реалізації результатів проектної діяльності
Сітьовий	Обумовлює діяльність багаточисельних учасників проекту, спрямовану на досягнення спільного результату

Вищенаведений огляд характерних рис, що притаманні інноваційним кластерним проектам, дозволяє нам виокремити найбільш їх суттєві риси, а саме:

- у цілях найбільш ефективного управління інноваційним кластерним проектом необхідно чітко визначити завдання створення кластера, окреслити повний склад реальних і потенційних учасників й принципи побудови основних міжфункціональних зв'язків його суб'єктів;

- ні територіальна близькість, ні взаємна орієнтація локальних ринків не є обов'язковими умовами для учасників кластера, що дозволяє створювати позитивні ефекти;

- виготовлення продукції або послуги як кінцевого результату в процесі функціонування кластера також не є основною класифікаційною ознакою, оскільки залежно від цілей створення кластер може бути орієнтований на самі функціональні зв'язки серед учасників, інфраструктуру кластерної мережі, створення вартості, на послугу, пов'язану з обслуговуванням тієї або іншої галузі і т.д.

Можна сказати, що інноваційні кластери формуються під конкретне цільове завдання або під певне коло завдань, вирішенням яких є послідовність або сукупність взаємопов'язаних між собою дій (бізнес-процесів), що протікають усередині організованої відкритої мережі від одного учасника до іншого, результатом якої є продукт або інше, що представляє цінність для зацікавлених сторін (регіону, виробників, споживачів, постачальників й інших учасників кластера).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Інноваційний кластер може бути представлений як проект, орієнтований на досягнення будь-яких цілей інноваційного розвитку, здійснюваний у ході реалізації сукупності локальних інноваційних кластерних проектів, що, у свою чергу, є як формою участі окремих підприємств у кластері, так і формою здійснення й управління ними своєю інноваційною діяльністю, а також способом створення доданої вартості. Інноваційний кластер повинен розглядатися у вигляді довгострокового комбінованого інноваційного мегапроекту відкритого типу, що має мережевий характер, тобто виступати агрегованою сукупністю локальних інноваційно-інвестиційних проектів, реалізація яких забезпечує окремим учасникам економічні переваги від здійснення ними співпраці в рамках кластера й отримання права на державну підтримку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2006. – 608 с.
2. Волкова Н. Н. Индустриальные кластеры США / Н. Н. Волкова, Т. В. Сахно // США - Канада. Экономика, политика, культура. – 2007. – №1. – С. 51-68.
3. Управление инновационными проектами / Методология управления инновационными проектами / [Т. В. Александрова, С. А. Голубев, О. В. Колосова и др.; под общ. ред. проф. И. Л. Туккеля]. – [2-е изд., перераб. и расш.]. – СПб. : СПбГТУ, 2012. – Ч. 1. – 100 с.
4. Инвестирование : учебник / В. М. Гринева, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда. – К. : Знание, 2008. – 452 с.
5. Колесов С. В. Інноваційно-інвестиційний потенціал підприємства: методологічні підходи до сутності та оцінки / С. В. Колесов, В. І. Кривда // Формування ринкових відносин в Україні : збірник наукових праць. – Вип. 5 (96). – Київ, 2009. – С. 103-110.
6. Йохна М. А. Экономика и организация инновационной деятельности / Йохна М. А., Стадник В. В. – К. : Издательский центр “Академия”, 2005. – 400 с.
7. Грищенко І. В. Теоретико-методологічні основи інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / І. В. Грищенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 1. – С. 142-145.
8. Гришко В. А. Дослідження впливу чинників, що зумовлюють вибір портфелю фінансово-інвестиційних стратегій підприємства / О. Ю. Ємельянов, В. А. Гришко, І. З. Крет // Математико-економіко-соціологічний вісник “Тріш і математика”. – №8. – Львів-Луцьк : Вид. Тараса Сороки, 2010. – С. 12-16.

REFERENCES

1. Porter, M. Je. (2006), *Konkurencija*, Vil'jams, M., 608 s.
2. Volkova, N. N. and Sahno, T. V. (2007), *Industrial'nye klasteri SShA, SShA - Kanada. Jekonomika, politika, kul'tura*, №1, s. 51-68.
3. Aleksandrova, T. V. Golubev, S. A. and Kolosova, O. V. i dr. (2012), *Upravlenie innovacionnymi proektami / Metodologija upravlenija innovacionnymi proektami*, Ch 1, 2 nd ed, SPbGTU, SPb, 100 s.
4. Grin'ova, V. M. Kojuda, V. O. Lepejko, T. I. and Kojuda, O. P. (2008), *Investirovanie*, Znanie, K., 452 s.
5. Kolesov, S. V. and Kryv'da, V. I. (2009), *Innovacijno-investy'cijnyj potencial pidpry'emstva: metodologichni pidxody` do sutnosti ta ocinky`*, Formuvannya rynkovy`x vidnosy`n v Ukraini: zbirnyk naukovy`x pracz`, vy`p. 5 (96), Ky`yiv, s. 103-110.
6. Joxna M. A. and Stadny`k, V. V. (2005), *Ekonomy`ka y` organy`zacy`ya y`nnovacy`onnoj deyatel`nosti`*, Y`zdatel`skyj centr “Akademy`ya”, K., 400 s.
7. Grishhenko, I. V. (2009), *Teorety`ko-metodologichni osnovy` investy`cijno-innovacijnoyi diyal`nosti pidpry`emstv*, *Visny`k Xmel`ny`cz`kogo nacional`nogo universy`tetu*, # 1, s. 142-145.
8. Gry`shko, V. A. Yemel`yanov, O. Yu. and Kret, I. Z. (2010), *Doslidzhennya vply`vu chy`nny`kiv, shho zumovlyuyut` vy`bir portfelyu finansovo-investy`cijny`x strategij pidpry`emstva*, *Matematy`ko-ekonomiko-sociologichny`j visny`k “Grish i matematy`ka”*, #8, Vy`d. Tarasa Soroky`, L`viv-Lucz`k, s. 12-16.

Бучко Н. В.,
здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

МЕТОДИКА ОБЛІКУ ПРЕДМЕТІВ ПРОКАТНОГО ФОНДУ ПІДПРИЄМСТВА

***Анотація.** У статті обґрунтовано необхідність удосконалення існуючої методики обліку предметів прокатного фонду підприємства з метою усунення виявлених недоліків. Розкрито порядок визнання активів, призначених для видачі на прокат, як об'єктів бухгалтерського обліку з урахуванням очікуваного терміну їх корисної служби. Розроблено практичні рекомендації щодо відображення в обліку операцій з надходження, експлуатації та вибуття предметів прокату, зокрема в частині швидкозношуваних, з використанням запропонованої системи субрахунків. Висвітлено особливості застосування та основні чинники, що впливають на вибір методів нарахування амортизації для різних груп досліджуваних активів.*

Ключові слова: предмети прокату, бухгалтерський облік, методика, амортизація.

Buchko N. V.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

METHODS OF ACCOUNTING OBJECTS OF THE ENTERPRISE'S RENTAL FUND

***Abstract.** The article substantiates the need to improve existing methods of accounting objects of enterprises rental fund with the aim to eliminate identified weaknesses. Revealed the procedure for recognition of assets determined for hire as objects of accounting considering the estimated term of their service life. Developed the practical guidance on reporting in accounting of operations of receipt, exploitation and disposal of rental objects, particularly considering the wearing out ones, using the proposed system of sub-accounts. The specific features of the application and the main factors influencing the choice of methods of calculating depreciation for different groups of studied assets are highlighted.*

Keywords: rental objects, accounting, methods, depreciation.

Постановка проблеми. Здійснення діяльності будь-яким суб'єктом господарювання стає неможливим без належно сформованої матеріально-технічної бази. Зокрема, й надання послуг прокату вимагає наявності на підприємстві специфічного виду активів – предметів прокату. Передумовою якісного управління прокатним фондом є, власне, підсистема бухгалтерського обліку. Вона покликана створити умови для формування своєчасної та достовірної інформації з необхідним менеджменту рівнем деталізації про поточний стан, рух і ефективність використання досліджуваних активів, витрати на їх придбання та утримання.

Проте сучасний стан обліку предметів прокатного фонду характеризується недостатнім методичним забезпеченням. У чинній нормативно-правовій базі не повністю розкрито поняття “предмети прокату” та особливості відображення таких активів в обліку, що породжує суперечливі моменти. Оскільки на сьогоднішній день послуги прокату майна набувають все більшої популярності, то питання пошуку оптимального алгоритму їх облікового відображення є особливо актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд наукових праць і спеціалізованих періодичних

видань свідчить, що останнім часом проблемні аспекти обліку майна, призначеного для видачі на прокат, не є самостійним предметом дослідження. Як правило, предмети прокату згадуються вітчизняними вченими лише в тих випадках, коли мова йде про особливості визнання, організаційно-методичні засади обліку та порядок нарахування амортизації основних засобів підприємства для цілей оподаткування, в якості однієї з груп. Відсутність комплексного підходу до ведення обліку таких активів призводить до значних ускладнень у процесі підготовки інформації та прийняття управлінських рішень.

Постановка завдання. Мета наукової роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних положень і розробці практичних рекомендацій з удосконалення методики обліку предметів прокатного фонду підприємства задля ґрунтовного інформаційного забезпечення системи управління ними.

Виклад основного матеріалу дослідження. Предмети прокату являють собою специфічну облікову категорію, правильне розуміння економічного змісту та складу яких сприяє формуванню об'єктивної інформації на запити менеджменту підприєм-

ства. Загалом у ході дослідження методики обліку всі господарські операції з предметами прокатного фонду доречно умовно поділити на декілька етапів.

Перший етап – це надходження предметів прокату. Передусім труднощі виникають під час кваліфікації таких предметів в якості об'єктів бухгалтерського обліку. Загальновідомо, що порядок визнання та відображення в обліку активів визначається характером (метою) їх використання з урахуванням відповідних критеріїв. У момент оприбуткування предметів прокатного фонду підприємства варто пам'ятати, що вони призначені виключно для передачі за певну плату в тимчасове володіння та/або користування з метою отримання доходу. Тому в обліку їх потрібно відокремлювати від майна, яке безпосередньо використовується у власній господарській діяльності.

Для цих цілей Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби” [7] та Інструкцією про застосування плану рахунків [3] передбачено субрахунок 116 “Предмети прокату”. Тобто активи, призначені для видачі на прокат, виділені в окрему групу в складі основних засобів, зокрема інших необоротних матеріальних активів.

На перший погляд, задекларований підхід є методично обґрунтованим. Адже досліджувані активи є матеріальними цінностями, які зберігають свою натурально-речову форму в результаті багаторазового використання у процесі обслуговування клієнтів. Водночас прокатний фонд підприємств представлений значною номенклатурою, яка характеризується різним строком служби. Суб'єктам господарювання надано право самостійно встановлювати очікуваний термін експлуатації предметів прокату в залежності від виду, технічних характеристик, інтенсивності використання (перебування в прокаті) тощо. Він може й не перевищувати одного року. В такому випадку предмети прокату не відповідають критеріям визнання основних засобів, а саме: основному з них – термін корисного використання, що призводить до певних непорозумінь на практиці під час ідентифікації цих об'єктів в обліку.

Враховуючи міжнародний досвід обліку [4], позицію вітчизняних науковців [1, 6, 10] і ряд об'єктивних аргументів, наведених нами в попередніх публікаціях, вважаємо за доцільне відображати предмети прокатного фонду, термін корисного використання яких менше одного року, в складі малоцінних та швидкозношуваних активів. З цією метою пропонуємо до рахунку 22 “Малоцінні та швидкозношувані предмети” відкрити окремий субрахунок 226 “Швидкозношувані предмети прокату”.

Віднесення предметів прокатного фонду до тієї чи іншої групи активів визначатиме методичні особливості їх подальшого обліку, а також Положення (стандарту) бухгалтерського обліку, якими необхідно керуватися: П(С)БО 7 “Основні засоби” або П(С)БО 9 “Запаси”. Зауважимо, що з огляду на економічну суть предметів прокату здійснення такого розмежування не цілком логічне. Але неможливо проігнорувати порядок відображення активів по відношенню до господарського процесу.

Отже, на відображення в обліку операцій з надходження предметів до прокатного фонду підприємства і формування їх вартості впливає характер процесу придбання (інвестування) – капітальний чи некапітальний – та спосіб отримання таких активів. Понесені витрати на придбання або створення цих активів слід попередньо акумулювати на окремих субрахунках: 1536 “Придбання (виготовлення) предметів прокату”, який використовується у разі оприбуткування предметів з очікуваним терміном експлуатації понад один рік; або 2261 “Швидкозношувані предмети прокату на складі” – для предметів, що підпадають під ознаку швидкозношуваних. Подальша передача в експлуатацію (користування) відображається за дебетом субрахунків 116 “Предмети прокату” або 2262 “Швидкозношувані предмети прокату в користуванні”.

З метою підвищення інформативності облікових даних і надання повної управлінської інформації вважаємо за доцільне впровадження системи аналітичних рахунків з обліку предметів прокату в розрізі груп, видів, структурних підрозділів (пунктів прокату), окремих об'єктів.

Наступним етапом є процес експлуатації предметів прокатного фонду. Предмети прокату, що надаються у тимчасове користування наймачам, залишаються на балансі наймодавця [2]. Це й зрозуміло, оскільки видача предметів на прокат не передбачає передачу права власності на них. На нашу думку, для отримання адекватної інформації про рух предметів прокату й організації належного контролю до субрахунків обліку цих активів – як у складі необоротних, так і оборотних – необхідно відкрити аналітичні рахунки: “Предмети прокату на підприємстві” та “Предмети прокату видані”. Здійснення внутрішніх записів за цими рахунками дозволить відокремити в обліку предмети прокатного фонду, які перебувають у клієнтів, від тих, що знаходяться на підприємстві, а також спростить процедуру виявлення предметів, які не користуються популярністю. Акцентуємо увагу, що порядок облікового відображення операцій з видачі предметів на прокат та їх повернення за такою схемою є виправданим відносно тих предметів, які передаються у тимчасове користування на термін, більший, ніж одна доба (в окремих випадках і місяць). Предмети, які видаються на прокат погодинно, тобто в межах однієї доби, немає сенсу відображати у бухгалтерському обліку шляхом подвійного запису, а лише оперативно. Автоматизація обліку в такій ситуації дозволить впорядкувати алгоритм відображення руху предметів прокату та відслідковувати їх стан (виданий, повернутий, зарезервований, на ремонті тощо).

Механізм віднесення вартості конкретного об'єкта на витрати підприємства залежить від групи активів, до якої його включено: або поступово – шляхом нарахування амортизації, або одночасно – шляхом одноразового списання на витрати.

Предмети прокату неодноразово беруть участь у процесі надання послуг. Тому виникає необхідність поступового розподілу їх вартості як засобів праці незалежно від того, на якому рахунку вони відображаються. Суму нарахованої амортизації пред-

метів прокатного фонду, які обліковують на субрахунку 116 “Предмети прокату”, рекомендуємо відображати на субрахунку 1326 “Знос предметів прокату”. Як влучно зазначили вчені П. О. Куцик і Р. Р. Шумило, метод, що передбачає списання вартості швидкозношуваних предметів з балансу під час їх передачі в експлуатацію, “викривляє” інформацію про стан майна підприємства [5]. Тому, що стосується швидкозношуваних предметів прокатного фонду, пропонуємо відкрити контраktivний аналітичний рахунок 2263 “Знос швидкозношуваних предметів прокату”. Така методика дозволить уникнути позабалансового обліку предметів прокату, термін корисного використання яких менше одного року.

На сьогоднішній день прерогативою амортизаційної політики досліджуваних підприємств є вибір оптимального методу нарахування амортизації як основного інструменту підтримання раціональної структури прокатного фонду. Вона повинна передбачати альтернативний підхід до визначення розмірів амортизаційних відрахувань, забезпечувати управління витратами та, відповідно, фінансовими результатами.

Режим відшкодування вартості об’єкта основних засобів визначається, враховуючи очікуваний спосіб отримання економічних вигод від його експлуатації. Національними стандартами бухгалтерського обліку [7] і Податковим кодексом України [9] встановлено певні обмеження. Зокрема, передбачається, що предмети прокату підлягають амортизації лише за одним із двох запропонованих методів – прямолінійним або виробничим. З нашої ж точки зору, всі методи нарахування амортизації можуть застосовуватися на підприємствах, що займаються прокатом майна. Для того, щоб зрозуміти, який метод нарахування амортизації найкраще відповідає особливостям функціонування предметів прокату та враховує характер їх участі в господарському процесі, необхідно звернути увагу на переваги і недоліки кожного з них, найбільш доцільні умови їх використання та вплив на собівартість послуг.

Умовно методи нарахування амортизації можна поділити на:

- методи, що ґрунтуються на часі використання основних засобів: методи рівномірної (прямолінійний) та прискореної (зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивний) амортизації;

- метод, який базується на кількості одиниць, отриманих від використання основних засобів (виробничий).

При застосуванні прямолінійного способу амортизаційні відрахування розподіляються рівними частками впродовж встановленого терміну служби предметів, призначених для видачі на прокат. Даний метод відрізняється простотою розрахунку, забезпечуючи цим самим свою привабливість. Однак не береться до уваги моральний знос, а сума нарахуваної амортизації не залежить від обсягу наданих послуг. Тобто є сталою величиною, що не дозволяє реально визначити собівартість послуг з прокату. Вважаємо: його доречно застосовувати до пасивної частини основних засобів тривалого використання,

оскільки ступінь їх експлуатації залишається незмінним. В нашому ж випадку прямолінійний метод не завжди є виправданим, насамперед у зв’язку з неритмічністю використання предметів прокатного фонду підприємства в різні періоди часу.

Результати проведених досліджень свідчать, що окремі класифікаційні групи предметів прокату (для прикладу, обладнання та техніка) приносять найбільші доходи на початку терміну їх корисної служби. Відповідно, їх віддача є максимальною в перші роки, на які й повинна припадати основна частина амортизаційних відрахувань, і зменшується в наступні. А витрати на ремонт зазвичай зростають із часом у міру використання. Це пояснюється швидким моральним старінням подібних об’єктів. У такій ситуації рекомендується застосовувати прискорені (дегресивні) методи нарахування амортизації. Позитивним є прискорене повернення авансованого капіталу. Як наслідок – можливість забезпечити швидкий процес оновлення прокатного фонду підприємства. Водночас зауважимо: за умов використання методів прискореної амортизації не завжди прослідковується зв’язок між інтенсивністю експлуатації досліджуваних активів і сумою нарахуваної амортизації. В свою чергу, це призводить до завищення показника собівартості послуг у перші роки видачі предметів на прокат і зниження прибутковості.

Виробничий метод найбільш доречний при розрахунку амортизаційних відрахувань об’єктів, які: відносяться до активної (виробничої) частини основних засобів; використовуються для надання тих самих послуг; нерівномірно експлуатуються в різні періоди; беруть участь у формуванні доходів і зношуються тоді, коли експлуатуються, а не просто з часом. На підставі аналізу ми дійшли висновку, що зазначені критерії притаманні, зокрема, і предметам прокату (наприклад, транспортні засоби). За виробничим методом сума амортизації визначається з урахуванням інтенсивності використання предметів прокатного фонду пропорційно обсягу наданих послуг у відповідних одиницях виміру в залежності від виду предметів прокату. Цей спосіб особливо ефективний на підприємствах, які займаються прокатом майна сезонного характеру, адже дозволяє об’єктивно визначити фінансові результати конкретного періоду. Зрозуміло, що застосування даного методу передбачає відображення в бухгалтерському обліку амортизаційних відрахувань лише у період експлуатації предмета, тобто перебування в прокаті. Якщо ж послуги фактично не надавалися, то й амортизація дорівнюватиме нулю, на відміну від методів, які входять до першої групи. При використанні виробничого методу амортизація предметів прокатного фонду розглядається як змінні витрати та дотримується принцип відповідності доходів і витрат. На наш погляд, виробничий метод нарахування амортизації є найбільш оптимальним і еластичним щодо предметів прокату. Водночас практичне впровадження даного способу в більшості випадків викликає певні труднощі, оскільки важко з достатньою точністю спрогнозувати очікуваний загальний обсяг послуг, який може бути наданий за допомогою окремого предмета прокатного фонду, що обмежує сферу його застосування.

Вибір того чи іншого алгоритму розподілу вартості предметів прокатного фонду через амортизаційні відрахування повинен обов'язково супроводжуватися аргументами на його користь та враховувати всі чинники, які пов'язані з використанням досліджуваних активів. При цьому допускаємо використання диференційованого підходу до кожної з груп предметів прокату.

Процес вибуття активів, призначених для видачі на прокат, є завершальним у досліджуваному циклі. Порядок відображення господарських операцій, характерних для цього етапу, залежить від причини вибуття предмета з прокатного фонду підприємства, зокрема: ліквідація в результаті повного фізичного або морального зносу, втрата або псування в прокаті, реалізація і т. д. У бухгалтерському обліку відображають списання суми накопиченого зносу та залишкової вартості предмета прокату, а також інші витрати й доходи, які пов'язані з його вибуттям.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У результаті проведених досліджень автором вирішено низку проблемних питань з метою оптимізації обліку активів, призначених для видачі на прокат. Порядок відображення господарських операцій на етапах надходження, експлуатації та списання предметів прокатного фонду підприємства залежить від розуміння їх економічної суті й відповідності визначеним критеріям, зокрема терміну служби відносно до одного року. Розроблена методика обліку, що реалізується за допомогою використання запропонованих субрахунків, дозволяє отримувати достовірну та релевантну інформацію про фактичний стан і рух предметів прокату для прийняття раціональних управлінських рішень. Її запровадження на досліджуваних підприємствах є основою для успішної реалізації заходів щодо вдосконалення організаційно-методичних аспектів внутрішнього контролю прокатного майна.

ЛІТЕРАТУРА

1. Белоусов А. Організація і облік діяльності пунктів прокату / А. Белоусов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dtk.com.ua/show/1cid02676.html>.
2. Бикова Г. Прокат: податковий та бухгалтерський облік / Г. Бикова // Дебет-Кредит. – 2013. – № 41. – С. 16-20.
3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, зі змінами та доповненнями : наказ Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.
4. Куценко Н. В. Зарубіжний досвід обліку та внутрішньогосподарського контролю предметів прокату / Н. В. Куценко, П. О. Куцик // Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Економічні науки. – 2012. – Вип. 7. – Ч. 3. – С. 547-555. – (Серія “Облік і фінанси”).

5. Куцик П. О. Облік малоцінних необоротних та швидкозношуваних активів: методичний аспект / П. О. Куцик, Р. Р. Шумило // Бухгалтерський облік і аудит. – 2012. – № 1. – С. 18-21.

6. Моссаковський В. Невирішені питання обліку непоточних активів / В. Моссаковський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 5. – С. 17-28.

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби” : наказ Міністерства фінансів України від 27 квітня 2000 р. № 92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu7/>.

8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 “Запаси” : наказ Міністерства фінансів України від 20 жовтня 1999 р. № 246 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.

9. Податковий кодекс України : від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

10. Прокат автомобілів: організаційні та облікові моменти [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://buhgalter.com.ua/articles/details/319040>.

REFERENCES

1. Bielousov A. Orhanizatsiia i oblik diial'nosti punktiv prokatu, available at: <http://www.dtk.com.ua/show/1cid02676.html>.
2. Bykova H. (2013), Prokat: podatkovyj ta bukhalters'kyj oblik, *Debet-Kredyt*, № 41, s. 16-20.
3. Instruksiiia pro zastosuvannia Planu rakhunkiv bukhalters'koho obliku aktyviv, kapitalu, zobov'язan' i hospodars'kykh operatsij pidpryemstv i orhanizatsij, zi zminamy ta dopovnenniamy : nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30 lystopada 1999 r. № 291, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>.
4. Kutsenko, N. V. and Kutsyk, P. O. (2012), Zarubizhnyj dosvid obliku ta vnutrishn'ohospodars'koho kontroliu predmetiv prokatu, *Zbirnyk naukovykh prats' Luts'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vyp. 7, ch. 3, s. 547-555.
5. Kutsyk, P. O. and Shumylo, R. R. (2012), Oblik malotsinnykh neoborotnykh ta shvydkoznoshuvanykh aktyviv: metodychnyj aspekt, *Bukhhalters'kyj oblik i audyt*, № 1, s. 18-21.
6. Mossakovs'kyj V. (2010), Nevyrisheni pytannia obliku nepotochnykh aktyviv, *Bukhhalters'kyj oblik i audyt*, № 5, s. 17-28.
7. Polozhennia (standart) bukhalters'koho obliku 7 “Osnovni zasoby” : nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 27 kvitnia 2000 r. № 92, available at: <http://www.nibu.factor.ua/ukr/info/instrbuh/psbu7/>.
8. Polozhennia (standart) bukhalters'koho obliku 9 “Zapasy” : nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 20 zhovtnia 1999 r. № 246, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0751-99>.
9. Podatkovyj kodeks Ukrainy : vid 2 hrudnia 2010 r. № 2755-VI, available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
10. Prokat avtomobiliv: orhanizatsijni ta oblikovi momenty, available at: <http://buhgalter.com.ua/articles/details/319040>.

Кузьма Х. В.,
здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

ОБЛІК КОМІСІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Анотація. У статті охарактеризовано сутність організації обліку як системи відображення операцій щодо діяльності підприємства. Обґрунтовано, що організація обліку – це комплекс заходів зі збору, обробки, накопичення та використання в процесі управління інформацією. Окреслено основні завдання організації обліку. Запропонована схема організації обліку комісійних операцій, а також схема обліку витрат, пов'язаних з комісійними операціями. Використання розроблених реєстрів із закріпленням відповідальності за визначеними особами дає змогу в оперативному порядку контролювати та управляти проведенням комісійних операцій. Встановлено, що належна організація обліку є основою методики обліку комісійних операцій як у комітента, так і в комісіонера.

Ключові слова: комісійні операції, організація обліку, витрати.

Kuzma H. V.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

ACCOUNTING OF COMMISSION OPERATIONS OF AN ENTERPRISE: ORGANIZATIONAL ASPECT

Abstract. The article describes the essence of accounting as a system of displaying operations as to the enterprise's activity. Proved that organization of accounting – is a complex of measures such as collection, processing, storing and using in the process of managing the information. The basic tasks of accounting are outlined. The scheme of accounting commission operations as well as cost accounting scheme, related to commission operations, is proposed. Using the elaborated registers with delegating the responsibility for certain individuals allows promptly control and manage the implementation of commission operations. Determined that the proper organization of accounting is the basis for the method of accounting commission operations as for the consignor and for the commissioner.

Keywords: commission operations, organization of accounting, costs.

Постановка проблеми. Бухгалтерський облік в Україні в умовах адаптації до міжнародних стандартів має бути зорієнтованим на забезпечення зовнішніх і внутрішніх користувачів достовірною інформацією про стан суб'єкта господарювання. В умовах сьогодення бухгалтерський облік в окремих випадках акумулює на підприємстві недостовірну інформацію про стан майна за відповідний період, що, власне, і призводить до викривлення інформації як для управління персоналу, так і для зовнішніх користувачів.

Відтак для підвищення рівня інформаційного забезпечення необхідна у практичній діяльності раціональна організація бухгалтерського обліку, яка враховувала б вимоги сучасної системи управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації обліку в своїх працях досліджували О. Ю. Акименко [1], В. І. Бачинський, П. О. Куцик [8, 9], М. Ю. Карпушенко, Л. С. Стригуль [11], В. С. Рудницький, Н. М. Бондаренко [2], С. О. Левицька, В. Кулик [7], О. М. Чабанюк, Й. В. Канак

[4], Ю. С. Цал-Цалко, В. О. Озеран [10] та ін. Дослідження вчених були скеровані на вирішення проблем обліку діяльності підприємств різних сфер економіки.

Постановка завдання. Розглянути суть та загальні підходи до організації обліку, визначити основні етапи організації обліку на підприємствах, які здійснюють комісійні операції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Організація бухгалтерського обліку – це сукупність дій зі створення цілісної системи бухгалтерського обліку, підтримання і підвищення її організованості, функціонування якої спрямоване на забезпечення інформаційних потреб користувачів облікової інформації, включаючи вибір форм організації та формування матеріального й інформаційного забезпечення облікового процесу.

С. О. Левицька визначає організацію бухгалтерського обліку як раціональну систему відображення операцій і результатів діяльності з урахуван-

ням економіко-організаційних особливостей підприємства, результати впровадження якої гарантують достовірність інформації, їх повноцінність для прийняття оперативних і стратегічних рішень [6, с. 17].

На думку Ф. Ф. Бутинця, організація бухгалтерського обліку – це система умов та елементів побудови облікового процесу з метою отримання достовірної та своєчасної інформації про господарську діяльність підприємства і здійснення контролю за раціональним використанням виробничих ресурсів і готової продукції [3].

Так, М. Ю. Карпушенко вважає: організація бухгалтерського обліку – це система впорядкованих дій зі створення системи бухгалтерського обліку, що включає складання облікових реєстрів і первинних носіїв облікової інформації, облікову політику підприємства, організацію облікового процесу [5, с. 6].

На наш погляд, під організацією обліку діяльності підприємств, які здійснюють комісійні операції, необхідно розуміти комплекс заходів зі встановлення порядку і методів збору, обробки, накопичення вихідної інформації про такі операції й здійснення контролю за результатами діяльності підприємств з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Ми пропонуємо виділити основні завдання раціональної організації обліку витрат за здійснюваними комісійними операціями (рис. 1).

Проведені дослідження свідчать, що вчені та практики виділяють в основному три етапи організації бухгалтерського обліку: методичний, технічний, організаційний. Перший (методичний) етап організації бухгалтерського обліку передбачає вибір способів і прийомів, що є основою для таких методів обліку, як документування, синтетичні та аналітичні рахунки, подвійний запис, бухгалтерський баланс і звітність, інвентаризація, оцінка майна та зобов'язань, калькулювання. Саме на даному етапі проводиться вибір застосування конкретних елементів методу бухгалтерського обліку, що також відповідає першому рівню системи бухгалтерського обліку.

Другий (технічний) етап передбачає вибір форми обліку, яка найбільш повно характеризуватиме і відповідатиме розміру підприємства та його галузі.

Третій етап, на відміну від перших двох, які забезпечують організацію ведення облікових записів, забезпечує організацію процесу управління в бухгалтерії, тобто організацію роботи облікового апарату.

Послідовність організації обліку витрат на проведення комісійних операцій подана нами на рис. 2.



Рис. 1. Основні завдання раціональної організації обліку комісійних операцій



Рис. 2. Схема організації обліку комісійних операцій

Витрати на проведення комісійних операцій підлягають суцільному і безперервному документуванню господарських операцій та процесів, пов'язаних із використанням матеріальних, трудових і інших ресурсів, що оформляється первинними документами. Накопичення та групування інформації відбувається у подальшому в регістрах обліку на основі даних первинного обліку.

Проблема досконалого документування – одна з найважливіших, оскільки документ має юридичну силу і підтверджує достовірність облікової інформації, тобто забезпечує досягнення основної мети обліку – продукування достовірної та неупередженої інформації.

Відображення у первинній документації може відбуватися безпосередньо під час здійснення господарської операції або ж після її завершення. Лише зафіксована належним чином на носіях (паперових або електронних) інформація є юридичним підтвердженням понесення витрат на проведення комісійних операцій, а також підставою для відображення в обліку.

Важливим етапом організації обліку є відображення вартості комісійних операцій. Вартість комісійних операцій оцінюють у залежності від організаційних форм їх проведення. При проведенні комісійних операцій за допомогою спеціалізованих підприємств (комісіонерів) до складу витрат на комісійні операції комітентом включаються суми, сплачені підприємствам-комісіонерам за виконані операції (згідно зі звітами та актами виконання

таких операцій). Суму послуг за виконані операції встановлюють, як правило, у відсотках від обсягу продажу або закупівлі товарів. Якщо комісійні операції виконував банк, то до складу витрат на проведення комісійних операцій включають комісійну винагороду, яку підприємство (комітент) сплачує банку (комісіонеру) за виконані операції (згідно з договором комісії).

На основі проведеного дослідження нами подано схему організації обліку витрат на проведення комісійних операцій (рис. 3).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Рациональна організація бухгалтерського обліку – важлива передумова прийняття ефективних управлінських рішень. Використання розроблених регістрів із закріпленням відповідальності за визначеними особами дає змогу в оперативному порядку контролювати та управляти проведенням комісійних операцій. Розглянутий порядок формування та узагальнення інформації щодо здійснених комісійних операцій за центрами витрат і центрами відповідальності дає змогу отримувати інформацію про роботу структурних одиниць, закріпити відповідальність за працівниками, за виконання завдань, підвищити інформативність, корисність та точність даних для цілей управління. Належна організація обліку є основою методики обліку комісійних операцій як у комітента, так і в комісіонера, питання якої будуть розглянуті у наступних наукових дослідженнях.

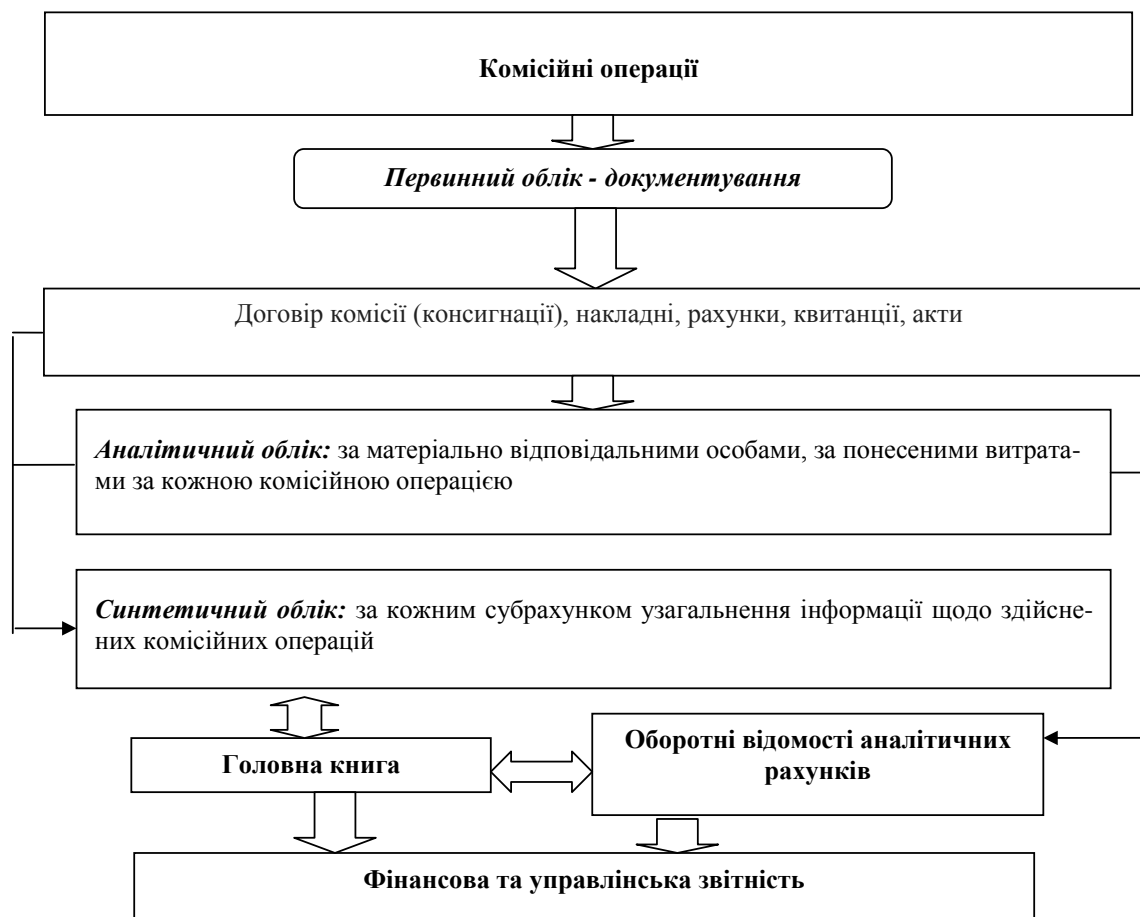


Рис. 3. Схема організації обліку витрат за комісійними операціями

ЛІТЕРАТУРА

1. Акименко О. Ю. Рациональна організація обліку як основа забезпечення ефективного управління підприємством / О. Ю. Акименко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – Чернігів : Чернігівський державний технологічний університет, 2013. – № 3. – С. 69-74.

2. Бондаренко Н. М. / Теоретичні основи організації обліку на підприємстві / Н. М. Бондаренко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Херсон : Херсонський державний університет, 2014. – Вип. № 4. – С. 10-14.

3. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / [Ф. Ф. Бутинець та ін. ; за ред. Ф. Ф. Бутинця]. – [8 вид.]. – Житомир : Рута, 2009. – 912 с.

4. Канак Й. В. Підходи до організації обліку доходів від реалізації товарів на підприємствах гуртової торгівлі / Й. В. Канак, Н. Б. Фірко // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів, 2014. – Вип. 44. – С. 30-34. – (Серія економічна).

5. Карпушенко М. Ю. Організація обліку : навч. посіб. / М. Ю. Карпушенко. – Х. : ХНАМГ, 2011. – 241 с.

6. Кужельний М. В. Організація обліку: підручник / М. В. Кужельний, С. О. Левицька. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 352 с.

7. Кулик В. Організація обліку на підприємствах України: розробка внутрішніх регламентів /

В. Кулик, М. Любимов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2013. – № 6. – С. 12-18.

8. Куцик П. О. Облік витрат майбутніх періодів: організаційний аспект / П. О. Куцик // Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки: зб. матер. 9-ї Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. пам'яті проф. Г. Г. Кірейцева. – К. : Національний науковий центр "Інститут аграрної економіки", 2015. – С. 285-288.

9. Куцик П. О. Організація обліку витрат на дослідження та розробки: практичний підхід / П. О. Куцик, Т. Я. Сенчук // Торгівля, комерція, підприємство : зб. наук. праць. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – Вип. 16. – С. 84-91.

10. Озеран В. О. Методика та організація обліку витрат на підприємствах лісового господарства / В. О. Озеран, М. Ю. Чік // Бухгалтерський облік і аудит : науково-практичний журнал. – 2012. – № 4. – С. 31-41.

11. Стригуль Л. С. Шляхи удосконалення організації обліку і аудиту основних засобів на підприємстві / Л. С. Стригуль, А. С. Тимонова // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут". – Харків, 2014. – № 32. – С. 48-51.

REFERENCES

1. Akymenko, O. Yu. (2013), "Ratsional'na orhanizatsiia obliku iak osnova zabezpechennia efektyvnoho upravlinnia pidpriemstvom", *Visnyk Chernihivs'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu*, vol. 3, pp. 69-74.
2. Bondarenko, N. M. (2014), "Teoretychni osnovy orhanizatsii obliku na pidpriemstvi", *Naukovyy visnyk Kher-sons'koho derzhavnoho universytetu*, no. 4, pp. 10-14.
3. Butynets', F. F. ta in. (2009), *Bukhhalters'kyj finansovyy oblik* [Financial record-keeping], 8nd ed, Ruta, Zhytomyr, Ukraine.
4. Kanak, J. V. and Firko, N. B. (2014), "Pidkhody do orhanizatsii obliku dokhodiv vid realizatsii tovariv na pidpriemstvakh hurtovoi torhivli", *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii*, no. 44, pp. 30-34.
5. Karpushenko, M. Yu. (2011), *Orhanizatsiia obliku* [Organization of account], Kharkivs'kyj natsional'nyj universytet mis'koho hospodarstva imeni O. M. Be- ketova, Kharkiv.
6. Kuzhel'nyj, M. V. and Levyts'ka, S. O. (2010), *Orhanizatsiia obliku* [Organization of account], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv.
7. Kulyk, V. and Liubymov, M. (2013), "Orhanizatsiia obliku na pidpriemstvakh Ukrainy: rozrobka vnutrishnikh rehlamentiv", *Bukhhalters'kyj oblik i audyt*, vol. 6, pp. 12-18.
8. Kutsyk, P. O. (2015), "Oblik vytrat majbutnikh periodiv: orhanizatsijnyj aspekt", *Rozvytok bukhhalters'koho obliku: teoriia, profesiia, mizhpredmetni zviazky* [Development of record-keeping: theory, profession, intersubject relations] IX *Mizhnar. nauk.-prakt. konf. prysviach. pam'iaty prof. H. H. Kirejtseva* [IX the International naukovo-praktichna conference is devoted memory of professor G. G. Kireyceva], Natsional'nyj naukovyy tsentr "Instytut aharnoї ekonomiky", Kyiv, pp. 285-288.
9. Kutsyk, P. O. and Senchuk, T. Ya. (2014), "Orhanizatsiia obliku vytrat na doslidzhennia ta rozrobky: praktychnyj pidkhid", *Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zb. nauk. prats'*, no. 16., pp. 84-91.
10. Ozeran, V. O. and Chik M. Yu. (2012), "Metodyka ta orhanizatsiia obliku vytrat na pidpriemstvakh lisovoho hospodarstva", *Bukhhalters'kyj oblik i audyt : naukovo-praktychnyj zhurnal*, vol. 4, pp. 31-41.
11. Stryhul', L. S. and Timonova, A. S. (2014), "Shliakhy udoskonalennia orhanizatsii obliku i audytu osnovnykh zasobiv na pidpriemstvi", *Visnyk Natsio- nal'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivs'koho politekhnichnoho instytutu"*, Vol. 32 , pp. 48-51.

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ

УДК 339.137.2:339.9:334.735

Барна М. Ю.,

к.е.н., перший проректор, доц. кафедри експертизи товарів та послуг, Львівська комерційна академія, м. Львів

Семак Б. Б.,

д.е.н., проректор з наукової роботи, проф. кафедри маркетингу, Львівська комерційна академія, м. Львів

Семів С. Р.,

к.е.н., доц. кафедри міжнародних економічних відносин, Львівська комерційна академія, м. Львів

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

***Анотація.** У статті аналізуються сучасний стан та інструменти регулювання діяльності споживчої кооперації України та напрями їх вдосконалення в умовах поглиблення міжнародної інтеграції. Розглянуто зарубіжний досвід державної підтримки кооперативів в умовах економічних перетворень. Проаналізовано особливості взаємодії споживчої кооперації України з державними інституціями. Окреслено напрями державної підтримки споживчої кооперації в межах норм, правил і стандартів СОТ. Обґрунтовано регіональні державні стратегії посилення конкурентоспроможності обласних організацій споживчої кооперації.*

Ключові слова: споживча кооперація, державне регулювання, державна підтримка, СОТ, конкурентоспроможність.

Barna M. Y.,

Ph.D., Associate Professor, First Vice-Rector, Associate Professor of the Department of Expertise of Goods and Services, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Semak B. B.,

Doctor of Economics, Professor, Vice-Rector for Research, Professor of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Semiv S. R.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Lviv Academy of Commerce, Lviv

STATE REGULATION OF CONSUMER COOPERATION OF UKRAINE

***Abstract.** This article analyzes the current state and instruments of regulation of consumer cooperation of Ukraine as well as the areas of their improvement in the conditions of deepening the international integration. Foreign experience of cooperatives state support is considered in conditions of economic transformation. The peculiarities of the interaction of consumer cooperation of Ukraine with the state institutions are analyzed. The directions of state support of consumer cooperation within the norms, rules and standards of WTO are outlined. The regional state strategies of strengthening the competitiveness of regional organizations of consumer cooperation are substantiated.*

Keywords: consumer cooperation, state regulation, state support, WTO, competitiveness.

Постановка проблеми. Споживча кооперація, яка є провідним кооперативним сектором економіки України, в останні десятиріччя відіграла помітну роль у нарощуванні обсягів товарообороту, виробництві товарів першої необхідності та наданні послуг для населення, у заготівлі сільськогосподарської продукції, розвитку матеріально-технічної бази, передусім у сільській місцевості. Разом з тим, споживча кооперація, як і вся економіка України, знаходиться сьогодні у стані глибоких економічних перетворень. В основі кризових явищ лежить цілий комплекс причин, які, з одного боку, породжені негативними наслідками господарювання в умовах адміністративно-командної системи (наприклад, переважання адміністративних інструментів управління, неефективні мотиваційні механізми менеджменту, повільне впровадження ринкових та інноваційних елементів у модель діяльності споживчої кооперації тощо), і тих, що породжені кризовими тенденціями розвитку світової та національної економік. Разом з тим, Укоопспілка має значний потенціал (економіко-організаційний, кадровий, інноваційний, освітній) до розширення економічної діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Вказане обумовлює необхідність визначення головних напрямів та інструментів ефективного державного регулювання діяльності споживчої кооперації, окреслення пріоритетів її державної підтримки на сучасному етапі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження проблем розвитку кооперативного руху, трансформації кооперативного сектора в умовах відкритої економіки, взаємодії держави і підприємств та організацій споживчої кооперації України здійснили такі вітчизняні економісти, як Аліман М. В. [2], Андрійчук В. Г. [3], Апопій В. В. [3], Бабенко С. Г. [5], Гальчинський А. С. [15], Геєць В. М. [6], Гелей С. Д. [7], Гончарук Я. А. [1], Долішній М. І. [9], Зіновчук В. В. [11], Саблук П. Т. [14], Юрко І. В. [16]. Проте ще недостатньо мірою висвітлені інституційні механізми підтримки діяльності споживчої кооперації в умовах поглиблення міжнародної інтеграції, економічні механізми та досвід державного регулювання діяльності кооперативів у країнах із різним рівнем економічного розвитку. Потребують системного аналізу проблеми створення сприятливих передумов та механізмів підвищення ефективності взаємодії кооперативного сектора з іншими галузями і секторами економіки України.

Постановка завдання. Метою даної статті є проведення системного аналізу передумов необхідності та механізмів державного регулювання діяльності споживчої кооперації в умовах поглиблення міжнародних інтеграційних процесів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність державного регулювання діяльності споживчої кооперації обумовлюється тією роллю, яку вона відіграє в економіці України. На сьогодні споживча кооперація є чи не єдиним ринковим

інститутом, який виконує не лише економічні, але й важливі соціальні завдання, зокрема у сільській місцевості. По своїй суті споживча кооперація незалежна у своїй діяльності від органів державної влади, політичних партій та громадських організацій [10]. Разом з тим, у статті 17 Закону України “Про споживчу кооперацію” визначені головні напрями регулювання та взаємодії держави і споживчої кооперації, насамперед [10]:

- сприяння державних органів розвитку й зміцненню економічної самостійності споживчих товариств та їх спілок, підвищенню ефективності їх діяльності, недопущення будь-яких обмежень господарської активності та ініціативи споживчої кооперації, вільної й рівноправної участі її на ринках товарів, робіт і послуг;

- взаємодія організацій та підприємств споживчої кооперації з органами виконавчої влади у питаннях організації торговельного обслуговування населення, закупівель і переробки сільськогосподарської продукції та сировини, виробництва товарів народного споживання, надання населенню різних послуг тощо;

- сприяння з боку держави розвитку мережі кооперативної освіти, що здійснюється за рахунок коштів споживчої кооперації;

- використання підприємствами та організаціями споживчої кооперації пільг, що передбачені для господарств АПК України.

Важливість впливу держави на розвиток кооперації постійно відзначається і у загальнодержавних програмних документах. Так, у Державній цільовій програмі розвитку українського села [8] зазначається, що важливим завданням формування аграрного ринку є державна підтримка формування кооперативних каналів збуту сільськогосподарської продукції, передусім для дрібних сільськогосподарських товаровиробників як основи створення сприятливого конкурентного середовища в сфері відносин розподілу, альтернативи посередницьких комерційних каналів. У Стратегії економічного та соціального розвитку України “Шляхом європейської інтеграції” [15, с. 184] наголошується, що невідкладним стратегічним орієнтиром розвитку аграрного сектора є інституційне забезпечення реформ шляхом стимулювання розвитку приватно-кооперативних підприємств у сфері агросервісу, переробки і збуту продукції. Проте зауважимо, що вказані стратегічні пріоритети розвитку кооперації здебільшого носять декларативний характер, потребують уточнення та розробки конкретних механізмів їх реалізації.

Сприятливою передумовою для підвищення ефективності взаємодії держави і споживчої кооперації стало приєднання України до СОТ у 2008 р. Проте сучасні реалії засвідчили, що споживча кооперація України стикнулася з проблемою загострення конкуренції зі сторони іноземних підприємств, які намагаються витіснити кооперацію з окремих ринкових ніш. Вимоги СОТ не допускають прямого втручання держави у процеси конкуренції з іноземними фірмами. Тому найбільш оптимальним шляхом усунення цієї загрози є підвищення

конкурентоспроможності підприємств та організацій споживчої кооперації шляхом запровадження нових кооперативних форм інтегрування як між підприємствами споживчої кооперації всередині системи, так і між підприємствами споживчої кооперації й підприємствами інших форм власності. При цьому основними формами інтеграції підприємств споживчої кооперації у сільському господарстві повинні стати такі форми господарських утворень, як виробничі, постачальницькі, сервісні, маркетингові, кредитні кооперативи, а також спільні підприємства. Пріоритетними сферами діяльності таких об'єднань мають стати спільна експлуатація сільськогосподарської техніки і використання паливно-мастильної сировини, надання різноманітних послуг, діяльність на локальних ринках продукції АПК, кредитна сфера тощо.

У розвинутих країнах Заходу, які є членами СОТ, вже протягом багатьох років широко практикується державна підтримка та захист таких кооперативних утворень, діяльність яких є суттєвим чинником ефективної діяльності всього АПК та забезпечення продовольчої безпеки держави. Для стимулювання розвитку інтеграції підприємств споживчої кооперації слід реалізувати ряд заходів на загальнодержавному рівні, а саме: винести на розгляд Верховної Ради і Кабінету Міністрів України питання щодо внесення змін у чинні законодавчі акти про кооперацію, а також розробки пільгової системи оподаткування новоутворених кооперативів, що функціонують у сільській місцевості.

Таким чином, саме споживча кооперація України повинна стати центром новоутворених регіональних інноваційних кластерів АПК, які би сприяли поглибленню інтеграції передусім дрібних сільськогосподарських товаровиробників та фермерських господарств. При цьому головними напрямками інноваційної діяльності визначимо застосування сучасних технологій ефективного використання земель, підвищення урожайності основних сільськогосподарських культур традиційної номенклатури споживчої кооперації, розвиток селекційної діяльності й сучасних методів захисту рослин, підвищення продуктивності тваринництва.

Інтересів споживчої кооперації торкаються вигоди СОТ щодо державної підтримки аграрного сектора, згідно з якими Україні необхідно відмовитися від заходів “жовтої скриньки” (дотації на тваринництво, рослинництво, насінництво, різноманітні компенсації, цінова підтримка, пільгове кредитування тощо) і збільшувати обсяги фінансування “зеленої скриньки” (наукові дослідження, підвищення кваліфікації кадрів, розвиток інфраструктури, охорона навколишнього середовища, програми регіонального розвитку тощо) [12]. Поступове збільшення державних видатків на фінансування “зеленої скриньки” матиме наслідком покращання рівня життя у сільській місцевості, що неминуче позитивно торкнеться інтересів пайовиків, які проживають у сільських населених пунктах.

Для споживчої кооперації України і вітчизняного споживчого ринку важливо визначити напрями державної підтримки, які не суперечать принци-

пам СОТ. Зокрема, такими напрямами є державне фінансування наступних програм “зеленої скриньки”:

- інформаційне забезпечення всіх суб'єктів ринку кон'юнктурною інформацією, розвиток системи сільськогосподарської кооперативної дорадчої служби, розширення рекламних та інших маркетингових послуг на ринку агропродовольчої продукції;

- реформування системи аграрної та кооперативної науки у напрямі підвищення ефективності наукових досліджень і посилення їх зв'язку з практикою виробництва;

- реалізація програм соціального розвитку села з метою розвитку невиробничої інфраструктури;

- впровадження програм створення нових робочих місць, працевлаштування, перекваліфікації та підвищення кваліфікації пайовиків, підвищення рівня загальної й профільної освіти у сільських населених пунктах;

- охорона навколишнього середовища, забезпечення екологічної безпеки землекористування, підвищення рівня екологізації виробництва продукції споживчої кооперації;

- виплати за регіональними програмами надання допомоги, особливо у депресивних та працевидаткових районах.

Наголосимо: при розробці стратегії розвитку, підтримки та стимулювання діяльності кооперативного сектора економіки в умовах членства в СОТ і зближення з ЄС органи державної влади не повинні забувати, що споживча кооперація є чи не єдиним інститутом, який, поряд із економічною діяльністю, виконує важливі соціальні завдання, а це супроводжується певними додатковими операційними видатками. Споживча кооперація, яка працює у чітко визначеному офіційному правовому полі, змушена конкурувати з приватним сектором, різноманітними представниками “човникового” бізнесу, витрати яких є значно нижчими.

Таким чином, діяльність, яка проводиться споживчою кооперацією на внутрішньому ринку в сільських та гірських районах, підприємствами інших форм власності не здійснюється внаслідок її неприбутковості. Для прикладу, поставки товарів народного споживання у віддалені гірські райони тягнуть за собою значно вищі витрати, ніж при аналогічних операціях у міських населених пунктах. Очевидно, що підприємства приватної форми власності, які базуються на короткотермінових цілях, не будуть займатися такою діяльністю. Відповідно, активніша державна політика боротьби з “тіньовим” бізнесом, як це вимагає членство у СОТ, повинна створити більш сприятливі умови для кооперативних організацій. Враховуючи досвід країн із розвинутою економікою, державна підтримка діяльності споживчої кооперації набуває все більшого значення. Саме тому доцільним є створення системи часткових компенсацій трансакційних витрат з боку держави, а також створення системи державних гарантій та державних замовлень на продукцію споживчої кооперації.

В умовах загострення конкуренції на вітчизняному ринку товарів та послуг важливим завданням державного регулювання повинно стати посилення

конкурентоспроможності споживчої кооперації як важливого чинника її розвитку. Вказане вимагає використання диференційованої державної політики щодо облспоживспілок із різними рівнями конкурентоспроможності. Проведені нами розрахунки з використанням методів експертних оцінок та кластерного аналізу дозволили здійснити групування облспоживспілок за рівнем їх конкурентоспроможності. У перший кластер увійшли Вінницька, Рівненська та Черкаська споживспілки, оскільки вони вирізняються найвищими показниками конкурентоспроможності. Ці облспоживспілки повною мірою використовують свій економічний, організаційний та кадровий потенціал і переваги, а тому є лідерами за обсягами господарських операцій (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика кластерів споживчих товариств України, згрупованих за основними показниками конкурентоспроможності у 2014 р.*

№ кластера	Споживспілки, що належать до кластера	Характеристика кластера
I	Вінницька Рівненська Черкаська	Найвищий рівень конкурентоспроможності
II	Волинська Кіровоградська Тернопільська Львівська Житомирська Дніпропетровська	Високий рівень конкурентоспроможності
III	Чернігівська Хмельницька Сумська Луганська Одеська Полтавська	Середній рівень конкурентоспроможності
IV	Чернівецька Миколаївська Івано-Франківська Херсонська Закарпатська	Низький рівень конкурентоспроможності

* Без урахування кооперативних організацій на тимчасово окупованих територіях.

Побудовано авторами за: [13].

До другого кластера, який включає споживспілки з високим рівнем конкурентних переваг, відносимо Волинську, Кіровоградську, Тернопільську, Львівську, Житомирську та Дніпропетровську облспоживспілки. Представники цієї групи мають високий рівень конкурентоспроможності, поступаються лише споживчим спілкам першого і демонстрували досягнення високих фінансових результатів діяльності на внутрішньому ринку.

У третій кластер увійшли Чернігівська, Хмельницька, Сумська, Одеська та Полтавська споживспілки. Ця група обласних організацій характеризується середніми показниками конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. Одеська споживча спілка вирізняється розвинутою матеріально-

технічною базою, а Сумська – активною імпоротною політикою.

До четвертого кластера належать споживспілки з порівняно низькими показниками конкурентоспроможності. До нього відносяться: Чернівецька, Миколаївська, Івано-Франківська, Херсонська та Закарпатська облспоживспілки. Характерними рисами спілок можна вважати порівняно низький рівень конкурентоспроможності та витрат на її підвищення. Оскільки до цього кластера увійшли переважно регіони з порівняно низьким рівнем соціально-економічного розвитку, кількість новостворених кооперативних підприємств є низькою, значно менше впроваджується прогресивних технологічних процесів і тому, відповідно, обсяги господарської діяльності є менші у порівнянні з іншими спілками (за винятком Закарпатської ОСС, яка вдало використовує свій природно-ресурсний потенціал і вигідне географічне розташування).

Отже, наявний розрив у рівнях конкурентоспроможності та економічного потенціалу в регіонах не може не відобразитися на ефективності функціонування всієї системи споживчої кооперації України, оскільки економічна політика реалізується через формування цілісної системи заходів, що зорієнтована на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів, регіонів та, у кінцевому результаті, країни. Також можна стверджувати про недосконалість форм і методів загальнодержавних та регіональних програм підвищення конкурентоспроможності галузей та секторів економіки України.

Таким чином, важливим напрямом посилення конкурентних переваг обласних організацій споживчої кооперації визначимо реалізацію регіональних програм посилення їх конкурентоспроможності. Облспоживспілки володіють різним рівнем конкурентоспроможності і тому вимагають різних стратегій посилення конкурентних позицій. Адаптація матриці „ріст / частка ринку” Бостонської консалтингової групи для розробки стратегії підвищення конкурентоспроможності облспоживспілок дозволила здійснити їх позиціонування за рівнем конкурентних переваг і конкурентним становищем на внутрішньому ринку (рис. 1). Облспоживспілки, що позиціонуються в цих групах, мають фундаментально-відмінні позиції стосовно грошових потоків, які необхідно спрямовувати на посилення конкурентних позицій та стратегії управління цими процесами.

Головними напрямками стратегії підвищення конкурентоспроможності для першого кластера визначимо підтримку досягнутого рівня зростання конкурентних позицій, стимулювання облспоживспілок до реінвестування доходів у розвиток підприємств, розширення обсягів та асортименту товарів і послуг. Переважна більшість облспоживспілок другого кластера не повністю використовують наявні конкурентні переваги. Тому стратегічними завданнями регіональної політики щодо цих облспоживспілок визначимо збереження і посилення факторів конкурентоспроможності, стимулювання інвестицій у високотехнологічне виробництво, націленість на лідерство у господарській діяльності в системі Укоопспілки.

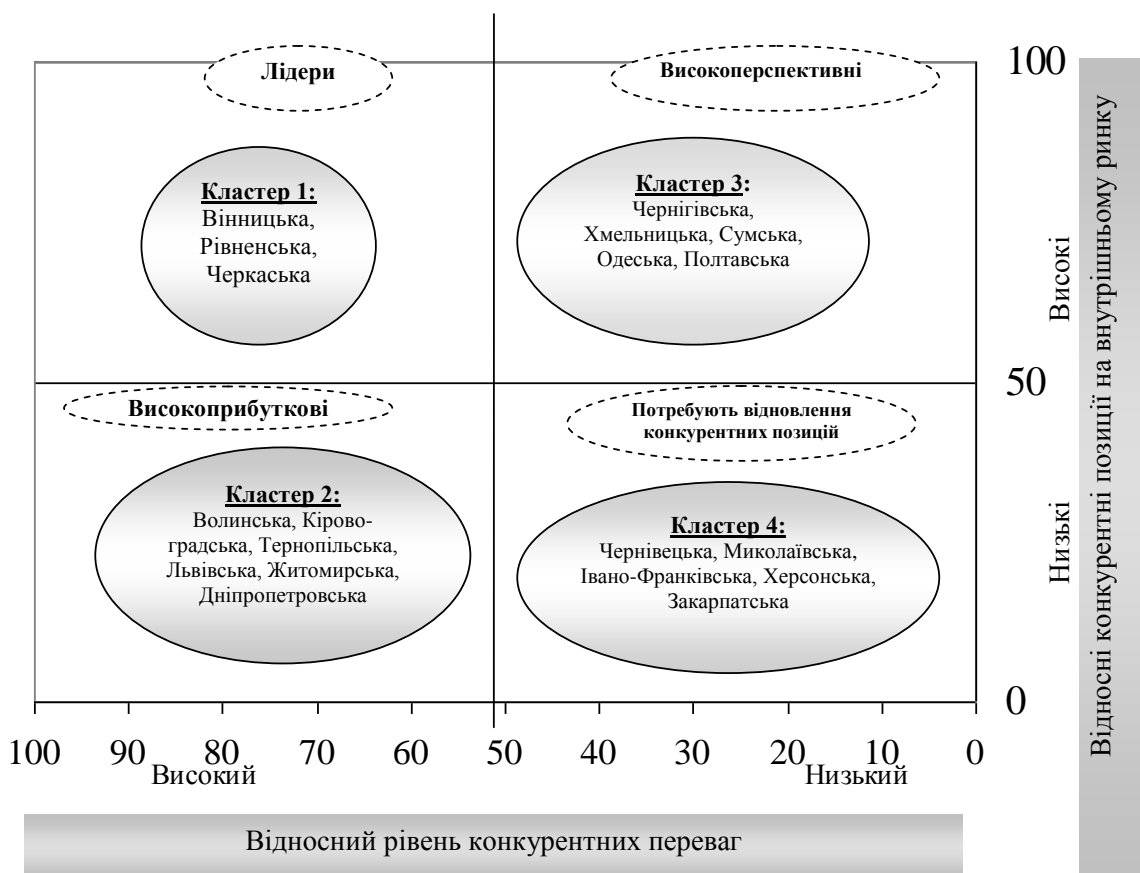


Рис. 1. Матриця сегментації облспоживспілок за рівнем їх конкурентних переваг на внутрішньому ринку
Побудовано авторами

Для третього кластера характерними є високі потенційні можливості до швидкого зростання конкурентоспроможності й значні потреби у фінансових ресурсах. Стратегічними завданнями посилення конкурентних позицій для цих облспоживспілок є збільшення обсягів капіталовкладень та прибутків за рахунок інтенсивного агресивного маркетингу на ринку товарів та капіталів, підвищення привабливості кооперативних підприємств та організацій за рахунок полегшення доступу інвесторів до об'єктів інвестування. Четвертий кластер, враховуючи характеристику основних факторів його конкурентоспроможності, можна охарактеризувати як спілки з порівняно низьким рівнем фінансових результатів і конкурентоспроможності підприємств. Для цих облспоживспілок доцільним є впровадження заходів державної політики, спрямованих на недопущення подальшого згортання ділової активності кооперативних організацій на внутрішньому ринку шляхом впливу на ті фактори, які мають вирішальне значення для посилення їх конкурентних позицій.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Сьогодні головними завданнями діяльності споживчої кооперації на внутрішньому ринку є нейтралізація негативних ефектів та успішне використання всіх потенційних переваг від членства в СОТ та поглиблення євроінтеграції, посилення конкурентоспроможності кооперації в

умовах загострення конкуренції зі сторони іноземних підприємств, максимальне застосування при цьому всіх матеріальних, організаційних та людських ресурсів, якими так багата кооперація. Вирішення даного завдання можливе лише при використанні комплексного підходу до стратегії діяльності кооперації й передбачає тісне співробітництво з органами державного управління на загальнодержавному та регіональному рівнях. Перспективними напрямами досліджень у цьому напрямі є обґрунтування стабілізаційних заходів державної підтримки, зокрема у частині забезпечення конкурентних переваг споживчої кооперації на внутрішньому ринку; використання сучасних методів менеджменту і міжнародного маркетингу і в цьому контексті впровадження стратегічного планування розвитку кооперації; лобювання власних інтересів, спрямоване на визнання державою особливої соціальної функції споживчої кооперації на сільському споживчому ринку і необхідності відповідних пільг; використання досвіду державної підтримки діяльності кооперативних союзів інших країн, зокрема Євросоюзу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азарян О. М. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку : монографія / Азарян О. М.; Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського; Укоопспілка;

Львівська комерційна академія / О. О. Шубін (наук. ред.), Я. А. Гончарук (наук. ред.), О. М. Азарян, Я. М. Антонюк, В. В. Апопій, О. О. Бакунов. – Донецьк; Львів : ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.

2. Аліман М. В. Кооперація і кооператори: визначення, афоризми, повчання / Аліман М. В.; [за заг. ред. О. О. Нестулі]. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. – 175 с.

3. Андрійчук В. Г. Підприємництво в аграрній сфері економіки / Андрійчук В. Г.; П. Т. Саблук (ред.), М. Й. Малік (ред.), В. Г. Андрійчук, В. П. Ситник, В. В. Зіновчук. – [2 вид., доп. і перероб.]. – К., 1998. – 514 с.

4. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія / Апопій В. В. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2007. – 368 с.

5. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : монографія / Бабенко С. Г. – К. : Наукова думка, 2003. – 332 с.

6. Геєць В. Криза не тільки руйнує ... / В. Геєць // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. – 2009. – № 14-15. – С. 9.

7. Гелей С. Д. Теорія та історія кооперації : підруч. / С. Д. Гелей, Р. Я. Пастушенко. – К. : Знання, 2006. – 513 с.

8. Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 19.09.2007 р. № 1158 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

9. Ринок продовольства України в аспектах СОТ / М. І. Долішній, В. І. Топіха, В. В. Булюк, В. А. Романова; Миколаївський держ. аграрний ун-т. – Миколаїв : МДАУ, 2006. – 222 с.

10. Закон України “Про споживчу кооперацію” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

11. Зіновчук В. В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США / Зіновчук В. В. – [2 вид., доп. і перероб.]. – К. : Логос, 1996. – 224 с.

12. Осташко Т. Внутрішній агропродовольчий ринок України в умовах СОТ : моногр. / Т. Осташко, Л. Волощенко, Г. Ленінова; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. – Київ, 2010. – 208 с.

13. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2014 рік. – К. : Укркоопспілка, 2015. – 52 с.

14. Кооперація в аграрній сфері виробництва / Українська академія держ. управління при Президентові України; Український НДІ продуктивності агропромислового комплексу / [П. Т. Саблук, В. В. Зіновчук, Ю. Я. Лузан та ін.]. – К. : УАДУ, 2003. – 72 с.

15. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки) “Шляхом Європейської інтеграції”. – Офіц. вид. / [А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, С. Г. Бабенко та ін.]. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.

16. Юрко І. В. Комплекс експортного маркетингу системи споживчої кооперації України: методи та механізм реалізації : дис ... канд. екон. наук: 08.06.02 / Київський держ. торговельно-економічний ун-т / Юрко І. В. – К., 1999. – 184 с.

REFERENCES

1. Azarian, O. M. (2007), *Vnutrishnia torhivlia: reghional'ni aspekty rozvytku*, DonNUET, Donetsk; L'viv, 404 s.

2. Aliman, M. V. (2009), *Kooperatsiia i kooperatory: vyznachennia, aforyzmy, povchannia*, RVV PUSKU, Poltava, 175 s.

3. Andrijchuk, V. H. (1998), *Pidpriemnytstvo v ahrahnij sferi ekonomiky*, 2 nd ed, K., 514 s.

4. Apopij, V. V. (2007), *Vnutrishnia torhivlia ta APK Ukrainy: efektyvnist' vzaemodii*, Vydavnytstvo L'vivs'koi komertsijnoi akademii, L'viv, 368 s.

5. Babenko, S. H. (2003), *Transformatsiia kooperatyvnykh system u perekhidnij ekonomitsi*, Naukova dumka, K., 332 s.

6. Heiets' V. (2009), *Kryza ne til'ky rujnuie ...*, Visti Tsentral'noi spilky spozhyvchykh tovarystv Ukrainy. Dilovij vypusk, № 14-15, s. 9.

7. Helej, S. D. and Pastushenko, R. Ya. (2006), *Teoriia ta istoriia kooperatsii*, Znannia, K., 513 s.

8. Derzhavna tsil'ova prohrama rozvytku ukrain-s'koho sela na period do 2015 roku, zatverdzhena postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 19.09.2007 r. № 1158, available at: www.rada.gov.ua.

9. Dolishnij, M. I. Topikha, V. I. Buliuk, V. V. and Romanova, V. A. (2006), *Rynok prodovol'stva Ukrainy v aspektakh SOT*, MDAU, Mykolaiv, 222 s.

10. Zakon Ukrainy “Pro spozhyvchu kooperatsiiu”, available at: www.rada.gov.ua.

11. Zinovchuk, V. V. (1996), *Kooperatyvna ideia v sil'skomu hospodarstvi Ukrainy i SSHA*, 2nd ed, Lohos, K., 224 s.

12. Ostashko T., Voloschenko L. and Lienivova H. (2010), *Vnutrishnij ahroprodovol'chij rynek Ukrainy v umovakh SOT*, Kyiv, 208 s.

13. Pokaznyky hospodars'ko-finansovoi diial'nosti pidpriemstv i orhanizatsij spilok spozhyvchykh tovarystv oblastej za 2014 rik (2015), Ukrkoopspilka, K., 52 s.

14. Kooperatsiia v ahrahnij sferi vyrobnytstva, P. T. Sabluk, V. V. Zinovchuk, Yu. Ya. Luzan ta in. (2003), UADU, K., 72 s.

15. Stratehiia ekonomichnoho i sotsial'noho rozvytku Ukrainy (2004-2015 roky) “Shliakhom Yevropejs'koi intehratsii”: Ofits. vyd., A. S. Hal'chyn'skyj, V. M. Heiets', S. H. Babenko ta in. (2004), IVTs Derzhkomstatu Ukrainy, K., 416 s.

16. Yurko, I. V. (1999), *Kompleks eksportnoho marketynhu systemy spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy: metody ta mekhanizm realizatsii* : dys ... kand. ekon. nauk: 08.06.02 / Kyivs'kyj derzh. torhovel'no-ekonomichnyj un-t, K., 184 s.

УДК 657.1:330.1

Яремко І. Й.,

д.е.н., проф. кафедри обліку та аналізу, Національний університет "Львівська Політехніка", м. Львів

Пилипенко Л. М.,

к.е.н., доц. кафедри обліку та аналізу, Національний університет "Львівська Політехніка", м. Львів

ПОКАЗНИКИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ У ТРАНСМІСІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Наведено диспозицію показників фінансової звітності в системі інформаційного забезпечення механізмів макроекономічного регулювання економічних процесів, їх використання для організації державних та інституційних функцій створення нормальних умов ринкової економіки. Розкрито характер використання показників фінансової звітності підприємств національної економіки органами державної статистики та основними інститутами регулювання фінансово-економічних процесів. Сформульовано окремі аспекти адаптації обліково-звітних показників для макроекономічного управління. Доведено, що успішне функціонування системи обліку та фінансової звітності як соціального інституту залежить від відповідності сформованих у даних системах показників потребам різних груп користувачів.

Ключові слова: фінансова звітність, показники, інформаційна база, загальноекономічні процеси, регулювання, методи, механізми, державні органи, інститут.

Yaremko I. Yo.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Accounting and Analysis, National University "Lviv Polytechnic", Lviv

Pylypenko L. M.,

Ph.D., Associate Professor, Associate professor of the Department of Accounting and Analysis, National University "Lviv Polytechnic", Lviv

INDICATORS OF FINANCIAL REPORTING IN THE TRANSMISSION OF INFORMATIVE PROVISION OF MECHANISMS OF ECONOMY REGULATION

Abstract. A disposition of indicators of financial reporting in the system of informative provision of mechanisms of macroeconomic regulation of economic processes is showed, as well as their use for the organization of governmental and institutional functions for creation of normal market economy conditions. The character of use of indicators of financial reporting of national economy enterprises by state statistics and key institutions regulating financial and economic processes is revealed. Some aspects of adaptation of accounting and reporting indicators for macroeconomic management are formulated. It is proved that the successful functioning of the accounting and financial reporting systems as a social institution depends on compliance of indicators formed in these systems to the needs of different user groups.

Keywords: financial reporting, indicators, informative base, general economic processes, regulation, methods, mechanisms, state bodies, institute.

Постановка проблеми. Адміністративні та інституційні методи, будь-якого типу організаційно-економічні механізми управління й регулювання загальноекономічних процесів й використовуваний у них інструментарій базуються на об'ємному параметрі формалізованих фінансово-економічних і статистичних показників, неформалізованих індикаторів, у тому числі й щодо очікуваних змін в еко-

номії. З усієї сукупності даних в інформаційному полі переважають показники фінансової звітності підприємств. Окрім прямого використання звітності (безпосередньо державними органами в суто регулятивних процесах), існує також опосередкований вплив якості цих показників на державно-інституційні функції зі створення нормальних умов роботи ринкової економіки [1, с. 3]. Загалом аксіо-

мою є те, що ефективність, дієвість і результативність регулятивно-регламентаційних макроекономічних процесів значною мірою залежить від якості всієї сукупності базової інформації.

Концентрованою (синтезованою) формою виміру ефективності державних та інституційних механізмів є система національних рахунків (СНР), яка формує інтегральний показник вироблення валового внутрішнього продукту. Об'єктивність статистичної системи національних рахунків, призначеної не тільки встановлювати ефективність національної економіки, але й розкривати економічні процеси для аналізу і розроблення економічної політики на макрорівні, значною мірою залежить від якості й релевантності використовуваних показників фінансової звітності підприємств національної економіки всіх галузей та сфер економічної діяльності (базова вхідна інформація). Наведене формулює додаткові "вимоги до постановки обліку і звітності як документальної інформаційної бази СНР" [2, с. 11].

Реалізація державного стратегічного управління, спрямована на забезпечення ефективності суспільно-економічного відтворення національного багатства, обумовлює необхідність перегляду властивостей бухгалтерського обліку як складної відкритої системи в контексті інформаційного забезпечення потреб макроекономічного управління. Однією з властивостей бухгалтерського обліку є його адаптивність до вимог макроекономічного управління, яка створює передумови для гармонізації облікових систем на мікро- і макрорівнях [3, с. 9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає змогу зробити висновок, що дослідження і розкриття інституційної природи бухгалтерського обліку, рівня впливу якості й релевантності стандартизованих показників фінансової звітності на суміжні сфери державного регулювання є актуальним завданням економічної науки. Досліджуючи шляхи повернення довіри громадськості до корпоративної звітності, зарубіжні науковці С. А. Діпіаза і Р. Дж. Екклз відзначають, що "всі учасники ринку і регулювальні органи мають потребу у прозорій корпоративній звітності" [4, с. 11]. Таке ж позиціонування обліково-звітної системи визначається й у праці вітчизняних науковців П. І. Гайдуцького і В. М. Жука – "бухгалтерський облік є унікальним інститутом, що забезпечує порозуміння та керованість у соціально-економічних середовищах різних рівнів". Більше того, ними висувається гіпотеза, що показники фінансової звітності можуть об'єктивно виступати "вагомим підґрунтям для збалансування загрозливих для світової економіки "віртуальних бульбашок", утворених на основі маржинальних прогнозів й очікувань" [5].

У переважній більшості суто облікових досліджень релевантність показників обліково-звітної системи для "сфери державного регулювання торкається лише попутно, в силу того, що акцент серед широкого кола користувачів фінансової звітності традиційно ставиться на інвесторів, хоча з показниками звітності пов'язано багато процесів державного регулювання" [1, с. 3]. Виходячи з реального стану обліково-звітної системи, рівня її взаємозгод-

ження з іншими інституційними механізмами, окремі науковці, зокрема С. Ф. Легенчук, обґрунтовують, що "одним із шляхів розвитку бухгалтерського обліку слід визнати проведення міждисциплінарних і трансдисциплінарних досліджень, які дозволять вийти за "класичні" рамки дисципліни за рахунок залучення методологічного інструментарію інших наук, а також мультидисциплінарних методів" [6, с. 324]. Саме тому, як робить висновок М. М. Шигун, необхідність у "якісній зміні підходів до організації та функціонування бухгалтерського обліку як інформаційної системи актуалізує проблеми розробки сучасного модельно-методичного інструментарію для адаптації системи бухгалтерського обліку до змінюваних умов інформаційного забезпечення та підтримання процесів комплексного вирішення управлінських проблем" [7, с. 2].

Наведене зумовлює тематичний зміст досліджень багатьох науковців, якими обґрунтовується потреба інституційної гармонізації та інтеграції систем бухгалтерського обліку, зокрема з системою національних рахунків. Так, наприклад, М. Меломед, досліджуючи проблемні аспекти інтеграції бухгалтерського обліку і системи національних рахунків в Україні, робить висновок, що "найважливішим моментом координації двох інформаційних систем є усунення вад у звітності господарських одиниць" [2, с. 12]. Досліджуючи контекст зіставності й напрями гармонізації бухгалтерського обліку та системи національних рахунків, В. В. Травін робить висновок, що "основним з ключових етапів побудови цілісної системи даних, необхідної для забезпечення збалансованого розвитку економіки на всіх її рівнях, є гармонізація бухгалтерського обліку та СНР, яка б передбачала можливість оцінки елементів національного багатства через адаптацію елементів системи бухгалтерського обліку до вимог макроекономічного середовища" [3, с. 1]. Ураховуючи низку проблем у сучасному глобальному соціально-економічному середовищі щодо довіри та об'єктивності інформаційних потоків, спричинених ліберальними підходами до їх формування, можна дотримуватися погляду про крайню необхідність більш жорстких норм державного та інституційного регулювання фінансово-економічних процесів. Введення у практичну площину цих норм повинно, на наш погляд, споріднюватися з використанням більш формалізованої інформаційної бази, яка у своїй основі спирається на оприлюднені й підтвержені інститутом аудиту показники фінансової звітності.

Невирішена частина загальної проблеми адаптації системи обліку й звітності до сучасного суспільно-економічного середовища стосується його інституційного змісту, ролі й функцій сформованих і оприлюднених показників цих систем у різнопланових системах інформаційного забезпечення макроекономічних процесів.

Постановка завдання. Основним завданням даного дослідження є розкриття рівня відповідності показників публічної фінансової звітності підприємств потребам макроекономічного управління та інститутам регулювання фінансово-економічних про-

цесів, теоретичне обґрунтування розгляду системи бухгалтерського обліку та звітності як окремого інституційного утворення, формулювання окремих аспектів адаптації цих систем до соціально-економічних потреб.

Виклад основного матеріалу дослідження. Систему взаємопов'язаних показників фінансової звітності економічних одиниць будь-якої національної економіки можна об'єктивно розглядати інформаційною панеллю для багатьох сфер суспільно-економічної діяльності. Це пов'язано з тим, що "бухгалтерський облік є соціально-економічним інститутом, який створює передумови та одночасно накладає обмеження на дії і можливості у підприємстві" [8, с. 127]. Обліково-звітну систему в окремих дослідженнях визначають як "інститут соціально-економічного середовища, котрий забезпечує порозуміння та керуваність у цьому середовищі" [9].

Безперечно, таке позиціонування цієї системи передусім стосується її бази даних, яка використовується для формування загальної інформаційної трансмісії у механізмах регулювання загальноекономічних процесів (в узагальненому змісті термін "трансмісія" означає "передавальний механізм": в економічних дослідженнях витоки цього терміну йдуть від праць Дж. Кейнса, у яких подібний механізм прийнято розглядати через сукупність каналів або ланцюгів макроекономічних змінних, якими передаються впливи" [10, с. 24]; "механізм опосередкованого впливу певного роду імпульсів на макроекономічну рівновагу" [11, с. 24]).

Звітність як складова система управління на макро- і макрорівнях формувалася під впливом потреб відповідних соціально-економічних формацій, де виокремлюються основні користувачі відповідної інформації, що, як правило, здійснюють управління капіталом і забезпечують ефективність економічного розвитку окремих суб'єктів господарювання та суспільства в цілому [12, с. 94]. Функції й концептуальна спрямованість публічної фінансової звітності повинні бути адаптованими відповідно до запитів соціально-економічного середовища, враховуючи й те, що "норми бухгалтерського інституційного дискурсу відображають етнічні цінності соціуму в цілому та цінності певної суспільної групи, що утворює інститут" [13, с. 185]. При цьому важливим є те, що "з логічного погляду система національних рахунків цілком адекватна бухгалтерській техніці моделювання обігу господарських засобів ... проводки СНР відображають усі балансові зміни в активах і пасивах" [2, с. 12], а "національні рахунки будуються за відомою схемою бухгалтерських рахунків" [14, с. 5].

Крім використання показників фінансової звітності для цілей СНР, основними сферами державного регулювання, залежного від показників фінансової звітності, є оподаткування (база оподаткування, контроль і моніторинг податкових платежів), державна статистика, нормативна база інституцій із забезпечення умов для розвитку ринку, регулювання фондового ринку, антимонопольне законодавство і регулювання (контрольна функція), судова система (відображення на балансі власності, реор-

ганізація і ліквідація юридичних осіб, їх злиття і поглинання тощо). Для кожної зі сфер властиві свій характер використання даних фінансової звітності, методи агрегування і трансформації показників і вимоги до їх якості, об'ємності, змістовності.

Завдання бухгалтерського обліку залежать від сукупності інституційних запитів, які генеруються на основі взаємодії ціннісних детермінант (уявлення, знання, інтереси, мотиви, потреби), що формуються на теоретичному та функціональному рівнях економічної системи. Загалом "головна особливість вимог органів статистики і деяких інших сфер державного регулювання полягає в тому, що для їх задоволення необхідна не перебудова правил складання бухгалтерської звітності, а надбудова до існуючих правил" [1, с. 4]. Так, наприклад, у зарубіжних розробках [15] наводиться принциповий параметр додаткової інформації, яка міститься у публічній фінансовій (корпоративній) звітності, її використання та інтерпретація різними групами користувачів. До таких інформаційних джерел, зокрема, віднесено: пенсійний облік, умовні зобов'язання і зобов'язання інвестиційного характеру, розкриття інформації про управління ризиками, деривативи та інші фінансові інструменти. Тут окремо виділено „сегментний аналіз” (сегментна звітність), обґрунтування потреби в якому пов'язується з тим, що суспільно значимі компанії здійснюють різні види діяльності і на різних територіях, а тому для підвищення інформативності фінансової звітності необхідні більш детальні дані про роботу компанії на різних ринках для аналізу доходів від реалізації, прибутку та чистих активів окремих підприємств корпорації в розрізі їх географічного розташування [15, с. 174].

У контексті наведеного принагідно можна відзначити, що "важливим групуванням в СНР відповідно до ринкових критеріїв є групування за інституційними секторами економіки, при цьому інституційна одиниця використовує повний набір бухгалтерських рахунків" [2, 14]. Такого типу інформація використовується не тільки для цілей макроекономічного регулювання економіки, формування регіональних програм збору податків, але й на ринках капіталів та інвестицій для оцінки ймовірних ризиків і довгострокових перспектив компанії. Тому існують такі вимоги (наприклад, SSAP 25 "Звітність за сегментами") щодо додаткової інформації суспільно значимої компанії, які висуваються фондовими біржами, особливо стосовно зареєстрованих і крупних компаній.

Показники фінансової звітності у "класичному" розумінні повинні інформаційно забезпечити не тільки макроекономічне регулювання та управління економічними процесами, але і національні інститути з регулювання ринку цінних паперів, фондових ринків, діяльності операторів організації процесів у рамках недержавного пенсійного забезпечення. Проте "сучасний стан бухгалтерського обліку пасивів (капіталу, власності) характеризується: неузгодженістю у визначенні змісту бухгалтерського обліку капіталу; нерегульованістю методології бухгалтерського обліку та фінансової звітності пасивів" [16]. При цьому "спостерігається однобокий вплив формалізації бухгалтерських правил, втілених у норма-

тивних приписах, на всі сфери “облікового життя” – на практику його діяльності, на діяльність регулюючих і контролюючих організацій” [9, с. 16].

У сучасних умовах важливо виробити ринково орієнтовану концепцію обліково-звітної системи, зокрема парадигми максимально узгодженої з провідною на теперішній час вартісно-орієнтованою концепцією менеджменту. З точки зору інформаційного забезпечення цієї концепції базовим завданням обліку є об’єктивне встановлення вартості (ринкової чи максимально наближеної до неї) власного капіталу суб’єкта ринкової економіки, оцінивши всі його фінансово-матеріальні та інформаційно-інтелектуальні активи. Для цього система бухгалтерського обліку повинна бути забезпеченою адекватними методиками оцінки та принципами формалізації показників.

Даний аспект адаптації обліково-звітної системи важливий і для сучасних потреб макроекономічного управління: “система національного рахівництва є макроекономічним числовим відображенням кругообігу капіталу та доходів замкнутого господарського періоду, який побудований з використанням принципів агрегування та подвійного запису” [14, с. 3]. У деяких дослідженнях вважається, що мінімізація існуючих проблем повинна проходити “через впровадження єдиного підходу до класифікації активів на мікро- та макрорівнях, повинна відбуватися на основі тих положень стандартів фінансової звітності, в яких передбачена характеристика активів з позиції їх належності до ресурсів” [3, с. 10].

Вітчизняні економісти дотримуються погляду, що саме “відсутність даних обліку і статистики про стан національних сукупних активів (основний і фінансовий капітал, інтелектуальні, трудові та інші ресурси) мінус зовнішній борг, який відображається у пасивах національної балансової системи (системи фінансової звітності), не дозволяють економічній громадськості та органам державного управління повною мірою ідентифікувати кризові явища” [17, с. 19, 27].

Для використання формалізованих показників фінансової звітності базовою основою інформації ринковими інститутами передусім необхідна їх об’єктивізація, тобто така обґрунтована система релевантних за змістом і якісним наповненням показників, яка би задовольняла запити користувачів. Таке позиціонування фінансової звітності може бути забезпечене кардинальною зміною (капітальна реконструкція) методологічної основи обліку, формулюванням і розробкою адаптивних до економічних умов наукових концепцій щодо цієї системи, їх урахування в процесах міжнародної стандартизації. Узагальнено слід вказати, що така інформаційна система повинна мати достатній рівень формалізації й системності, бути узгодженою з дієвим у сучасній практиці ринковим інструментарієм.

Формулювання нового формату інституційного середовища, надання скоригованого змісту формальних і неформальних інститутів вимагають суттєвої адаптації до цих змін системи обліку та фінансової звітності як важливої складової інформаційно-аналітичного інструментарію управління і регулювання фінансово-економічних процесів. Най-

важливіші інститути, які формують інституційний простір, висувають низку вимог до зміни концептуально-методологічних засад обліково-звітної системи, основними з яких є наближення балансової вартості суб’єкта ринкової економіки до його ринкової оцінки, забезпечення можливостей оцінювання ефективності його функціонування за критерієм створеної вартості.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Успішне функціонування системи обліку та фінансової звітності як соціального інституту залежить від відповідності сформованих у даних системах показників потребам різних груп користувачів. При цьому важливо позиціонувати системи обліку і публічної звітності повноцінним соціально-економічним інститутом, а не інформаційною системою м’якої інфраструктури. Базові засади такого інституційного творення повинні бути контекстно узгодженими з методологією системи національних рахунків, принципами побудови сучасного ринкового механізму. Безперечно, найбільш проблемним аспектом становлення системи обліку є вирішення питань щодо відображення у цій системі та можливості репрезентації у фінансовій звітності інформаційно-інтелектуальної складової сучасного підприємства, людського потенціалу, вираженого виміром ефективності системи корпоративного управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Влияние внедрения Международных стандартов финансовой отчетности в Российской Федерации на смежные области государственного регулирования : материалы аналитического доклада рабочей группы Фонда “Национальная организация по стандартам финансового учета и отчетности” // Международный бухгалтерский учет. – 2006. – № 12 (96). – С. 3-9.
2. Меламед М. Про інтеграцію бухгалтерського обліку і системи національних рахунків в Україні / М. Меламед // Бухгалтерський облік і аудит. – 1994. – № 12. – С. 11-15; 1995. – № 1. – С. 8-11.
3. Травін В. В. Бухгалтерський облік і система національних рахунків: напрями гармонізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / В. В. Травін; Житомирський державний технологічний університет, 2010. – 21 с.
4. Дипиаза А. Будущее корпоративной отчетности: как вернуть доверие общества / Сэмюэл А. Дипиаза, Роберт Дж. Экклз; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 212 с.
5. Гайдуцький П. І. Роль бухгалтерського обліку в попередженні економічних криз / П. І. Гайдуцький, В. М. Жук // Економіка України. – 2012. – № 12. – С. 78-82.
6. Легенчук С. Ф. Бухгалтерське теоретичне знання: від теорії до метатеорії : монографія / С. Ф. Легенчук. – Житомир : ЖДТУ, 2012. – 336 с.
7. Шигун М. М. Розвиток теорії та методології моделювання системи бухгалтерського обліку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік,

аналіз та аудит / М. М. Шигун; Державна академія статистики, обліку та аудиту, 2010. – 37 с.

8. Петрук О. М. Розвиток національної системи бухгалтерського обліку в Україні: стратегія, гармонізація, регламентація : дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.06.04 / О. М. Петрук. – Житомир, 2006. – 336 с.

9. Жук В. М. Наукова гіпотеза трактування бухгалтерського обліку як соціально-економічного інституту / В. М. Жук // Облік і фінанси АПК. – 2012. – № 2. – С. 14-22.

10. Міщенко В. Монетарний трансмісійний механізм в Україні / В. Міщенко, А. Сомик // Вісник НБУ. – 2007. – № 6.

11. Алімпієв Є. В. Фінансова й монетарна трансмісія в економіці України / Є. В. Алімпієв // Фінанси України. – 2010. – № 5. – С. 23-30.

12. Кучеренко Т. Генезис функції і концепції фінансової звітності в системі управління / Т. Кучеренко // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2009. – № 3. – С. 94-104.

13. Семенишина Н. В. Бачення дефініції поняття “бухгалтерський облік” крізь призму інституційної теорії / Н. В. Семенишина // Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць ЛКА. – 2013. – Вип. 15. – С. 181-186.

14. Швець В. Г. Національне рахівництво – як інструмент макроекономічного аналізу / В. Г. Швець // Світ бухгалтерського обліку. – 1997. – № 2. – С. 3-11.

15. МакКензі В. Використання та інтерпретація фінансової звітності / Венді МакКензі ; [пер. з англ.; за наук. ред. Г. В. Григораш]. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 528 с.

16. Сопко В. В. Концепція бухгалтерського обліку пасивів (капіталу, власності) в управлінні підприємницькою діяльністю : автореф. дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / В. В. Сопко. – КНЕУ, 2008. – 33 с.

17. Дергачова В. Моніторинг національного розвитку як фактор економічної безпеки держави / В. Дергачова, М. Савельєв // Економіка України. – 2010. – № 1. – С. 19-28.

18. Хорин А. Н. Рыночно ориентированная финансовая отчетность: баланс корпоративного капитала / А. Н. Хорин // Бухгалтерский учет. – 2006. – № 15. – С. 39-44.

REFERENCES

1. Vlijanie vnedrenija Mezhdunarodnyh standartov finansovoj otchetnosti v Rossijskoj Federacii na smezhnye oblasti gosudarstvennogo regulirovanija : materialy analiticheskogo doklada rabochej grupy Fonda “Nacional'naja organizacija po standartam finansovogo ucheta i otchetnosti” (2006), Mezhdunarodnyj buhgalterskij uchet, № 12 (96), s. 3-9.

2. Melamed M. Pro intehratsiiu bukhholders'koho obliku i systemy natsional'nykh rakhunkiv v Ukraini, *Bukhhalters'kyj oblik i audyt* (1994), № 12, s. 11-15; (1995), № 1, s. 8-11.

3. Travin, V. V. (2010), *Bukhhalters'kyj oblik i systema natsional'nykh rakhunkiv: napriamy harmonizatsii : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. ekon. nauk : spets. 08.00.09 – bukhholders'kyj oblik, analiz ta audyt, Zhytomyrs'kyj derzhavnyj tekhnolohichnyj universytet*, 21 s.

4. Dipiazza A. and Robert Dzh. Jekklz (2003), *Budushhee korporativnoj otchetnosti: kak vernut' doverie obshchestva*, Al'pina Pabliher, M., 212 s.

5. Hajduts'kyj, P. I. and Zhuk, V. M. (2012), Rol' bukhholders'koho obliku v poperedzhenni ekonomichnykh kryz, *Ekonomika Ukrainy*, № 12, s. 78-82.

6. Lehenchuk, S. F. (2012), *Bukhhalters'ke teoretychne znannia: vid teorii do metateorii*, ZhDTU, Zhytomyr, 336 s.

7. Shyhun, M. M. (2010), Rozvytok teorii ta metodolohii modeliuvannia systemy bukhholders'koho obliku : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia doktora ekon. nauk : spets. 08.00.09 – bukhholders'kyj oblik, analiz ta audyt, Derzhavna akademiia statystyky, obliku ta audytu, 37 s.

8. Petruk, O. M. (2006), Rozvytok natsional'noi systemy bukhholders'koho obliku v Ukraini: stratehiia, harmonizatsiia, rehlementatsiia : dys. ... doktora ekon. nauk: spets. 08.06.04. – Zhytomyr, 336 s.

9. Zhuk, V. M. (2012), Naukova hipoteza traktuvannia bukhholders'koho obliku iak sotsial'no-ekonomichnoho instytutu, *Oblik i finansy APK*, № 2, s. 14-22.

10. Mischenko V. and Somyk A. (2007), Monetarnyj transmissijnyj mekhanizm v Ukraini, *Visnyk NBU*, № 6.

11. Alimpiiev, Ye. V. (2010), Finansova j monetarna transmisii v ekonomitsi Ukrainy, *Finansy Ukrainy*, № 5, s. 23-30.

12. Kucherenko T. (2009), Henezys funktsii i kontseptsii finansovoi zvitnosti v systemi upravlinnia, *Visnyk Ternopil's'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu*, № 3, s. 94-104.

13. Semenyshyna, N. V. (2013), Bachennia defynitsii poniattia “bukhhalters'kyj oblik” kriz' pryзму instytutsijnoi teorii, Torhivlia, komertsii, pidpriemnytstvo : zbirnyk naukovykh prats' LKA, vyp. 15, s. 181-186.

14. Shvets', V. H. (1997), Natsional'ne rakhivnyts'tvo – iak instrument makroekonomichnoho analizu, *Svit bukhholders'koho obliku*, № 2, s. 3-11.

15. MakKenzi V. (2006), *Vykorystannia ta interpretatsiia finansovoi zvitnosti*, Balans Biznes Buks, Dnipropetrovs'k, 528 s.

16. Sopko, V. V. (2008), Kontseptsii bukhholders'koho obliku pasyviv (kapitalu, vlasnosti) v upravlinni pidpriemnyts'koiu diial'nistiu : avtoref. dys. ... doktora ekon. nauk: spets. 08.00.09 – bukhholders'kyj oblik, analiz ta audyt, KNEU, 33 s.

17. Derhachova V. and Savel'iev M. (2010), Monitorynh natsional'noho rozvytku iak faktor ekonomichnoi bezpeky derzhavy, *Ekonomika Ukrainy*, № 1, s. 19-28.

18. Horin, A. N. (2006), Rynochno orientirovanaja finansovaja otchetnost': balans korporativnogo kapitala, *Buhgalterskij uchet*, № 15, s. 39-44.

Фомішина В. М.,

д.е.н., проф. кафедри зовнішньоекономічної діяльності, Херсонський національний технічний університет, м. Херсон

ДІАЛЕКТИКА ОБ'ЄКТИВНОГО І СУБ'ЄКТИВНОГО У ПЛАНУВАННІ ПРОГРЕСИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Анотація. В статті уточнено визначення поняття “розвиток економічних систем”, виділено певні його риси, характеристики та властивості. Враховуючи мету дослідження, встановлено, що між прогресом і регресом економічних систем існує складний багатосторонній зв'язок, а прогрес не є єдиною направленістю змін. Направленість позначено через поняття “мета”, яка поєднує елементи об'єктивного та суб'єктивного, стихійного та регульованого. Окреслено шляхи наближення дійсного стану кількісних та якісних параметрів економічної системи до бажаних і встановлено, що найважливішою передумовою можливості переходу системи з одного стану в інший у відповідності до вибраної траєкторії розвитку виступає планомірність, що розуміється як реалізація найкращого варіанта переходу від цільовизначення до цілереалізації.

Ключові слова: економічна система, розвиток, прогрес, мета, управління, планування.

Fomichsyna V. M.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Foreign Economic Activity, Kherson National Technical University, Kherson

DIALECTICS OF SUBJECTIVE AND OBJECTIVE IN PLANNING OF ECONOMIC SYSTEMS PROGRESSIVE DEVELOPMENT

Abstract. The article clarifies the definition “economic systems development”, highlights some of its features, characteristics and properties. Considering the aim of the research, it was established that there is a complex relationship between progress and regression of economic systems but progress is not the only direction of changes. Direction is determined through the concept of “purpose” which combines elements of objective and subjective, spontaneous and regulated. The article focuses on finding ways of approximation the actual state of quantitative and qualitative parameters of economic system to desired one; the most important precondition for the possible system transition from one state to another according to the chosen development trajectory is sustainability, which is understood as implementation the best variant of transition from the purpose determining to purpose implementation.

Keywords: economic system, development, progress, purpose, management, planning.

Постановка проблеми. В умовах нестабільного зовнішнього середовища і курсу на реформування економіки України актуальним залишається питання про сучасний стан, напрямки, джерела та мету подальшого суспільно-економічного розвитку, адже, лише правильно вибравши стратегічний напрямок розвитку і механізм його планомірної реалізації, можна побудувати економічно ефективне та соціально стійке суспільство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку економічних систем складають предмет інтересів чисельних вітчизняних і зарубіжних науковців. Значний внесок у дослідження цієї проблеми зробили такі вчені, як Башнянін Г.І., Благодетелева-Вовк С. Л., Єрохін С. А., Клаус Г., Лук'яненко Д. Г., Папава В., Пахомов Ю. М., Петрушенко В. А., Томас В., Далаймі М., Дарешвар А., Філі-

пенко А. С., Черняк Ю. І. та ін. Попри вагомий внесок науковців у вирішення проблеми, планування розвитку економічних систем залишається актуальним напрямком наукового пошуку та вимагає подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідити та уточнити теоретико-методологічні підходи до визначення поняття “розвиток економічних систем”, встановити роль планування в діалектиці об'єктивного та суб'єктивного у процесі розвитку і визначити механізм його прикладного застосування, оскільки наукова доктрина суспільного розвитку складає підґрунтя для практичних дій урядів, що проводять планомірну, цілеспрямовану політику щодо соціально-економічного розвитку та економічного зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Іманентною рисою економічної системи є її розвиток. Наукове поняття “розвиток економічних систем” тісно пов’язане із змістовно близькими до нього категоріями, такими, як економічне зростання, суспільний прогрес, зміни, рух, еволюція, і т.п. [1]. Так, на органічну єдність понять “рух” і “розвиток” вказує С. А. Єрохін: “Перше як засіб існування матерії, її невід’ємний атрибут являє собою зміну взагалі. Розвиток же – це особливий тип руху, що характеризує прогресивний характер взаємодії речей” [2, с. 35]. Отже, серцевину розвитку становлять об’єктивні перманентні зміни, тобто рух від одного якісного стану до іншого.

Український дослідник, визнаний авторитет у галузі розвитку економічних систем А.С. Філіпенко справедливо зазначає, що поняття “розвиток економічних систем” можна розкрити, не лише висвітлюючи різні аспекти власне даного процесу, але і порівнюючи економічний розвиток із близькими категоріями, такими, як: прогрес, еволюція, модернізація, зростання [9, с. 70-72]. Автор зазначає, що найпоширенішою помилкою є ототожнення економічного розвитку та економічного зростання, і, опираючись на тези Й. Шумпетера, доходить до висновку, що “економічний розвиток є не просто розширенням виробництва, а його ускладненням, диференціацією... Він означає не що інше, як систематичне й довготривале та масове поліпшення матеріальних і духовних умов життя людей на основі зростання продуктивності праці й капіталу” [9, с. 82].

Аналіз існуючих підходів у сучасній економічній літературі щодо дослідження розвитку економічних систем дозволяє виділити такі його риси, характеристики та властивості.

Розвиток – необоротна, направлена, закономірна зміна матеріальних і ідеальних об’єктів [10, с. 562-563]. Використання наведених характеристик дозволяє конкретизувати визначення змісту поняття “розвиток економічної системи”.

По-перше, необоротність змін визнається як традиційним, так і посттрадиційним підходом. Водночас ця теза може бути піддана сумніву, оскільки невід’ємною рисою змін в економічній системі є чергування прогресивних та регресивних їх напрямків, особливо на відносно коротких часових інтервалах. Функціонування економічної системи – складний процес, на який впливають у кожен момент часу чисельні чинники. Вони можуть як міститися всередині самої системи (структурні її елементи), так і знаходитись поза її межами (взаємодія економічної системи з іншими системами). Сукупна дія чинників супроводжується як прогресом всієї системи в цілому, її окремих елементів, структури, так і їх регресом. Прогрес – рух вперед – тип, напрямку розвитку, що характеризується переходом від нижчого до вищого, від менш досконалого до більш досконалого. Його економічний зміст складають процеси вдосконалення як самої системи, так і її елементів, що супроводжується зростанням ефективності її функціонування. Регрес – тип розвитку, для якого характерним є перехід від вищого до нижчого, його зміст складають процеси

деградації, зниження рівня організації, втрати здатності до виконання тих чи інших необхідних функцій.

Між прогресом і регресом існує складний багатосторонній зв’язок; з одного боку, окремі регресивні зміни можуть відбуватися в межах загального прогресивного розвитку системи; з іншого, – при наростанні регресивних змін системи в цілому її окремі складові можуть зберігати прогресивні напрямки розвитку [10, с. 575]. Ці теоретичні істини осмислювалися вченими протягом тривалого часу, і лише наприкінці 80-х років ХХ ст. було поставлено питання про закономірно поступальний характер економічного розвитку. Нині дослідження діалектики прогресивного та регресивного в економічному розвитку актуалізується. Зокрема, А.С. Філіпенко зазначає, що “телеологічна гегельянська концепція, підхоплена марксистом, експлуатувала войовничу ідею поступального розвитку та прогресу. Однак, лінійність економічного розвитку й неухильного прогресу – глибока утопія, процес ірраціональний у тривалій історичній протяжності” [9, с. 42]. Історичний досвід більшості країн свідчить як про переважання хвилеподібного циклічного розвитку, так і про можливість тривалого “тупцювання на місці” (Аргентина, Бразилія, Мексика тощо). Тривала соціально-економічна криза в постсоціалістичних країнах повернула їх розвиток у зворотному напрямку; і до нинішнього часу багато з них, у т.ч. Україна, не досягли докризового рівня ВВП.

По-друге, закономірності й випадковості розвитку. Згідно із загальнофілософським визначенням відсутність закономірності характеризує випадкові процеси. Традиційний підхід визнає, що загалом випадковість, яка виражає неістотні, нестійкі, одиничні зв’язки і відносини, іманентна для економічного процесу. На економічні зміни у будь-якій країні впливають такі чинники, як історичні традиції, менталітет народу, прихід до влади тих чи інших сил, окремих особистостей, природні катаклізми та ін., що виступають як випадковості, тому знання останніх важливо для системного розуміння розвитку. Проте в більшості країн на тривалих проміжках часу закономірними є такі соціально-економічні зміни, як перехід від нижчого ступеня розвитку до вищого, вичерпання екстенсивних джерел розвитку та їх заміна інтенсивними, різні темпи розвитку окремих галузей, зростання ролі людського фактора, соціалізація економіки, поширення міжнародних зв’язків та ін. Разом із тим, закономірність та випадковість взаємопроникають та взаємозумовлюють одна одну. Як справедливо зазначають автори монографії “Эволюционная теория экономических изменений”, економічні системи в кожен даний момент часу “мають певні потенційні можливості та правила прийняття рішень. Ці можливості та правила змінюються з плином часу як внаслідок цілеспрямованих зусиль, направлених на вирішення завдань, що стоять, так і внаслідок випадкових явищ” [5, с. 20]. У процесі економічного розвитку зростає роль закономірності та відповідно зменшується, хоча не зникає остаточно, значення випадковості (традиційний системний підхід). На-

впаки – синергетичний підхід до розвитку розвінчує ідеї про незначний вплив випадковостей в історичному розвитку.

По-третє, направленість змін, яка характеризується єдиною, внутрішньо взаємозв'язаною лінією. Направленість розвитку згідно з сучасними філософськими підходами об'єктивна, матеріальна. В економічній системі та науці вона позначається через поняття “мета”. Мета розвитку – усвідомлена та свідомо виражена направленість розвитку. За своєю природою це функціональне явище, яке полягає в направленості процесу розвитку на досягнення певного результату, необхідного для функціонування самої системи. Сутність та зміст мети поєднує елементи об'єктивного та суб'єктивного: внаслідок зумовленості матеріальними чинниками вона об'єктивна, а внаслідок необхідності усвідомлення в той же час суб'єктивна. Це означає, що зміст мети залежить, зокрема, від рівня розвитку пізнання. Тому тією чи іншою мірою можлива нетотожність між сутністю направленості та її ідеальним втіленням – метою.

Направленість змін в економічній системі орієнтує розвиток суспільного виробництва; розвиток виробництва за своєю природною сутністю служить задоволенню потреб людей. Є підстави вважати, що направленість розвитку є як внутрішнім чинником зміни самої поведінки системи, так і чинником, що зумовлює її фактичний стан. Більше того, оскільки направленість розвитку економічної системи прямо визначається інтересами певних суб'єктів, що виражають інтереси або окремих груп суб'єктів, або суспільства в цілому, в самій направленості міститься передбачувана поведінка системи у вигляді потреб, заради яких буде функціонувати економічна система і які будуть задоволені в заключній фазі її функціонування. Якщо для традиційного підходу характерна єдина однонаправлена лінія розвитку, то для синергетичного – багатоваріантність та альтернативність напрямків розвитку. Визначним фактором вибору напрямку змін є точка біфуркації.

Оскільки визначений розвиток об'єкта взагалі поєднує всі перераховані риси, то їх поєднання притаманне і для розвитку економічної системи. Використання цього загальнофілософського підходу, а також попереднього визначення економічної системи дозволяє конкретизувати сутність та зміст поняття “економічний розвиток”.

Основою розвитку як у традиційному, системному підході, так і в сучасному синергетичному є кількісні та якісні зміни в структурі та змісті економічної системи. Ці зміни призводять спочатку до незначних, а потім і корінних зсувів у сутності економічної системи. Проте у всіх випадках зазначені зміни не є безмежними кількісно та якісно. Допустимими є тільки такі зміни, які не позбавляють систему її якісної визначеності, її природи, зберігають її цілісність; зміни станів не повинні порушувати стабільність системи. Тобто для змін та зсувів притаманна так звана інваріантність (те постійне, що залишається в системі при її змінах) – одна з найважливіших характеристик економічної систе-

ми, досить давно виділена та досліджувана науковцями [8, с. 70], інакше економічна система просто перестала б існувати. Стан, при якому зміни, що відбуваються, мають межу, не підривають стабільного стану системи, отримав назву динамічної стійкості.

Загальновідомою рисою стійкості є відносність: з філософської точки зору стійкість систем – це така єдність кількісних і якісних характеристик систем, яка за кількісних змін не дозволяє їй переходити межі якісної визначеності. Заслужує на увагу визначення стійкості в кібернетиці, під яким розуміють “...стійкість не абсолютну, яка в дійсності не існує, а відносну – кінцеву в часі, локальну; стійкість відносно певного параметру, групи параметрів системи” [8, с. 105]. Параметри системи в природних системах задані об'єктивно, а в сучасних економічних – можуть бути задані свідомо, суб'єктивно.

Наближення дійсного стану кількісних та якісних параметрів економічної системи до бажаних завжди передбачає виникнення та вирішення суперечності між стійкістю та змінністю, між об'єктивним та суб'єктивним, між стихійним та регульованим.

Збереження якісної визначеності, стійкості економічної системи за таких постійних змін означає, що вона повинна мати механізм регулювання, усунення неминучих неузгоджень та суперечностей. Оскільки економічна система є єдністю об'єктивного та суб'єктивного, то загальний механізм регулювання також містить як елементи саморегулювання (об'єктивного), так і свідомого втручання (суб'єктивного) в протікання економічних процесів.

Іншими словами, з одного боку, мова йде про те, що економічна система – саморегулююча, самоорганізована система; незважаючи на постійні зміни, в процесі розвитку вона зберігає основні системоутворюючі характеристики та елементи. На це вказував, зокрема, ще Д. Черников, виділяючи три типи саморегулювання, притаманні складним економічним системам: самозбереження, саморозвиток та самовідтворення [11, с. 79]. Взаємодіючи, ці типи регулювання забезпечують спонтанне упорядкування стійких відносин і зв'язків системи, упорядкування нестійких відносин і зв'язків системи, які проявляються в різних умовах існування системи.

З іншого боку, хоча саморегулювання – визначальний і об'єктивний спосіб організації будь-яких матеріальних живих і неживих систем, у розвитку економічної системи він є не єдиним. На певному історичному етапі вирішальну роль починає відігравати осмислена організація, управління розвитком. Саморегулювання за певних умов у принципі здатне наближати систему до бажаних параметрів. Проте коли ці умови змінюються або потрібне прискорене наближення до бажаних параметрів, необхідне додаткове втручання, тобто задіяння суб'єктивного фактора розвитку.

Економічний розвиток може здійснюватися без участі людини, це ототожнює його з розвитком природи і природних систем. Розвиток економічної

системи, як і природної, – об’єктивний процес, що протікає незалежно від волі та свідомості людей. Суб’єкти не можуть ні створювати, ні відмінити закони економічного розвитку.

Водночас, визнаючи об’єктивний характер розвитку, не можна недооцінювати ролі суб’єктивного фактора. Нині не виникає питання, чи залежить розвиток від свідомості та волі суб’єктів; вони можуть пізнавати та використовувати закони та закономірності в своїх інтересах, прискорюючи (або гальмуючи) хід економічного розвитку. Тобто мова йде про те, що розвиток систем є вічним і в цьому плані об’єктивним, він не залежить від волі та свідомості людей, але проявлятися може в одних умовах стихійно, а в інших – не стихійно, через свідому організовану в масштабах суспільства економічну діяльність. В обох випадках економічна система рухається в напрямку заданих (об’єктивно чи суб’єктивно) параметрів, які і складають мету розвитку.

Процес досягнення бажаних параметрів економічної системи пов’язується з метою економічного розвитку. Оскільки економічна система – це єдність природного, економічного, соціального та технічного начал, тобто об’єктивного та суб’єктивного, то мета економічного розвитку також є єдністю об’єктивного та суб’єктивного. З одного боку, об’єктивність мети розвитку полягає в тому, що “природа не ставить ніяких цілей, навіть органічних. Природні системи можуть настроюватись на певну постійну величину або на певний взірць функціонування. І ця постійна величина або взірць функціонування можна в такому випадку назвати метою” [3, с. 323]. З іншого боку, суб’єктивність – у тому, що в процесі економічного розвитку люди здійснюють свою свідому мету, постановка котрої передує будь-якій економічній діяльності. Тобто, хоча економічний розвиток не залежить від волі й свідомості людей і держава не може скасувати об’єктивний його характер, проте, знаючи умови, які найбільше відповідають їх вимогам, може створювати передумови для прогресивного розвитку законів шляхом зміни умов. Це досягається шляхом державного управління. Отже, економічний розвиток є незалежний від свідомості, але є залежний від свідомої діяльності людей.

Управління сприяє переходу системи до стану, найближчого до бажаного. У світлі сутності економічної системи управління можна охарактеризувати як максимально можливе доведення системи до заданого стану, тобто як подолання відмінностей між бажаним та дійсним станом системи. Власне управління полягає у прагненні перетворення бажаного стану в дійсність.

Якщо метою та спонукальним мотивом управління розвитком є приведення системи до бажаного стану, а причиною, яка породжує управління, є неузгодженість, неспівпадіння дійсного та бажаного станів, то сутністю процесу управління є подолання щоразу виникаючої суперечності між стійкістю та змінністю.

Осмислена організація та управління економічним розвитком є досяжними тільки за умови ви-

бору реальних, досяжних, зрозумілих цілей розвитку. Однак ринковий механізм не здатен сам по собі задати цілі регулювання і тому потребує підкріплення регулюючим впливом держави. В такому випадку процес регулювання економічної системи здійснюється у два етапи: розробка програми та власне регулювання [4, с. 96]. На етапі регулювання вибрана бажана конкретна мета майбутнього, розвитку економіки починає реалізуватися в фактичному функціонуванні цієї системи. Інакше кажучи, відбувається реалізація, втілення наміченої проєкції.

Такий розвиток носить уже не вірогідний, а планомірний характер: із чисельності можливих варіантів переходу дійсним стає найбільш доцільний. А значить, найважливішою передумовою можливості переходу системи з одного стану в інший у відповідності до вибраної траєкторії розвитку виступає планомірність. Планомірність у даному випадку розуміється як реалізація найкращого варіанта переходу від цільовизначення до цілереалізації й можлива лише в певному часовому інтервалі [7, с. 95].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Проведене дослідження визначення економічного розвитку дозволяє зробити такі висновки.

1. Економічний розвиток – необоротна (або оборотна), однонаправлена (або різнонаправлена), закономірна (або випадкова) зміна у змісті, направленості, організації економічної діяльності людей.

2. В історичному контексті на тривалих проміжках часу будь-яка економічна система є економікою зростання, прогресу. На короткострокових часових інтервалах періоди економічного прогресу можуть перериватись (а можуть і не перериватись) регресивними змінами, зміст яких складають процеси деградації, зниження рівня організації, втрати здатності до виконання тих чи інших необхідних функцій.

3. Економічна система – саморегулююча, самоорганізована система. Самоорганізованість та організованість сучасних економічних систем зростає внаслідок зростання ролі держави. Враховуючи роль держави в сучасній економіці, обґрунтовується поява ще одного, п’ятого (поряд із землею, працею, капіталом, підприємництвом) фактора економічного розвитку – економічної здатності держави [6, с. 38], яка забезпечує планомірність розвитку – реалізацію найкращого варіанта переходу від цільовизначення до цілереалізації.

Подальші дослідження передбачають пошук механізму державного управління, що оптимально поєднує як елементи саморегулювання (об’єктивного), так і свідомого втручання (суб’єктивного) в протікання економічних процесів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Благодетелева-Вовк С. Л. Про суть понять “економічний розвиток” та “економічне зростання” [Електронний ресурс] / С. Л. Благодетелева-Вовк. –

Режим доступу: <http://excolver.narod.ru/Article/Ecotheory/ecterms.html>. – 21.10.2012.

2. Єрохін С. А. Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічний аспект) : монографія / С. А. Єрохін. – К. : Світ знань, 2002. – 528 с.

3. Клаус Г. Кибернетика и философия / Г. Клаус. – М. : Издательство иностранной литературы, 1963. – 532 с.

4. Моделювання економічної динаміки : навчальний посібник / Г. В. Лавінський, О. С. Пшенишнюк, С. В. Устенко, О. Д. Шарапов. – К. : Атіка, 2006. – 276 с.

5. Нельсон Р. Эволюционная теория экономических изменений / Р. Нельсон, С. Уинтер. – М. : ЗАО “Финстатинформ”, 2000. – 474 с.

6. Папава В. Роль государства в современной экономической системе / В. Папава // Вопросы экономики. – 1993. – №11. – С. 21-28.

7. Пахомов Ю. М. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі / Ю. М. Пахомов, Д. Г. Лук'яненко, Б. В. Губський. – К. : Україна, 1997. – 237 с.

8. Петрушенко Л. А. Принцип обратной связи / Л. А. Петрушенко. – М. : Мысль, 1967. – 276 с.

9. Філіпенко А. С. Економічний розвиток сучасної цивілізації : навч. посіб. / А. С. Філіпенко. – К. : Знання, 2006. – 316 с.

10. Философский энциклопедический словарь / Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов; [гл. ред. Л. Ф. Ильичев]. – М. : Советская энциклопедия, 1983. – 836 с.

11. Черников Д. А. Темпы и пропорции экономического роста / Д. А. Черников. – М. : Экономика, 1982. – 224 с.

2. Yerokhin, S. A. (2002), *Strukturna transformatsiia natsional'noi ekonomiky (teoretyko-metodolohichnyj aspekt)* [The structural transformation of the national economy (theoretical and methodological aspect)], Svit znan', Kiev, Ukraine.

3. Klaus, G. (1963), *Kibernetika i filosofija* [Cybernetics and philosophy], Moscow, Russia.

4. Lavins'kyj, H. V. Pshenyshniuk, O. S. Ustenko, S. V. and Sharapov, O. D. (2006), *Modeliuvannia ekonomichnoi dynamiky* [Modelling economic dynamic], Atika, Kiev, Ukraine.

5. Nel'son, R. and Uinter, S. (2000), *Jevoljucionnaja teorija jekonomicheskikh izmenenij* [Evolutionary Theory of Economic Changes], Finstatinform, Moscow, Russia.

6. Papava, V. (1993), “The state's role in the modern economic system”, *Voprosy jekonomiki*, vol. 11, pp. 21-28.

7. Pakhomov, Yu. M. Luk'ianenko, D. H. and Hubs'kyj, B. V. (1997) *Natsional'ni ekonomiky v hlobal'nomu konkurentnomu seredovyschi* [The national economy in the global competitive environment], Kiev, Ukraine.

8. Petrushenko, L. A. (1967), *Princip obratnoj svjazi* [Feedback principle], Moscow, Russia.

9. Filipenko, A. S. (2006), *Ekonomichnyj rozvytok suchasnoi tsyvilizatsii* [Economic development of modern civilization], Znannia, Kiev, Ukraine.

10. Il'ichev, L. F., Fedoseev, P. N., Kovalev, S. M. and Panov, V. G. (1983), *Filosofskij jenciklopedicheskij slovar'* [Philosophical Encyclopedic Dictionary], Sovetskaja jenciklopedija, Moscow, Russia.

11. Chernikov, D. A. (1982), *Tempy i proporcii jekonomicheskogo rosta* [The rates and proportions of economic growth], Jekonomika, Moscow, Russia.

REFERENCES

1. Blahodietielieva-Vovk, S. L. (2012), “About the essence of the concepts of “economic development” and “economic growth””, [Online], available at: <http://excolver.narod.ru/Article/Ecotheory/ecterms.html>. (Accessed 21 November 2012).

Домбик О. М.,
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

ОБЛІК ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація. У статті досліджено систему обліку витрат основної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання. Визначено переваги та недоліки застосування сучасних методів обліку витрат і калькулювання собівартості на досліджуваних підприємствах. Рекомендовано реєстри обліку витрат, що дають можливість формувати належну інформацію для прийняття управлінських рішень. Запропоновано напрями ефективної організації та вдосконалення чинної методики обліку витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу як інформаційної складової системи управління. Запровадження до діючої системи обліку пропозицій із її вдосконалення дасть можливість підвищити ефективність цілісної системи управління та, відповідно, бізнесу.

Ключові слова: облік, витрати, калькулювання, центр витрат, система управління, готельно-ресторанний бізнес.

Dombyk O. M.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

COST ACCOUNTING OF ACTIVITIES OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS ENTERPRISES: ORGANIZATIONAL AND METHODOLOGICAL ASPECT

Abstract. The article contains the research of the basic costs accounting system of enterprises of hotel and restaurant business in the current economic conditions. The advantages and disadvantages of the use of modern methods of cost accounting and costing at the enterprises are determined. The cost accounting registers that enable to form appropriate information for decision-making are recommended. The directions of effective organization and improvement of current methods of cost accounting of hotel and restaurant business enterprises as a part of an informational management system are proposed. The introduction to the current accounting system the proposed improvements, will enable to increase the effectiveness of an integrated management system and therefore business.

Keywords: accounting, cost, calculation, cost center, management system, hotel and restaurant business.

Постановка проблеми. Діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних кризових умовах господарювання зумовлює об'єктивну необхідність постійного контролю за оптимізацією витрат основної діяльності, що є важливим аспектом ефективності системи управління. Це вимагає постійного вдосконалення обліково-аналітичного інформаційного забезпечення системи управління інформацією про понесені витрати з метою пошуку оптимальних і ефективних методів управління.

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що чинна система обліку витрат і калькулювання собівартості діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу не в змозі задовольнити вимоги системи управління щодо оперативного та достовірного інформаційного забезпечення про суми понесених витрат, що потребує комплексного вдосконалення облікового забезпечення системи управління як головної інформаційної складової діяльності в сучасних умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання обліку витрат на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу в своїх працях досліджували З. А. Балченко, П. С. Безруких, Г. С. Дергільова [3], Г. І. Зима [5], Ю. В. Карпенко [6], С. Я. Король [7], П. О. Куцик [8], Л. І. Коваль [8], Ю. А. Маначинська [13], В. О. Озеран, О. М. Чабанюк [18], Л. М. Янчева [20, 21] та інші. Проте слід відзначити, що на даний час залишаються невирішеними певні проблемні аспекти системи обліку витрат основної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Постановка завдання. Запропонувати напрями вдосконалення системи обліку витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу як інформаційної складової системи управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Облік витрат основної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу здійснюється відповідно до норм П(С)БО 16 "Витрати" [16] і Мето-

дичних рекомендацій щодо впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування і побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами [14]. За результатами проведеного дослідження виявлено існуючі недоліки та запропоновано напрями вдосконалення теоретико-методичних і практичних аспектів системи обліку досліджуваних підприємств.

Г. І. Зима пропонує для забезпечення ефективності системи управління витратами підприємств готельно-ресторанного бізнесу таку послідовність:

- обґрунтувати класифікацію витрат із урахуванням особливостей господарської діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- виокремити калькуляційні одиниці;
- визначити метод калькулювання;
- вибрати базу розподілу непрямих витрат;
- розрахувати собівартість калькуляційної одиниці [5, с. 53].

Слід відзначити, що витрати підприємств готельно-ресторанного бізнесу залежать від виду послуги: розміщення (проживання) у готелі та харчування у ресторані. Відповідно, витрати досліджуваних підприємств поділяються на витрати виробництва (надання послуг із проживання та харчування), що відносять до собівартості реалізованих послуг, і витрати операційної діяльності.

Л. М. Янчева пропонує встановити перелік об'єктів обліку витрат за двома групами: до першої групи відносять центри витрат і місця виникнення витрат, центри відповідальності, а до другої групи – об'єкти витрат, які є носіями витрат, під якими слід розглядати види продукції різного ступеня готовності та види послуг, що реалізуються [21].

На підприємствах готельно-ресторанного бізнесу витрати класифікуються одночасно за статтями калькуляції та частково за економічними елементами. Групування витрат за калькуляційними статтями відображає їх склад у залежності від напряму витрат і місць їх утворення [6]. Відповідно до П(С)БО 16 “Витрати” перелік і склад статей виробничої собівартості (перелік фіксується в калькуляційній картці) самостійно встановлюються з урахуванням специфіки надання основних і додаткових послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

На думку О. М. Чабанюк, калькулювання – це основний метод системи обліку для підрахунку собівартості послуг, який дає змогу сформулювати ціну та ефективніше управляти господарською діяльністю [18].

Л. М. Янчева стверджує, що науково обґрунтоване визначення об'єктів калькулювання є обов'язковою умовою достовірності результатів, що є необхідним для пошуку резервів зі зниження собівартості основних та додаткових послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу [21].

П. О. Куцик вважає: собівартість – синтезований показник, що узагальнює інформацію про витрачання матеріальних, природних, трудових і інших ресурсів на створення кінцевого продукту [12, с. 246].

Вибір об'єктів калькулювання повинен здійснюватися з огляду на облікові ознаки та бути пов'язаним із групуванням витрат в аналітичному обліку. Крім того, з метою надання системі менеджмен-

ту необхідної інформації для прийняття управлінських рішень вибір об'єктів калькулювання повинен забезпечувати належний контроль за використанням ресурсів та величиною прямих затрат, накладних затрат, за обґрунтованим розподілом непрямих витрат на об'єкти калькуляції, за порівнянням складових планової та фактичної собівартості.

Для готелю об'єктом калькулювання є вид послуг або вид діяльності, які потребують визначення пов'язаних із їх наданням (виконанням) витрат [18]. На думку О. М. Чабанюк, вибір об'єктів калькулювання повинен здійснюватися з огляду на облікові ознаки та бути пов'язаним із групуванням витрат в аналітичному обліку [18].

Відповідно, калькуляційною одиницею у готельному підрозділі є готельна послуга. Результати дослідження дають підстави стверджувати, що на практиці формування цін на номери різної категорії встановлюється без відповідного економічного обґрунтування, тобто калькулювання вартості послуги у більшості випадків не проводиться. Інші підприємства при калькулюванні вартості готельної послуги беруть за основу диференціацію вартості за категорією номера. Її основу складають відповідні коефіцієнти середньої вартості однієї доби розміщення. На нашу думку, така методика не враховує змін в економіці та національного стандарту України “Класифікація готелів” та типів зірковості суб'єктів дослідження.

Залежно від різновиду послуг, які надаються у готелі, об'єктами калькулювання можуть бути: одна ліжка-доба; один номер (комплекс номерів); за окремими процесами, видами послуг і центрами відповідальності.

Калькуляційна картка у ресторанному закладі призначається для встановлення ціни окремо на кожну страву (виріб). Для більш точного визначення ціни однієї страви калькуляція може складатися з розрахунку вартості сировини на 100 порцій [8, с. 145]. У картці зазначається найменування страви, її номер за збірником рецептур (якщо це фірмова страва, то інформація береться з технологічної карти), вихід у грамах, перелік видів сировини в кількості на 100 порцій. У подальшому проставляються продажні ціни сировини за одиницею маси або за штуку (враховуючи рівень націнки, що залежить від категорії ресторанного закладу).

Результати дослідження показують, що на даний час розрахунок собівартості продукції власного виробництва у ресторанних закладах підприємств готельно-ресторанного бізнесу не здійснюють. На практиці у більшості випадків застосовується один із двох методів калькулювання відпускної ціни:

- до вартості сировинного набору страви додається націнка;
- націнка додається до кожного компонента сировини [21].

Незважаючи на обраний метод розрахунку, в калькуляції визначається вартість набору сировини. Підставою є продажна ціна страв і норми вкладення сировини, встановлені діючими збірниками рецептур (власними технологічними картами). Згідно з нормативами збірників рецептур, де нормою зак-

ладки передбачено різний вихід готової продукції, вартість сировини на першому етапі розраховують на різну калькуляційну одиницю. На другому етапі встановлюють вартість набору сировини в розрахунку на одну порцію, враховуючи вихід певного виду страви. Процедура калькулювання ціни на продукцію, що реалізовується у ресторани, завершується підбиттям підсумку вартості нормативних сировинних компонентів страви (якщо вартість сировинного набору визначається за купівельними цінами) з додаванням торговельної націнки та суми податку на додану вартість.

За результатами проведеного дослідження для документального забезпечення калькулювання собівартості готельних послуг нами запропоновані калькуляційні картки, які враховують особливості діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та дозволяють розраховувати виробничу та повну собівартість наданих готельних послуг, є підставою для визначення сум відхилень фактичної собівартості від планової як за центрами відповідальності та центрами витрат, так і за статтями калькуляції. Застосування таких первинних документів дозволить підвищити рівень інформаційного забезпечення в управлінні витратами досліджуваних підприємств.

Для калькулювання послуг, що надаються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, доцільною є виробнича собівартість, яка включає в себе прямі й непрямі витрати.

Прямі витрати – витрати, пов'язані з розміщенням і обслуговуванням клієнтів готелю, номерного фонду готелю та ресторану; непрямі – витрати допоміжних структурних підрозділів, пов'язаних із функціонуванням готельно-ресторанного комплексу в цілому [13].

Г. І. Зима, Н. І. Самбурська під непрямыми витратами розглядають загальновиробничі витрати, пов'язані з обслуговуванням, утриманням та забезпеченням роботи всіх виробничих підрозділів готелю [5, с. 56].

Ю. А. Маначинська стверджує, що загальновиробничі витрати підприємств готельно-ресторанного бізнесу – це витрати, пов'язані з формуванням декількох видів готельного продукту, тому їх розподіляють по об'єктах обліку шляхом розподілу загальної суми в кінці звітної періоду [13].

З. А. Балченко наголошує, що загальновиробничі витрати підприємств пов'язані з формуванням декількох видів готельних продуктів, які слід поділяти на постійні та змінні:

- змінні витрати – змінюються разом зі зміною обсягу наданих послуг та включаються до виробничої собівартості готельних послуг у повному обсязі в момент їх виникнення;

- постійні витрати – це витрати, абсолютна величина яких із збільшенням (зменшенням) обсягів наданих послуг суттєво не змінюється та які включаються до виробничої собівартості готельних послуг тільки в сумі постійних розподілених загальновиробничих витрат.

С. Я. Король вважає, що непрямі витрати не слід розподіляти на змінні та постійні, а пропонує здійснювати групування за видами послуг, що надаються підприємствами готельно-ресторанного біз-

несу [7, с. 100]. Обґрунтувати таку позицію можливо тим, що всі прямі виробничі витрати в кінці місяця мають бути закритими, оскільки специфіка їх діяльності не передбачає незавершеного виробництва.

Відповідно до чинного законодавства непрямі витрати готельно-ресторанних комплексів, пов'язані з основною діяльністю (розміщення клієнтів у готелі, надання інших послуг), жодним чином не відповідають нормативним визначенням загально-виробничих витрат. У зв'язку з тим, що на суб'єктах дослідження відсутні виробничі цехи, дільниці та інші підрозділи основного й допоміжного виробництва, застосування рахунка 91 “Загальновиробничі витрати” є нелогічним. Думка вчених [7, 13, 17, 21], що кухня ресторану є виробничим підрозділом, є логічною, але така діяльність відноситься до сфери обігу – торгівлі.

Погоджуємося з думкою вчених [5, 6, 18], які стверджують, що відсутність відокремленого обліку непрямих виробничих витрат негативно впливає на достовірність інформації про собівартість реалізації та витрат операційної діяльності. У зв'язку з тим, що підприємства готельно-ресторанного бізнесу при здійсненні основної діяльності реалізують через структурні підрозділи (ресторан, бар) продукцію власного виробництва (кухні) та покупні товари, а також надають основні, додаткові та суміжні послуги, є необхідність у відокремленому обліку як прямих, так і непрямих витрат за кожним центром відповідальності.

Результати дослідження підтверджують, що важливим аспектом системи управління витратами підприємств готельно-ресторанного бізнесу є застосування сучасних методів обліку витрат і калькулювання собівартості: “Директ-кост”, “Стандарт-кост” та АВС (табл. 1).

На досліджуваних підприємствах, на нашу думку, найбільш логічним методом обліку витрат і калькулювання є застосування методу “Директ-кост”, оскільки він відображає вплив зміни факторів виробництва на зміну обсягів продажу. При цьому слід відзначити, що П(С)БО 16 “Витрати” передбачає розрахунок неповної собівартості із застосуванням часткового методу “Директ-кост” [10]. У нормативному документі передбачено, що загальновиробничі витрати не в повній сумі включаються до виробничої собівартості, а лише змінні на постійні розподілені витрати, а постійні нерозподілені включаються до собівартості реалізації з врахуванням нормативної потужності суб'єкта господарювання. Подібну методику обліку витрат зазначено і у Міжнародних стандартах обліку. Врахування особливостей надання послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу (в більшості випадків номерний фонд готелю не завантажений на 100 %) дає підстави нам стверджувати, що дана методику є правильною. Адже за умови фактичної потужності нижче нормальної непрямі виробничі витрати, розподілені на одиницю наданих послуг, були б необґрунтовано завищеними.

Переваги та недоліки застосування сучасних методів обліку витрат і калькулювання собівартості на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу

Назва методу	Характеристика	Переваги	Недоліки
Директ-кост	Система обліку собівартості, що базується на поділі загальних витрат підприємства на постійні, тобто не залежать від кількості продукції, виробленої за одиницю часу, і змінні, тобто змінюються витрати, прямо пов'язані з кількістю продукції, виробленої за одиницю часу. Група витрат – прями витрати та змінні непрямі витрати – залучається до обчислення собівартості виробів. Постійні витрати обліковуються на рахунок прибутків і збитків.	Надає можливість проведення порівняльного аналізу собівартості готельних послуг і різних страв; спрощує облік собівартості; надає можливість здійснення порівняльного аналізу собівартості та маржинального доходу; надає змогу провести факторний аналіз впливу на маржинальний дохід закладу; надає можливість визначення оптимальної структури продажу	Розрахунок собівартості здійснюється лише зі змінними витратами, а для розрахунку повної собівартості необхідно додатково затрачати час
Стандарт-кост	Система обліку собівартості, що передбачає заздалегідь визначені або передбачені кошториси витрат на виробництво одного виробу або декількох виробів одного виду протягом певного звітного і попереднього періоду, з яким порівнюють фактичну собівартість	Оперативний контроль за використанням ресурсів у частині калькулювання фактичної собівартості й порівняння її з плановою собівартостю. Він є ефективним у застосуванні для ресторану, оскільки здійснюється контроль за фактичним використанням інгредієнтів для приготування страв	При наданні основних готельних послуг можуть надаватися і додаткові послуги, що призводять до необхідності розробки великої кількості нормативів. Для ресторану – складність формування стандартів до кожної страви; залежність від ціни придбання інгредієнтів та напівфабрикатів; використання великої кількості інгредієнтів, ціни на які можуть змінюватися, складність застосування при приготуванні страв із інгредієнтів-замінників.
ABC	Метод калькулювання, що передбачає спочатку групування накладних затрат за основними видами діяльності, а потім розподіл їх між видами продукції, виходячи з того, які види діяльності потрібні для виготовлення цієї продукції	Дає змогу: калькулювання повної собівартості на основі включення виробничих і невиробничих витрат за найбільш точними факторами витрат; розрахунок найбільш точного фінансового результату послуг, що надаються підприємством; формування достовірної інформації для потреб управління витратами та прийняття рішень у системі менеджменту	Необхідність великого обсягу трудових затрат для впровадження даної системи, збору інформаційного забезпечення та її підтримки; калькулювання у розрізі основних та додаткових послуг у готелі, а також калькулювання у розрізі страв, що пропонуються рестораном; існує ризик формування для системи управління надміру деталізованої інформації

Примітка. Сформовано автором

Результати дослідження показують, що більшість підприємств готельно-ресторанного бізнесу при здійсненні своєї діяльності застосовують у системі управління виробничими витратами сучасні методи обліку витрат і калькулювання собівартості, що чітко дає змогу вибудувати ієрархію робочого плану рахунків управлінського обліку для підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Для формування в системі обліку достовірної інформації про виробничу собівартість із урахуванням наданих пропозицій з удосконалення чинної методики обліку пропонуємо в робочому плані рахунків управлінського обліку підприємств готельно-ресторанного бізнесу до рахунка 23 “Виробництво” відкрити аналітичні рахунки, шляхом додавання цифр до синтетичного рахунка за наявними структурними підрозділами, за видами послуг та статтями витрат.

Для обліку прямих витрат на надання готельних послуг пропонуємо до рахунка 23 “Виробництво” відкрити рахунок 231 “Надання готельних послуг”, до якого відкрити аналітичні рахунки за видами наявних номерів у готелі. Облік непрямих витрат на надання готельних послуг пропонуємо відображати на рахунку 2319 “Непрямі витрати на надання готельних послуг”.

Для обліку витрат на виробництво власної продукції у ресторані доцільно відкрити рахунок 232 “Виробництво власної продукції у ресторані”, де прямі витрати на виробництво відображати на рахунку 2321 “Витрати на виробництво власної продукції у ресторані”, а непрямі – на рахунку 2329 “Непрямі витрати на виробництво власної продукції”.

Витрати, понесені на надання інших послуг, пропонуємо відображати на рахунку 233 “Інші послуги готельно-ресторанного закладу”. Для відображення прямих витрат на надання таких послуг пропонуємо у робочому плані рахунків відкрити аналітичні рахунки за видами послуг, що пропонуються підприємством: 2331 “Витрати на надання послуг хімчистки”, 2332 “Витрати на надання послуг перукарні”, 2333 “Витрати на надання послуг відділу прокату” і т.д. Суму непрямих витрат на надання інших послуг доцільно відображати на рахунку 2339 “Непрямі витрати на надання інших послуг”.

Формування витрат за запропованою методикою дасть змогу для системи управління визначати достовірну інформацію про фактичну собівартість наданих послуг за їх видами у розрізі структурних підрозділів, що базується на закумульованій інформації за рахунком 23 “Виробництво” про суми понесених витрат за відповідний період.

Відповідно до запропованої системи обліку виробничих витрат досліджуваних підприємств нами розроблено та адаптовано до впровадження відомості обліку прямих витрат у розрізі виділених структурних підрозділів суб’єкта господарювання (за субрахунками рахунка 23 “Виробництво”). Запропоновані реєстри обліку дають змогу формувати витрати за місцем виникнення (центрами витрат) та достовірніше визначати собівартість реалізації послуг. Також передбачено групування витрат за

рахунком 23 “Виробництво” у зведеній відомості обліку.

Впровадження зазначених розробок у діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу дають змогу побудувати систему обліку витрат діяльності за центрами відповідальності, що дозволить здійснювати оперативний контроль за фактично понесеними витратами, за раціональністю використання ресурсів відповідним структурним підрозділом і посилять відповідальність керівників підрозділів за результати їх діяльності.

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що важливою складовою витрат ресторану є витрати, понесені в процесі обслуговування клієнтів, які складають значну питому вагу. До них відносять витрати на оплату праці офіціантів, барменів та іншого обслуговуючого персоналу, нарахування єдиного соціального внеску, витрати на утримання й амортизацію обладнання торговельного залу та бару, амортизацію необоротних і оборотних спеціалізованих робочих активів тощо. Облік таких витрат доцільно акумулювати на рахунку 93 “Витрати на збут”.

З метою визначення ефективності функціонування центрів витрат ресторану (торговельний зал, бар, відкритий літній майданчик тощо) нами обґрунтовано доцільність відкриття у робочому плані рахунків до рахунка 93 “Витрати на збут” субрахунки 931 “Витрати на збут товарів у торговельному залі”, 932 “Витрати на збут товарів у барі”, 933 “Витрати на збут товарів на відкритому літньому майданчику”. У кінці кожного місяця витрати закриваються на фінансовий результат діяльності ресторану за відповідним центром.

Результати дослідження показують, що у складі витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу є витрати, які стосуються основної діяльності, проте їх неможливо віднести до складу витрат відповідного центру. Такі витрати виникають у процесі комплексного обслуговування та функціонування всіх наявних центрів відповідальності підприємства. До них відносять: витрати на оплату праці (швейцара, служби охорони, господарського відділу, водіїв-паркувальників), відрахування на соціальні заходи, формений одяг працівників, оплата послуг торгових агентів і туристичних агенцій за розміщення клієнтів тощо. Значну питому вагу в складі таких витрат займають витрати на комунальні послуги (опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення тощо). На нашу думку, їх слід класифікувати як витрати загальногосподарського призначення.

Тому важливою складовою ефективного управління такими витратами підприємств готельно-ресторанного бізнесу є належна організація та методика їх обліку.

З метою визначення результатів діяльності наявних центрів відповідальності підприємства витрати загальногосподарського призначення впродовж звітного періоду акумулюються на запропонованому субрахунку 919 “Загальногосподарські витрати готельно-ресторанного закладу”, за статтями витрат. За своєю суттю витрати є непрямими, тому в кінці

кожного місяця вони розподіляються та списуються на витрати кожного центру. Базою розподілу можуть бути: сума доходів, отримана відповідним центром доходів, заробітна плата основних працівників, прямі витрати на надання послуг тощо (рис. 1).

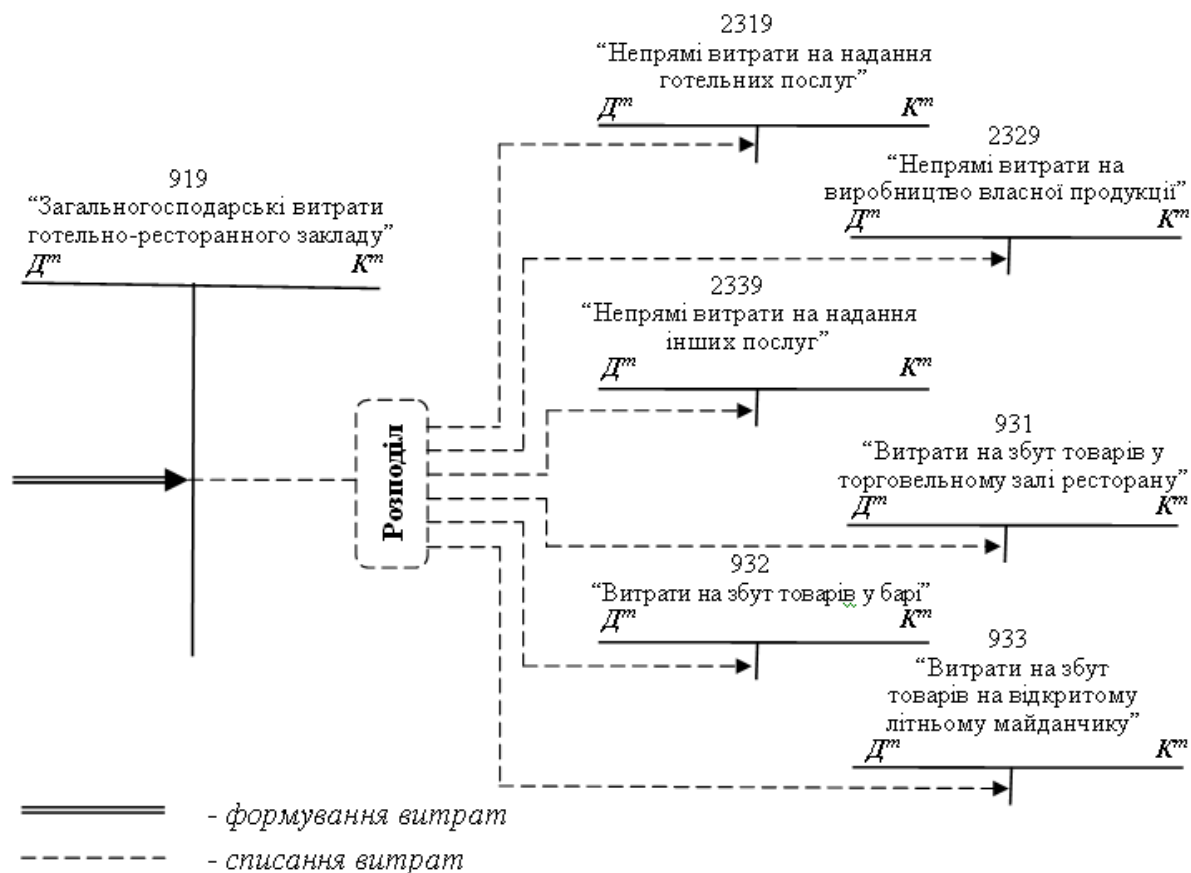


Рис. 1. Методика обліку загальногосподарських витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу (розроблено автором)

Для аналітичного обліку нами розроблено Відомість обліку загальногосподарських витрат, яка є адаптованою до використання в цілісній інформаційній системі.

Запропонована методика обліку загальногосподарських витрат в інтегрованій системі обліку дасть змогу більш повно визначити результативність діяльності структурних підрозділів підприємства та інформаційно забезпечувати цілісну систему управління.

Ефективність управління витратами основної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу неможлива без визначення повної собівартості продажу послуг і товарів. З цією метою нами запропоновано відповідну схему обліку (рис. 2).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Організаційні та методичні аспекти обліку витрат підприємств готельно-ресторанного бізнесу – важливий обліковий процес, який має забезпечити системний підхід до формування оперативної та достовірної інформації про суми понесених витрат структурними підрозділами

у розрізі наданих послуг. Запровадження до діючої системи обліку пропозицій із її вдосконалення, що полягає у формуванні аналітичної інформації про суми понесених витрат за центрами відповідальності, дасть можливість підвищити ефективність цілісної системи управління та, відповідно, бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герасимова Н. С. Методика обліку доходів та витрат готельного підприємства за сегментами / Н. С. Герасимова // Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова. – 2014. – Вип. 2/6. Т. 19. – С. 28-30.
2. Гриценко О. Н. Удосконалення методики формування виробничої собівартості продукції на підприємствах ресторанного господарства в системі фінансового обліку / О. Н. Гриценко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 6. Частина 5. – С. 129-131.
3. Дергільова Г. С. Облік і аналіз прибутку підприємств громадського харчування: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04 / Г. С. Дергільова. – Х., 2003. – С. 19.
4. Десяткіна І. В. Підходи до організації обліку виготовлення продукції в закладах ресторанного господарства / І. В. Десяткіна, О. М. Глушук // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – № 3 (21), Ч. 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://pbo.ztu.edu.ua/article/view/45220/42251>.

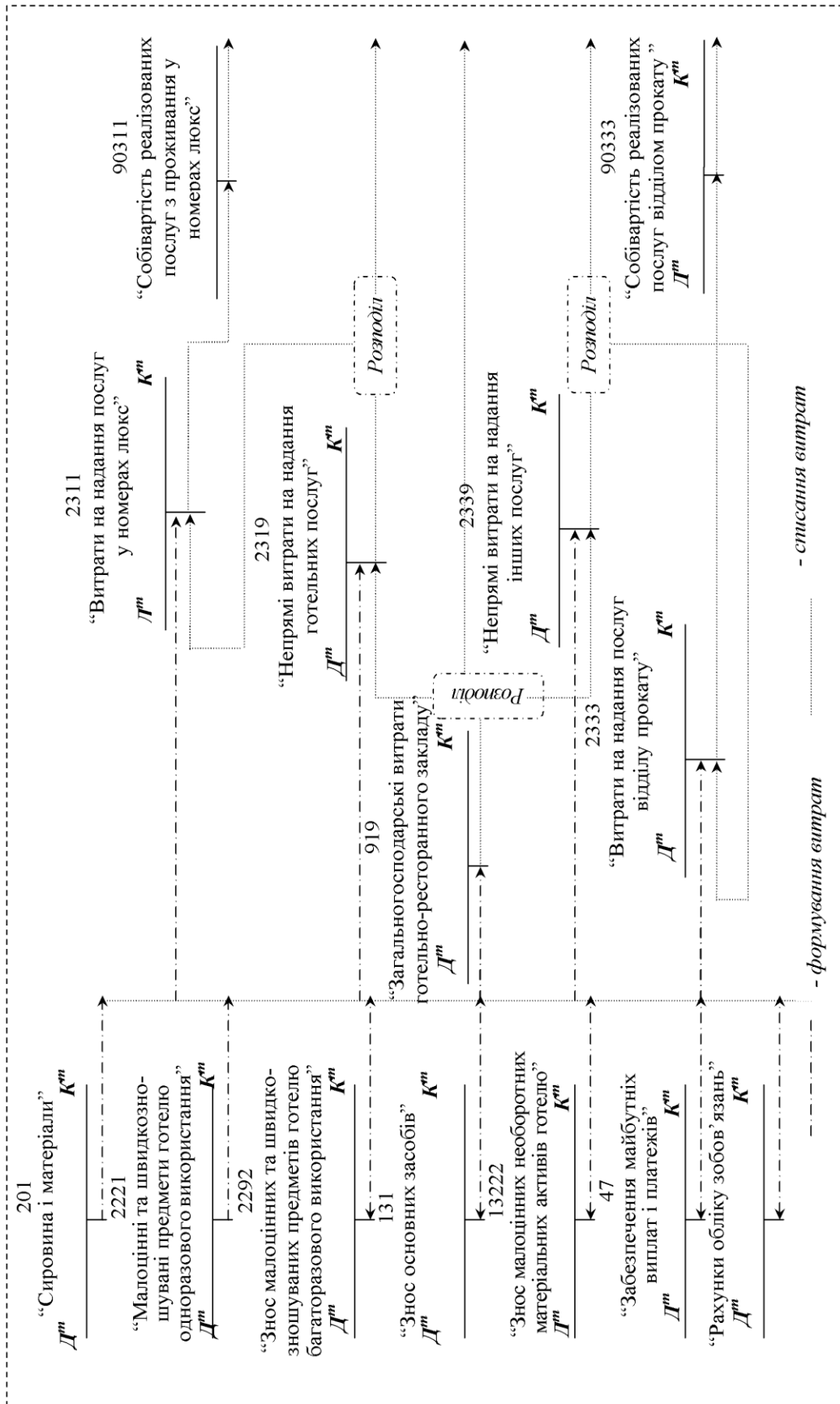


Рис. 2. Методика обліку витрат із надання готельних послуг підприємствами готельно-ресторанного бізнесу
(розроблено автором)

5. Зима Г. І. Підходи до удосконалення обліку калькулювання собівартості готельних послуг / Г. І. Зима, Н. І. Самбурська // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 20. – С. 52-56.

6. Карпенко Ю. В. Формування собівартості готельних послуг: галузеві особливості та чинники впливу / Ю. В. Карпенко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2012. – № 1 (52). – С. 189-193.

7. Король С. Я. Облік витрат туристичного підприємства / С. Я. Король // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. – Вип. 4. – С. 72-84.

8. Куцик П. О. Бухгалтерський облік у торгівлі та ресторанному господарстві : навч. посібник / П. О. Куцик, Л. І. Коваль, Ф. Ф. Макарук. – Львів : Магнолія-2006, 2010. – 504 с.

9. Куцик П. О. Загальновиробничі витрати: порядок формування та розподілу / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк // Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – № 35. – С. 206-212.

10. Куцик П. О. Концептуальні основи управління витратами підприємств санаторно-курортної сфери / П. О. Куцик // Вісник Львівської комерційної академії : зб. наук. праць / [ред. кол.: Г. І. Башнянин, Ю. А. Дайновський, В. І. Єлейко та ін.]. – Львів : Видавництво ЛКА, 2007. – С. 411-416.

11. Куцик П. О. Обліково-аналітична концепція управління загальновиробничими витратами підприємства : монографія / П. О. Куцик, О. М. Мазуренко. – Львів : Видавництво “Растр-7”, 2014. – 288 с.

12. Куцик П. О. Собівартість послуг як об’єкт калькулювання: теоретичний та практичний аспект / П. О. Куцик, О. М. Чабанюк // Економіка Крима. – 2011. – № 2 (35). – С. 244-248.

13. Маначинська Ю. А. Облік непрямих витрат на підприємствах готельного господарства / Ю. А. Маначинська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oaji.net/articles/2014/797-1402907511.pdf>.

14. Методичні рекомендації щодо впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування і побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами : наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 17.06.2003 р. № 157 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uzakon.com/big/text451/pg1.htm>.

15. Пилипенко А. А. Формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємств та їх об’єднань : монографія / А. А. Пилипенко, І. П. Дзьобко, О. В. Писарчук ; [за заг. ред. д.е.н. А. А. Пилипенко]. – Х. : ХНЕУ, 2011. – 344 с.

16. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 “Витрати” : наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 р. № 318 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.

17. Семенюк Л. В. Облік та аналіз витрат у системі управління продуктом закладів ресторанного господарства / Л. В. Семенюк // Бізнесінформ. – 2015. – № 9. – С. 271-276.

18. Чабанюк О. М. Особливості обліку витрат та калькулювання собівартості готельних послуг /

О. М. Чабанюк // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2012. – Вип. 9 (3). – С. 426-432.

19. Шільвінська О. Л. Особливості обліку витрат на підприємствах готельно-ресторанного комплексу / О. Л. Шільвінська // Глобальні та національні проблеми економіки : вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомилинського. – 2015. – Вип. 5. – С. 1057-1060.

20. Янчева Л. М. Особливості формування собівартості готельних послуг / Л. М. Янчева, Н. С. Герасимова // Розвиток харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі: проблеми, перспективи, ефективність : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. – Харків : ХДУХТ, 2014. – Ч. 2. – С. 73-74.

21. Янчева Л. М. Методичні підходи до організації бухгалтерського обліку витрат виробництва та обігу на підприємствах ресторанного господарства / Л. М. Янчева, Т. В. Шталь, М. О. Ільченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – № 2. – С. 11-17.

REFERENCES

1. Herasymova, N. S. (2014), *Metodyka obliku dokhodiv ta vytrat hotel'noho pidpriemstva za sehmentamy*, *Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova*, vyp. 2/6. T. 19, s. 28-30.

2. Hrytsenko, O. N. (2014), *Udoskonalennia metodyky formuvannia vyrobnychoi sobivartosti produktsii na pidpriemstvakh restorannoho hospodarstva v systemi finansovoho obliku*, *Naukovyj visnyk Kherisons'koho derzhavnogo universytetu*, vyp. 6. Chastyna 5, s. 129-131.

3. Derhil'ova, H. S. (2003), *Oblik i analiz prybutku pidpriemstv hromads'koho kharchuvannia: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.04, Kh.*, s. 19.

4. Desiatkina, I. V. and Hluschuk, O. M. (2011), *Pidkhody do orhanizatsii obliku vyhotovlennia produktsii v zakladakh restorannoho hospodarstva*, *Mizhnarodnyj zbirnyk naukovykh prats'*, № 3 (21), Ch. 1, available at: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/view/45220/42251>

5. Zyma, H. I. and Samburs'ka, N. I. (2014), *Pidkhody do udoskonalennia obliku kal'kuliuvannia sobivartosti hotel'nykh posluh*, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, № 20, s. 52-56.

6. Karpenko, Yu. V. (2012), *Formuvannia sobivartosti hotel'nykh posluh: haluzevi osoblyvosti ta chynnyky vplyvu*, *Naukovyj visnyk Poltav'skoho universytetu ekonomiky i torhivli*, № 1 (52), s. 189-193.

7. Korol' S. (2011), *Oblik vytrat turystychnoho pidpriemstva*, *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*, vyp. 4, s. 72-84.

8. Kutsyuk, P. O. Koval', L. I. and Makaruk, F. F. (2010), *Bukhhalters'kyj oblik u torhivli ta restorannomu hospodarstvi*, *Mahnoliia-2006*, L'viv, 504 s.

9. Kutsyuk, P. O. and Chabaniuk, O. M. (2011), *Zahal'novyrobnychi vytraty: poriadok formuvannia ta rozpodilu*, *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii*, № 35, s. 206-212.

10. Kutsyk, P. O. (2007), Kontseptual'ni ocnovy upravlinnia vytratamy pidpriemstv sanatorno-kurortnoi sfery, *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii*, LKA, L'viv, s. 411-416.
11. Kutsyk, P. O. and Mazurenko, O. M. (2014), *Oblikovo-analitychna kontsepsiia upravlinnia zahal'no-vyrobnychymy vytratamy pidpriemstva*, Vydavnytstvo "Rastr-7", L'viv, 288 s.
12. Kutsyk, P. O. and Chabaniuk, O. M. (2011), Sobivartist' posluh iak ob'iekt kal'kuliuvannia: teoretychnyj ta praktychnyj aspekt, *Ekonomyka Kryma*, № 2 (35), s. 244-248
13. Manachyns'ka, Yu. A. Oblik nepriamykh vytrat na pidpriemstakh hotel'noho hospodarstva, available at: <http://oaji.net/articles/2014/797-1402907511.pdf>
14. Metodychni rekomendatsii schodo vprovadzhenia natsional'nykh polozhen' (standativ) bukhhalters'koho obliku u sferi hromads'koho kharchuvannia i pobutovykh posluh, harmonizovanykh z mizhnarodnymy standartamy : nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan' ievropejs'koi intehratsii Ukrainy vid 17.06.2003 № 157, available at: <http://www.uazakon.com/big/text451/pg1.htm>
15. Pylypenko, A. A. Dz'obko, I. P. and Pysarchuk, O. V. (2011), *Formuvannia oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia vytratamy pidpriemstva ta ikh ob'iednan'*, KhNEU, Kh., 344 s.
16. Polozhennia (standart) bukhhalters'koho obliku 16 "Vytraty" : nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.12.1999 r. № 318, available at: <http://zakon.rada.gov.ua>.
17. Semeniuk, L. V. (2015), Oblik ta analiz vytrat u systemi upravlinnia produktom zakladiv restoranoho hospodarstva, *Biznesinform*, № 9, s. 271-276.
18. Chabaniuk, O. M. (2012), Osoblyvosti obliku vytrat ta kal'kuliuvannia sobivartosti hotel'nykh posluh, *Naukovyj visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli*, vyp. 9 (3), s. 426-432.
19. Shil'vins'ka, O. L. (2015), Osoblyvosti obliku vytrat na pidpriemstvakh hotel'no-restorannoho kompleksu, Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky : visnyk Mykolaiivs'koho natsional'noho universytetu imeni V.O. Sukhomlyns'koho, vyp. 5, s. 1057-1060.
20. Yancheva, L. M. and Herasymova, N. S. (2014), Osoblyvosti formuvannia sobivartosti hotel'nykh posluh, Rozvytok kharchovykh vyrobnytstv, restoranoho ta hotel'noho hospodarstva i torhivli: problemy, perspektyvy, efektyvnist' : tezy dop. mizhnar. nauk.-prakt. konf. KhDUKhT, Kharkiv, Ch. 2, s. 73-74.
21. Yancheva, L. M. Shtal', T. V. and Il'chenko, M. O. (2012), Metodychni pidkhody do orhanizatsii bukhhalters'koho obliku vytrat vyrobnytstva ta obihu na pidpriemstvakh restoranoho hospodarstva, *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, № 2, s. 11-17.

Беседін В. Ф.,

д.е.н., проф. кафедри економіки підприємств, Бердянський університет менеджменту і бізнесу, м. Бердянськ

Ковальчук С. П.,

асистент, кафедра фінансового контролю і аналізу, Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, м. Вінниця

СУЧАСНА ПРОБЛЕМАТИКА ФАКТОРІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ

***Анотація.** Дана стаття спрямована на дослідження та аналіз факторів державного регулювання залучення інвестицій в Україні. Актуальність державного регулювання залучення інвестицій підтверджена з використанням методу кореляційно-регресійного аналізу. Стаття містить вивчення різних факторів та поєднання їх у три основні групи. В ній виділені наступні групи факторів: фактори, які сприяють залученню інвестицій, фактори, які не сприяють, та фактори, які перешкоджають залученню інвестицій. У статті описані найбільш важливі, на думку автора, фактори державного регулювання залучення інвестицій в Україну, а також обґрунтоване віднесення факторів до різних класифікаційних груп. Також у ній сформовані пропозиції щодо впливу на окремі фактори з метою збільшення їх позитивної дії на залучення інвестицій.*

Ключові слова: інвестиції, залучення інвестицій, державне регулювання, фактори, програми залучення інвестицій.

Besedin V. F.,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics of Enterprise, Berdyansk University of Management and Business, Berdyansk

Kovalchuk S. P.,

Assistant, Department of Financial Control and Analysis, Vinnitsa Institute of Trade and Economics of Kyiv National University of Trade and Economics, Vinnitsa

MODERN CHALLENGES OF THE FACTORS OF STATE REGULATION FOR INVESTMENTS ATTRACTION IN UKRAINE

***Abstract.** This article aims to study and analyze factors of state regulation for investment in Ukraine. The topicality of state regulation of investment attraction confirms using the method of correlation and regression analysis. The article includes various factors and combines them into three main groups. It contains the following groups of factors: factors that promote investment, factors that do not promote investment and factors, that prevent investment. According to the author, the article describes the most important factors of state regulation of investment attraction in Ukraine and justified attribution factors to different classification groups. Proposals for the impact on individual factors to increase their positive impact on investments formed there in.*

Keywords: investment, attraction of investments, government regulation, factors, investment attracting programs.

Постановка проблеми. В умовах зростаючої конкуренції у світовому просторі держава стає все більш зацікавленою в збільшенні своїх фінансових можливостей як одного з визначальних інструментів власного впливу на геополітичну ситуацію в світі та важливого складового елемента забезпечення економічної безпеки країни. Інвестиції не є абсолютно новим способом збільшення економічних потужностей держав, проте акцентування уваги на

важливості активізації інвестиційної діяльності зумовлено вагомістю інвестицій у системі чинників підтримання економічної стабільності та забезпечення економічного зростання в державі. Підтвердженням цьому є функція залежності валового внутрішнього продукту в Україні як основного параметра оцінки рівня економічного розвитку держави від капітальних інвестицій (рис. 1).

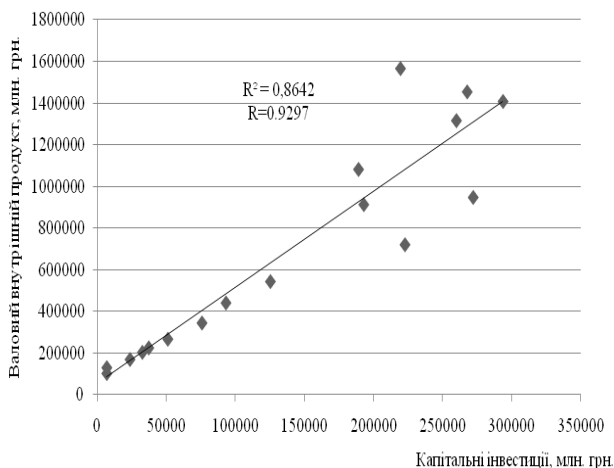


Рис. 1. Функція залежності валового внутрішнього продукту в Україні від капітальних інвестицій протягом 1998-2014 рр.

Розрахований на основі зазначених статистичних даних коефіцієнт кореляції між валовим внутрішнім продуктом та капітальними інвестиціями становить 0,93, що характеризує зв'язок як сильний та ще раз підтверджує важливість залучення інвестицій для забезпечення економічного розвитку держави.

Значимість інвестицій для забезпечення позитивної економічної динаміки в державі та кризові явища, які не сприяють активізації інвестування, обумовлюють потребу у визначенні факторів державного регулювання залучення інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З питань залучення інвестицій на державному рівні та регулювання даного процесу підготовлено низку фундаментальних досліджень. Вивченню різних факторів регулювання залучення інвестицій присвятили праці наступні науковці: М. П. Бутко [1], І. М. Кобушко [10], Т. В. Майорова [7], С. М. Макуха [4], Д. Я. Максимів [3], І. М. Палка [5], О. М. Супрун [6], С. Тесля [8], В.Я. Швець [2].

Проте ця тема все ж залишається досить актуальною та потребує подальших теоретичних та практичних розробок. Із урахуванням сучасного етапу розробки та дослідження даної проблематики доцільним є вивчення факторів впливу на залучення інвестицій, що підлягають регулюванню з використанням інструментів, методів та засобів організаційно-економічного механізму державного регулювання залучення інвестицій.

Постановка завдання. З метою активізації залучення інвестицій доцільним є вдосконалення організаційно-економічного механізму державного регулювання залучення інвестицій як важливої складової цілісної державної політики. Досягнення поставленої мети потребує науково обґрунтованого визначення та врахування сукупності факторів державного регулювання, їх групування та критичного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Обсяги та напрями залучення інвестицій знаходяться під впливом значної кількості факторів, які спричиняють різну дію на залучення інвестицій. Міжнародна аудиторська компанія Ernst&Young пропонує розподіл факторів на три групи: жорсткі, під якими розуміється інфраструктура, м'які, тобто стабільність і прозорість, та амбітні, до яких відносять талант та інновації [9, с. 7]. За характером дії на залучення інвестицій фактори можна об'єднати в декілька груп (рис. 2): фактори, що сприяють залученню інвестицій, фактори, що не сприяють, та фактори, що перешкоджають залученню інвестицій.

Фактори, що сприяють залученню інвестицій, – це розвинена інфраструктура, високі показники економічного розвитку, платоспроможний попит у державі. Виділення серед них двох груп обумовлено реаліями використання інструментів державного регулювання в Україні.

Більшість із факторів, які потенційно мають можливості для забезпечення позитивного впливу на залучення інвестицій (що підтверджується практикою в розвинених країнах), лише частково мо-

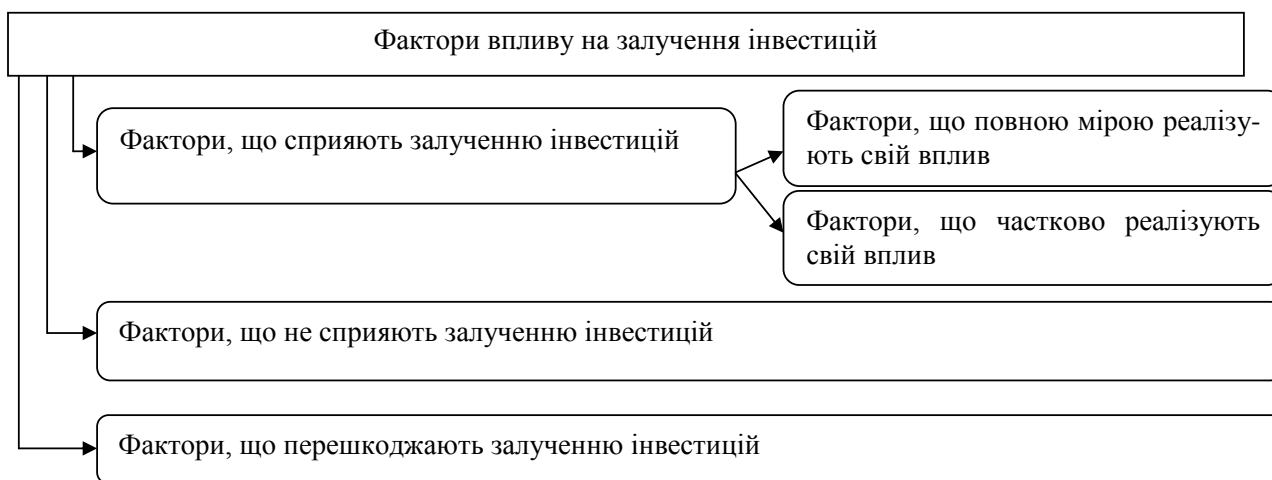


Рис. 2. Сукупність факторів, що впливають на залучення інвестицій

жуть його реалізувати. Серед них можна виділити такі, як:

1) використання державних коштів в інвестиційних процесах (гальмування позитивних наслідків обумовлено обмеженістю бюджетних коштів, спричиноюю дефіцитним бюджетом держави);

2) використання заощаджень населення в якості джерела інвестицій (незначний позитивний вплив обумовлений низьким рівнем доходів населення, вагомою часткою споживчих витрат, низьким рівнем довіри до фінансової системи держави);

3) приватизація як спосіб залучення не лише інвестицій як сукупності фінансових ресурсів, але й інноваційних технологій виробництва, інноваційного менеджменту (гальмування позитивних наслідків обумовлено високим рівнем бюрократизації в даному процесі, формуванням штучних перешкод та проведенням непрозорих процедур з метою зменшення конкуренції за об'єкти, що приватизуються, заниженням вартості об'єктів, що приватизуються, порівняно з ринковою вартістю, спрямуванням інвестицій у придбання об'єкта, що приватизується, та низьким інвестуванням у відновлення та модернізацію виробничих потужностей, технології менеджменту).

Досить важко виокремити фактори, які на сьогодні в Україні мають виключно позитивний вплив на залучення інвестицій та реалізують його в достатній мірі.

До факторів, що не сприяють залученню інвестицій, варто віднести такі, які за умов незначного, проте системного коригування можна перемістити до групи факторів, що частково реалізують позитивний вплив. Максимів Д.Я. до факторів, які на сьогодні не сприяють формуванню позитивного інвестиційного клімату в Україні, відносить обтяжливу податкову політику, нестабільність політичної ситуації та тінізацію економіки [3, с. 202]. Макуха С. М. відзначає, що вітчизняні експерти до чинників, що не сприяють активізації іноземного інвестування, додають неповернення ПДВ, недосконалість судової системи, відсутність земельної реформи, складне валютне регулювання [4, с. 37]. До даних факторів також можна віднести умови надання кредитів у державі.

Податкова система в Україні передбачає значну кількість податків та їх високі ставки, податкові пільги не завжди можна отримати через високий рівень бюрократизації. Обтяжуючим фактором також виступає постійна трансформація основних інструментів податкової політики. Частих змін зазнають перелік податків, податкові ставки та база оподаткування. Трансформується цілісна податкова система, а зумовлена цим нестабільність спричиняє формування значних ризиків для інвесторів.

Загальні умови надання кредитів хоч і регулюються державою, проте в рамках цих умов правила встановлюються банківською системою. Це формує ризики щодо втрати бізнесу в силу встановлених банком жорстких умов плати за кредит та повернення кредитної суми.

Ставки за кредитами є високими, що не робить їх досить ефективним способом залучення додатко-

вих ресурсів. Разом з тим, варто відзначити, що кредитний інвестиційний ресурс у світі поступово втрачає свою вагу серед джерел інвестування, тоді як в Україні це джерело є другим за обсягом джерелом фінансування капітальних інвестицій після власних коштів підприємств та організацій.

Фактори, що перешкоджають залученню інвестицій, – це фактори, що формують перепони на шляху до здійснення інвестиційної діяльності. До них можна віднести бюрократизацію, корупцію, монополізацію економіки, мінливу законодавчу базу, недостатній рівень захисту права власності, військову та терористичну загрозу, втрату частини території України, відсутність задекларованих реформ у державі. Єдина цільова спрямованість у застосуванні інструментів державного регулювання по відношенню до даних факторів має передбачати їх повне усунення в перспективі, а в короткостроковому періоді – пошук засобів для мінімізації їх негативного впливу.

В системі чинників, що на сьогодні є ключовими для активізації залучення інвестицій, в Україні виступають у першу чергу загальнодержавні характеристики: рівень політичної стабільності та демократичність підходів в управлінні державою, стабільність та прозорість законодавства не лише в частині регулювання інвестиційної діяльності, а й в усіх сферах життя суспільства, система заохочувальних елементів для іноземного та внутрішнього інвестора (податкові та кредитні ставки і пільги, режим оподаткування, амортизаційна політика), рівень корупції та монополізації в економіці країни, рівень військово-терористичної загрози тощо.

В механізмі державного регулювання залучення інвестицій використовуються такі інструменти, як планування, прогнозування інвестиційної діяльності, розробки інвестиційних концепцій та стратегій. З метою покращення інвестиційного іміджу в Україні розроблена відповідна програма та затверджений План заходів щодо виконання програми “Інвестиційний імідж України”. Деталізація програм та планів залучення інвестицій відбувається в галузевому та регіональному розрізі. Аналіз стратегій, програм, планів залучення інвестицій до різних регіонів дозволяє стверджувати, що в більшості випадків програми декларують загальні підходи до залучення інвестицій, таким чином виконуючи роль засобів, що підтверджують стратегічні пріоритети розвитку інвестиційної діяльності. Проте багато з них не містить конкретизації об'єктів і напрямів, сфер діяльності, до яких планується активізувати надходження інвестицій, у зв'язку з цим не можуть бути вказані конкретні заходи для досягнення запланованих цілей. На нашу думку, саме відсутність достатнього рівня конкретизації та деталізації в даних програмах і планах призводить до низького рівня їх дієвості та недосягнення бажаного ефекту від їх впровадження.

Зростання кількості програм та планів залучення інвестицій супроводжується низьким рівнем виконання задекларованих у них положень. Власний їм популізм призводить до не врахування реальних вихідних характеристик ситуації, тому їх

виконання вже на початковій стадії стає неможливим. Це дозволяє на сучасному етапі розвитку віднести їх до групи факторів, що не сприяють залученню інвестицій.

Проте однозначність даного твердження також викликає сумніви. Програмно-цільовий підхід – це ефективний спосіб планування економічного розвитку. Розроблені плани та програми, реалізуючись навіть частково, все ж формують зрушення в сфері залучення інвестицій. Виходячи з цього, дану групу факторів можна охарактеризувати як таку, що створена з метою сприяння активізації інвестиційної діяльності, проте приносить результати, значно менші за очікувані. Зумовлюється таке позиціонування даного фактора завищенням вихідних характеристик та показників у планах та часто недостатнім рівнем обґрунтованості й врахування реальних економічних показників.

При побудові інвестиційно-орієнтованої моделі розвитку першочергову увагу слід приділяти пріоритетним ідеям та стратегічним цілям [1, с. 43]. В рамках сприяння інвестиційній діяльності важливим є визначення ключових структурних елементів економіки – галузей, сфер та виробництв, що мають високий потенціал розвитку, а також можуть становити інтерес для інвестора в зв'язку з низьким рівнем інвестиційного ризику, незначним часовим лагом між здійсненням інвестицій та отриманням інвестиційного прибутку, високим рівнем прибутковості. Визначення пріоритетів забезпечує сконцентрування на них елементів регулюючої політики. Окрім того, беззаперечним здобутком використання стратегії визначення пріоритетних галузей і сфер економіки та роботи над їх розвитком шляхом залучення інвестицій стає визначення спеціалізації в державному територіальному поділі праці, що, в свою чергу, виступає однією з головних ознак особистісної ідентифікації складових адміністративно-територіальних одиниць держави.

Для забезпечення конкурентоспроможності економіки країни в світовому масштабі ціннісним виступає формування особистісних та неповторних рис економіки, досягнення чого можливе за рахунок:

1. Формування власної ідеї, мети, концепції розвитку держави.
2. Визначення ключових факторів, що сприяють реалізації даної ідеї.
3. Вибору у відповідності з обраною ідеєю ключових галузей та сфер, які потребуватимуть додаткового стимулювання шляхом залучення інвестицій.

Саме на таких позиціях має ґрунтуватися планування та програмування інвестиційної діяльності, що дозволить забезпечити високий позитивний вплив даних чинників на залучення інвестицій.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Інвестиційна діяльність має розвиватися на основі принципу комплексності. Комплексність варто визначати як всебічний та всесторонній підхід до інвестиційної діяльності як економічного явища. Його реалізацію неможливо

забезпечити без єдиного векторного спрямування, яке може бути визначене лише певним суб'єктом. Державна влада цілком закономірно, небезпідставно та об'єктивно має виступати таким суб'єктом, регулятором інвестиційної діяльності, формотворчим елементом у державній інвестиційній політиці. Використання державною владою в ефективному поєднанні всіх наявних факторів та застосування по відношенню до одних (таких, що сприяють розвитку інвестиційної діяльності) інструментів, методів та засобів, що сприятимуть посиленню їх впливу, а до інших (таких, що не сприяють та перешкоджають) інструментів нейтралізації негативного впливу – це передумова формування ефективного організаційно-економічного механізму державного регулювання залучення інвестицій.

Сформована класифікація факторів державного регулювання залучення інвестицій виступає науково обґрунтованою системою, на основі якої доцільно визначати необхідні інструменти та методи, форми регулювання з метою активізації залучення інвестицій. Подальші наукові дослідження спрямовуватимуться саме на визначення таких методів, засобів, інструментів та забезпечення шляхом їх удосконалення подальшого розвитку організаційно-економічного механізму державного регулювання залучення інвестицій з метою підвищення його дієвості та результативності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутко М. П. Методичні підходи до оцінки ефективності інвестицій у регіональних господарських системах / М. П. Бутко // Регіональна економіка. – 2010. – №1. – С. 39-47.
2. Швець В. Я. Аналіз інвестиційного клімату в економіці України та шляхи його покращення / В. Я. Швець // Економічний нобелівський вісник. – 2014. – №1 (7). – С. 502-508.
3. Максимів Д. Я. Покращення інвестиційної привабливості України / Д. Я. Максимів // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – №. 1. – С. 201-203.
4. Макуха С. М. Інноваційність іноземних інвестицій – чинник модернізації перехідної економіки / С. М. Макуха // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2011. – № 2 (5). – С. 30-40.
5. Палка І. М. Роль державного регулювання інвестиційної активності в системі управління економікою / І. М. Палка // Всеукраїнський науково-виробничий журнал “Інноваційна економіка”. – 2012. – №3. – С. 305-308.
6. Супрун О. М. Теоретичні концепції та механізми регулювання економіки / О. М. Супрун // Економіка АПК. – 2011. – №4. – С. 50-57.
7. Майорова Т. В. Інвестиційний процес і фінансово-кредитні важелі його активізації в Україні : монографія / Т. В. Майорова. – К. : КНЕУ, 2013. – 332 с.
8. Тесля С. Організаційно-економічний механізм залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України / Тесля С. // Формування ринкової

економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 454-459.

9. Звіт про прямі іноземні інвестиції в Україну 2011 р. Ernst&Young [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ey.com/PublicationwLUAssets/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr>.

10. Кобушко І. М. Стратегія розвитку інвестиційного ринку: теоретичні засади та вітчизняні реалії : монографія / І. М. Кобушко. – Суми : Сумський державний університет, 2012. – 517 с.

REFERENCES

1. Butko, M. P. (2010), “Metodychni pidkhody do otsinky efektyvnosti investytsij u rehional'nykh hospodars'kykh systemakh”, *Rehional'na ekonomika* no. 1, pp. 39-47.

2. Shvets, V. Ya. (2014), “Analiz investytsijnoho klimatu v ekonomitsi Ukrainy ta shliakhy joho pokraschennia”, *Ekonomichnyj nobelivs'kyj visnyk*, no. 1 (7), pp. 502-508.

3. Maksymiv, D. Ya. (2012), “Pokraschennia investytsijnoi pryvabyvosti Ukraine”, *Innovatsijna ekonomika. Vseukrains'kyj naukovo-vyrobnychyj zhurnal*, no. 1, pp. 201-203.

4. Makukha, S. M. (2011), “Innovatsijnist' inozemnykh investytsij – chynnyk modernizatsii perekhidnoi ekonomiky”, *Visnyk Natsional'noi iurydychnoi*

akademii Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho, no. 2 (5), pp. 30-40.

5. Palka, I. M. (2012), “Rol derzhavnoho rehuliuвання investytsijnoi aktyvnosti v systemi upravlinnia ekonomikoju”, *Vseukrains'kyj naukovo-vyrobnychyj zhurnal “Innovatsijna ekonomika”*, no. 3, pp. 305-308.

6. Suprun, O. M. (2011), “Teoretychni kontseptsii ta mekhanizmy rehuliuвання ekonomiky”, *Ekonomika APK*, no. 4, pp. 50-57.

7. Majorova T. V. (2013), *Investytsijnij protses i finansovo-kredytni vazheli joho aktyvizatsii v Ukraini* [Investment process credit and financial leverage its revitalization in Ukraine], KNEU, Kyiv, Ukraine.

8. Teslia S. (2009), “Orhanizatsijno-ekonomichnyj mekhanizm zaluchennia priamykh inozemnykh investytsij v ekonomiku Ukrainy”, *Formuvannia rynkovoї ekonomiky v Ukraini*, no. 19, pp. 454-459.

9. “Zvit pro priami inozemni investytsii v Ukrainu 2011r. Ernst&Young”, [Online], available at: <http://www.ey.com/PublicationwLUAssets/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr>.

10. Kobushko, I. M. (2012), *Stratehiia rozvytku investytsijnoho rynku: teoretychni zasady ta vitchyzniani realii* [The strategy of the investment market: the theoretical foundations and domestic realities], Sums'kyj derzhavnyj universytet, Sumy, Ukraine.

Легенчук С. Ф.,

д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту, Житомирський державний технологічний університет, м. Житомир

ПРОБЛЕМИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПОСЛУГАМИ СІМЕЙНОЇ МЕДИЦИНИ: ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Анотація. На перешкоді ефективного функціонування установ, які надають послуги сімейної медицини, виступає неналежна організація обліково-аналітичного забезпечення системи управління цих послуг. У статті проведено дослідження аналізу існуючих проблем в сфері облікового забезпечення надання послуг сімейної медицини та сформульовано рекомендації, які дозволятимуть підвищити ефективність діяльності установ сімейної медицини в даному напрямку. Особливу увагу приділено впливу інформаційних систем і технологій на організацію облікового процесу надання послуг сімейної медицини. Подальші наукові дослідження необхідно сконцентрувати на вирішенні виявлених проблем побудови системи обліково-аналітичного забезпечення управління послугами сімейної медицини.

Ключові слова: обліково-аналітичне забезпечення, організація, управління, послуга, сімейна медицина.

Legenchuk S. F.,

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Accounting and Audit, Zhytomyr State Technological University, Zhytomyr

PROBLEMS OF BUILDING A SYSTEM OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL PROVIDING OF MANAGEMENT OF FAMILY MEDICINE SERVICES: INFORMATIONAL ASPECT

Abstract. The major obstacle to effective functioning of institutions that provide family medicine services, is an improper organization of accounting and analytical providing for management of these services. The article studied the analysis of existing problems in the sphere of accounting providing of family medicine services and formulated recommendations which allow to increase the activities efficiency of the institutions of family medicine in this direction. Particular attention is paid to the impact of informational systems and technologies on the organization of accounting process of delivering the family medicine services. Further research should focus on solving the identified problems of building a system of accounting and analytical providing of management of family medicine services.

Keywords: accounting and analytical providing, organization, management, service, family medicine.

Постановка проблеми. Для задоволення інформаційних потреб суб'єктів управління структурами в галузі сімейної медицини, що особливо актуалізувалося в умовах дефіциту бюджетних коштів та особистих фінансових можливостей громадян на оплату послуг сімейної медицини та медикаментів, виникає потреба у вдосконаленні системи обліково-аналітичного забезпечення первинної медико-санітарної допомоги. Основною проблемою, що постала на перешкоді ефективного функціонування такої системи, є використання ручної форми ведення обліку в поліклініках, що не дозволяє забезпечити швидке і релевантне відображення процесу роботи лікарів та інших співробітників, задіяних у цій сфері, розрахунків із контрагентами (страховими компаніями, сім'ями і пацієнтами то-

що) та ускладнює процес формування аналітичної інформації для прийняття рішень. Вищенаведене зумовлює необхідність проведення аналізу існуючих проблем у даній сфері та формулювання рекомендацій, які дозволятимуть підвищити ефективність діяльності установ сімейної медицини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему розвитку комп'ютеризації господарської діяльності з надання послуг займалися українські та зарубіжні вчені, зокрема В. В. Євдокимов, Т. В. Давидюк, С. В. Івахненко, М. Р. Лучко [4], Є. В. Мних [7], Т. П. Остапчук, С. В. Свірко [9], С. В. Сисюк [10], Л. О. Терещенко [11], Н. М. Хорунжак [13] та інші.

Постановка завдання. Метою статті є визначення та обґрунтування проблемних ділянок побудови системи обліково-аналітичного забезпечення управління послугами сімейної медицини.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах розвитку суспільство перебуває під сильним впливом інформаційних систем і технологій, широкого використання можливостей Інтернет для збереження та передачі інформації. Дані інформаційні інновації проникають в усі сфери людської діяльності, забезпечують поширення інформаційних потоків у суспільстві, створюючи глобальне інформаційне середовище, що слід розглядати як основний об'єкт аналітичної обробки в процесі прийняття рішень. Даний вплив також не оминув і бухгалтерський облік, яка є однією зі сфер людської діяльності, що пов'язана зі збором, обробкою, збереженням та передачею інформації для прийняття рішень.

Оцінюючи розвиток сфери послуг двох останніх десятиліть у світовому масштабі, можна відзначити, що визначальними факторами є науково-технічна революція й структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва. Так, науково-технічна революція стимулює вихід на ринок широкого спектра нових послуг [8]. Постіндустріалізація економіки поступово виводить на перший план сферу послуг, зумовлюючи необхідність активізації обліково-аналітичних досліджень у даній сфері, зокрема щодо:

- обґрунтування особливостей послуг як об'єкта бухгалтерського обліку;
- калькулювання собівартості послуг;
- облікового забезпечення розрахунків за наданими послугами;
- облікового відображення процесу ціноутворення послуг;
- підвищення якості та аналітичності бухгалтерської звітності про послуги;
- розвитку методики економічного аналізу процесу надання послуг.

Початковим етапом облікового процесу є спостереження за фактами господарського життя, що виступають відправним пунктом для надання послуг сімейної медицини. Їх ідентифікація є необхідною для врахування всіх особливостей даного процесу та в кінцевому випадку дозволяє сформулювати необхідну інформацію про господарські операції з надання медичної послуги.

Відповідно до базових принципів бухгалтерського обліку кожену послугу, яку надають установи сімейної медицини, слід сприймати виходячи з її економічної сутності, а не лише з її формальних характеристик, що має бути враховано в процесі її облікового визнання та відображення.

Здійснення будь-якого господарського факту потрібно вимірювати за допомогою облікових вимірників (натуральних, трудових, грошових). Для вимірювання наданих послуг сімейної медицини доцільно використовувати трудовий і вартісний вимірник (оплата праці медичного персоналу), натуральний і вартісний вимірник (кількість та вартість

необхідних медикаментів для надання послуги сімейної медицини, експлуатаційні витрати тощо).

Визначивши вартість здійснення господарського факту (надання послуги сімейної медицини), на наступному етапі облікового процесу слід проводити реєстрацію фактів господарського життя у первинному документі, що є підставою відображення в реєстрах бухгалтерського обліку і дає змогу визначити собівартість послуги сімейної медицини та проаналізувати процес надання послуг у цілому. Проте на сьогодні у зв'язку з розвитком сфери послуг використовувани протягом тривалого часу підходи та методики їх облікового відображення не відповідають повною мірою вимогам часу, зокрема в умовах введення обліку з використанням сучасних інформаційно-комп'ютерних систем та технологій. Це зумовлює необхідність удосконалення існуючих та розробку нових методик на основі врахування особливостей процесу надання послуг та специфіки галузі суб'єктів, які забезпечують їх надання.

Як в установах сімейної медицини, так і в організаціях інших галузей в умовах глобалізації світової економіки виникають проблеми, пов'язані з потребами розробки нових методик для отримання, обробки та подання інформації, пов'язаної з освоєнням нових технологій, видів продукції, надання послуг, ринків у галузі бухгалтерського обліку [1, с. 56-58]. Таким чином, в умовах сьогодення для ефективного функціонування медичних закладів, які забезпечують надання послуг, обов'язково слід використовувати технології автоматизації облікової діяльності, що дозволить підвищити ефективність управління медичним закладом та в цілому сприятиме підвищенню якісного рівня обслуговування пацієнтів.

Якщо використання комп'ютерних програм для автоматизації бухгалтерського обліку на промислових підприємствах здійснюється протягом тривалого періоду, то в медичній сфері обліково-інформаційні технології лише частково, а в більшості випадків не охоплюють всіх аспектів діяльності медичних закладів.

Тому, як відзначають І. І. Фуртак та інші, на сьогодні є необхідною переорієнтація системи охорони здоров'я у напрямі сімейної медицини шляхом забезпечення діяльності спеціалістів із використанням сучасних технологій. Неможливо досягти суттєвих зрушень у цьому процесі без введення відповідних інновацій. Діяльність спеціалістів сімейної медицини сьогодні потребує високого рівня інформаційного забезпечення, оскільки сімейний лікар виконує більше обов'язків, ніж їх виконував лікар-терапевт. Багато свого часу медичні працівники витрачають на заповнення документів на паперових носіях (цей факт підтверджує проведення анкетування медичного персоналу). Впровадження сучасних медичних технологій дасть змогу підвищити якість надання послуг сімейної медицини. Тому використання сучасного комп'ютерного та програмного забезпечення є важливим під час економічного управління у сфері охорони здоров'я [12, с. 327-330].

Про необхідність широкого залучення інформаційних систем і технологій у процес надання медичних послуг зазначає значна кількість вчених, окремі з яких вважають, що інформатизація медичних послуг – це один із пріоритетних напрямів розвитку сучасного технічного прогресу. Особливого значення набули завдання збереження інформації про пацієнтів, статистичний аналіз, швидкий доступ до даних тощо [2; 6]. Важливим є підвищення ефективності праці сімейного лікаря, уникнення помилок під час діагностики та запису інформації до баз даних, стандартизація основних процедур [5; 15].

Проте для забезпечення ефективного впровадження інформаційних систем і технологій у будь-яку сферу господарської діяльності слід забезпечити необхідні умови, які сприятимуть безперешкодному переходу до нової системи управління процесом надання послуг в умовах комп'ютеризації. До основних із них в медичній сфері слід віднести:

- визначення організаційної структури медичної установи;
- проведення реінжинірингу управлінської системи медичної установи;
- навчання персоналу базовим комп'ютерним знанням;
- придбання необхідного технічного забезпечення (комп'ютерної техніки, мережових засобів тощо);
- вибір спеціалізованого програмного забезпечення, що враховуватиме специфіку медичної установи;
- навчання персоналу роботі з спеціалізованим програмним забезпеченням;
- розробку інформаційного веб-сайту медичної установи;
- інформування пацієнтів про можливості доступу до інформаційного веб-сайту та індивідуальних даних пацієнта тощо.

Розглядаючи процес комп'ютеризації обліково-аналітичної системи закладів сімейної медицини, що забезпечують надання послуг, як один із можливих варіантів організації обліку, можна виділити основні переваги її застосування в сучасних умовах розвитку економіки:

- 1) підвищення якості облікової інформації про надані медичні послуги;
- 2) пришвидшення обробки облікової інформації про надані медичні послуги та можливість формування бухгалтерських звітів у необхідних для користувачів розрізах (за відділеннями, кабінетами (палатами), працівниками, пацієнтами, клієнтами, послугами тощо);
- 3) мінімізація втрат облікової інформації через втрату паперової медичної картки пацієнта;
- 4) можливість позбутися залежності від проблеми "почерку лікаря" та необхідності повторного введення даних в облікову систему;
- 5) швидкий доступ до інформації як для лікарів, так і для пацієнтів медичної установи;
- 6) можливість електронного заповнення медичних карток та автоматичного формування необхідних звітів;

7) можливість постійного та віддаленого доступу до необхідної інформації завдяки впровадженню інформаційного веб-сайту медичної установи;

8) можливість застосування експертних інформаційних систем для одержання додаткових консультацій;

9) економія часу пацієнта та медичного працівника завдяки попередньому запису на консультацію до лікаря;

10) можливість постійного інформування клієнтів та пацієнтів про всі заходи та зміни в системі ціноутворення медичної установи завдяки автоматичній розсилці SMS-повідомлень тощо.

Більшість із наведених переваг одержується в результаті впровадження управлінських інформаційних систем і технологій у діяльність підприємств, що використовували ручну обробку даних. Отримуючи інформацію про кількість та тривалість відвідувань лікарів пацієнтами з амбулаторних карт, про взаєморозрахунки з пацієнтами, про наявні знижки та націнки на послуги, про витрати на утримання медичного персоналу, їх премії та доплати, експлуатаційні витрати та інші витрати, створюються всі необхідні передумови для забезпечення ефективного управління установою сімейної медицини та калькулювання вартості наданих послуг. Інша частина переваг не лише стосується підвищення ефективності управління медичною установою, а передбачає вдосконалення якісного рівня обслуговування пацієнтів та клієнтів шляхом активізації взаємовідносин із ними через інформаційний веб-сайт медичної установи.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В умовах сьогодення, що характеризуються динамізацією економічних відносин та зміщенням акцентів на стратегічні аспекти функціонування, ефективне управління окремими бізнес-процесами або підприємствами є неможливим без використання сучасних інформаційно-комп'ютерних технологій. Це зумовлює необхідність їх активного запровадження при організації системи бухгалтерського обліку в процесі надання послуг сімейної медицини.

Використання інформаційних технологій у роботі установ сімейної медицини значно спрощує низку робочих процесів і підвищує їх ефективність при наданні послуг сімейної медицини. Окрім традиційних переваг, які дозволяє забезпечити комп'ютеризація процедур обробки обліково-аналітичної інформації та її передачі користувачам, основною перевагою для медичних установ є створення єдиного інформаційного простору, аналітична обробка якого дозволяє підвищити ефективність управлінських рішень менеджменту, з одного боку, та підвищити рівень лояльності пацієнтів і клієнтів до медичної установи шляхом підвищення якості їх обслуговування, – з іншого. Реалізація такої функції інформаційної системи медичної установи в умовах сьогодення стала можливою завдяки поширенню засобів зв'язку з доступом до Інтернет та завдяки зміні традиційної моделі комунікації між людьми.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бухгалтерський облік: актуальні проблеми та рішення : монографія / [С. С. Герасименко, А. О. Єпіфанов, М. Д. Корінко та ін.]. – Суми : ДВНЗ “УАБС НБУ”, 2010. – 162 с.
2. Качмар В. О. Інформаційні технології в стандартизації та організації медичної реабілітації за методом проф. Козьякіна / Качмар В. О., Качмар О. О. – Львів : Папуга, 2007. – 104 с.
3. Кошкарів С. А. Внутрішньогосподарський оперативний облік і контроль у системі управління діяльністю виробничих підприємств : монографія / С. А. Кошкарів, В. І. Бачинський, П. О. Куцик. – Чернівці : Золоті литаври, 2012. – 259 с.
4. Лучко М. Р. Організація інформаційних систем і технологій обліку в бюджетних установах : навчальний посібник / М. Р. Лучко, Н. М. Хорунжак. – Тернопіль : Видавець Стародубець В. О., 2002. – 178 с.
5. Мацуга О. М. Інформаційна технологія обробки неоднорідних медичних даних для підтримки прийняття рішень під час діагностики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. техн. наук : спец. 05.13.06 “Інформаційні технології” / О. М. Мацуга. – Дніпропетровськ, 2007. – 18 с.
6. Мацуга О. М. Практична реалізація системи DROZD у системі медичного моніторингу / О. М. Мацуга // Актуальні проблеми автоматизації та інформаційних технологій. – Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. ун-ту, 2005. – Т. 9. – С. 22-33.
7. Мних Є. В. Організація автоматизованих робочих місць облікового персоналу : навч. посіб. / Є. В. Мних, Є. І. Цікало, Р. М. Бунь; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2004. – 166 с.
8. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. / О. Б. Моргулець. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
9. Свірко С. В. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: методологія та організація : монографія / С. В. Свірко. – К. : КНЕУ, 2006. – 244 с.
10. Сисюк С. В. Визначення вартості платних медичних послуг та їх облікове забезпечення / С. В. Сисюк, Н. М. Зорій // Економічні науки. – 2010. – № 2(6). – С. 181-186.
11. Терещенко Л. О. Інформаційні системи і технології в обліку / Л. О. Терещенко, І. І. Матієнко-Зубенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 187 с.
12. Фуртак І. І. Інформаційне забезпечення менеджменту сімейної медицини / І. І. Фуртак, І. М. Паробецька, Н. В. Верес, Б. М. Самчук // Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Львів : Медицина і право, 2007. – 352 с.
13. Хорунжак Н. М. Проблеми та перспективи комп'ютеризації обліку в бюджетних установах / Хорунжак Н. М., Сисюк С. В. // Економіка і регіон. – 2009. – №1(20). – С. 142-146.
14. Шкарабан С. Принципи та умови організації оперативного економічного аналізу на підприємстві / С. Шкарабан // Економічний аналіз. – Тернопіль, 2009. – Вип. 4. – С. 11-12.

15. Person-Centered Health Records: Toward HealthPeople / J. Demetriades, R. Kolodner, G. Christopherson, eds. – 2005. – 279 p.

REFERENCES

1. *Bukhhalters'kyj oblik: aktual'ni problemy ta rishennia*, S. S. Herasymenko, A. O. Yepifanov, M. D. Korin'ko ta in. (2010), DVNZ “UABS NBU”, Sumy, 162 s.
2. Kachmar, V. O. and Kachmar, O. O. (2007), *Informatsijni tekhnologii v standartyzatsii ta orhanizatsii medychnoi reabilitatsii za metodom prof. Koziavkina*, Papuha, L'viv, 104 s.
3. Koshkarov, S. A. Bachyns'kyj, V. I. and Kutsyk, P. O. (2012), *Vnutrishn'ohospodars'kyj operatyvnyj oblik i kontrol' u systemi upravlinnia diial'nistiu vyrobnychych pidpriemstv*, Zoloti lytavry, Chernivtsi, 259 s.
4. Luchko, M. R. and Khorunzhak, N. M. (2002), *Orhanizatsiia informatsijnykh system i tekhnologij obliku v biudzhetykh ustanovakh: navchal'nyj posibnyk*, Vydavets' Starodubets' V. O., Ternopil', 178 s.
5. Matsuha, O. M. (2007), *Informatsijna tekhnologhiia obrobky neodnorodnykh medychnykh danykh dlia pidtrymky pryjniattia rishen' pid chas diahnostryky* : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. tekhn. nauk : spets. 05.13.06 “Informatsijni tekhnologii”, Dnipropetrovs'k, 18 s.
6. Matsuha, O. M. (2005), *Praktychna realizatsiia systemy DROZD u systemi medychnoho monitorynhu, Aktual'ni problemy avtomatyzatsii ta informatsijnykh tekhnologij*, Vyd-vo Dnipropetr. un-tu, Dnipropetrovs'k, T. 9, s. 22-33.
7. Mnykh, Ye. V. Tsikalo, Ye. I. and Bun', R. M. (2004), *Orhanizatsiia avtomatyzovanykh robochykh mist' oblikovoho personalu*, L'viv. nats. un-t im. I. Franka, L'viv, 166 s.
8. Morhulets', O. B. (2012), *Menedzhment u sferi posluh*, Tsentr uchbovoi literatury, K., 384 s.
9. Svirko, S. V. (2006), *Bukhhalters'kyj oblik u biudzhetykh ustanovakh: metodolohiia ta orhanizatsiia*, KNEU, Kyiv, 244 s.
10. Sysiuk, S. V. and Zorij, N. M. (2010), *Vyznachennia vartosti platnykh medychnykh posluh ta ikh oblikove zabezpechennia*, *Ekonomichni nauky*, № 2(6). – S. 181-186.
11. Tereschenko, L. O. and Matiienko-Zubenko, I. I. (2004), *Informatsijni systemy i tekhnologii v obliku*, KNEU, Kyiv, 187 s.
12. Furtak, I. I. Parobets'ka, I. M. Veres, N. V. and Samchuk, B. M. (2007), *Informatsijne zabezpechennia menedzhmentu simejnoi medytsyny*, *Materialy I Vseukrains'koi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Medytsyna i pravo, L'viv, 352 s.
13. Khorunzhak, N. M. and Sysiuk, S. V. (2009), *Problemy ta perspektyvy komp'uteryzatsii obliku v biudzhetykh ustanovakh*, *Ekonomika i rehion*, №1(20), s. 142-146.
14. Shkaraban S. (2009), *Pryntsypy ta umovy orhanizatsii operatyvnoho ekonomichnoho analizu na pidpriemstvi*, *Ekonomichnyj analiz*, vyp. 4, Ternopil', s. 11-12.
15. Person-Centered Health Records: Toward HealthPeople, J. Demetriades, R. Kolodner, G. Christopherson, eds (2005), 279 p.

Миценко Н. Г.,

к.е.н., проф. кафедри економіки підприємства, Львівська комерційна академія, м. Львів

ФОРМУВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ ТОВАРНОГО ОБІГУ

Анотація. В статті розглянуто теоретико-методологічні засади формування інтегрованих економічних систем у сфері товарного обігу за участю підприємств споживчої кооперації. Систематизовані трактування категорії "інтеграція", уточнено визначення інтеграції суб'єктів господарювання та інтеграції за участю підприємств споживчої кооперації. Доведена необхідність інтеграційних процесів у діяльності підприємств споживчої кооперації. З використанням кореляційного аналізу оцінена щільність інтеграційних зв'язків між підприємствами різних галузей споживчої кооперації. Визначені сутність та переваги інтегрованої економічної системи за участю підприємств споживчої кооперації, представлено та охарактеризовано її мультиваріантну модель. Виокремлені макро- та мікроекономічні умови для формування інтегрованих економічних систем, обґрунтовано використання таксономічного аналізу для оцінювання рівня їх сформованості. Запропонована організаційна структура інтегрованої економічної системи за участю підприємств споживчої кооперації. Подальших досліджень потребує розробка методичних підходів до оцінювання економічного та соціального ефекту від участі підприємств споживчої кооперації в інтегрованих економічних системах.

Ключові слова: інтеграція, інтегрована економічна система, модель інтегрованої системи, передумови формування, оцінка сформованості умов для створення інтегрованої системи, організаційна структура інтегрованої економічної системи.

Mitsenko N. G.,

Ph.D., Professor, Professor of the Department of Economics of Enterprise, Lviv Academy of Commerce, Lviv

FORMATION OF INTEGRATED ECONOMIC SYSTEMS IN THE COMMODITY TURNOVER SPHERE

Abstract. In the article the theoretical and methodological principles of integrated economic systems formation in the commodity turnover sphere between consumer cooperative enterprises are examined. The interpretation of the category "integration" is systematized and the definition of business entities integration and integration in cooperation with consumer cooperatives is clarified. The necessity of integration processes in the enterprise consumer cooperation is grounded. Using correlation analysis the density of integration ties among enterprises of different sectors of consumer cooperatives is estimated. The essence and benefits of an integrated economic system in cooperation with consumer cooperative enterprises are determined and its multivariate model is presented and described. Macro and microeconomic conditions for the formation of integrated economic systems are singled out and application of taxonomic analysis to evaluate their level of development is grounded. The organizational structure of an integrated economic system in cooperation with consumer cooperative enterprises is proposed. Further research is needed to develop methodological approaches for evaluating economic and social effect of consumer cooperatives enterprises in integrated economic systems.

Keywords: integration, integrated economic system, model of integrated system, prerequisites for the formation, evaluation of conditions for formation of an integrated system, the organizational structure of the integrated economic system.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України намітилися негативні тенденції в діяльності вітчизняних підприємств, у тому числі сповільнення темпів зростання, а в окремих видах діяльності – скорочення обсягів виробництва продукції (робіт, послуг), негативними наслідками чого стали проблеми із зайнятістю та оплатою праці, створенням доданої вартості та ВВП, зменшення темпів приросту податкових над-

ходжень, посилення структурних вад розвитку внутрішнього ринку, зокрема зростання імпортозалежності, постачання продукції невисокої якості. Попри обумовленість цієї ситуації наслідками фінансово-економічної кризи та політико-економічної нестабільності, чинниками недостатності інституційних зрушень та структурних реформ, до зниження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств призвів фактор втрати виробничо-господарських секто-

рально-галузових зв'язків, функціональної та вертикальної кооперації, нестачі потужних виробничо-торговельних систем.

Глобалізація економіки, зростання відкритості та загострення конкуренції на внутрішньому ринку України призвели й до суттєвого послаблення позицій суб'єктів споживчої кооперації як у сферах заготівель, виробництва, так і в торгівлі, сфері послуг, зниження її можливостей щодо реалізації соціальної місії. У цих умовах актуалізується пошук механізмів та засобів формування інтегрованих економічних систем, участь в яких перспективна для кооперативних підприємств з огляду на досвід заготівельної та переробної діяльності, наявність матеріально-технічної бази, інтелектуально-кадрового потенціалу, розвиненої, територіально розгалуженої й розміщеної в усіх областях країни мережі об'єктів системи, інформаційно-комунікаційні можливості та позитивний, історично набутий імідж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти розвитку інтегрованих економічних систем, зокрема в АПК, у т. ч. за участю підприємств споживчої кооперації, досліджуються у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як В. Апопій [3], Г. Башнянин [4], О. Березін, Л. Березіна [5], Л. Ганущак-Єфіменко [6], В. Геєць, Ф. Горбонос [1], В. Гончаренко, Г. Гутман, І. Денисова, В. Зіновчук, Є. Ісаєнко, С. Іткулов [10], Н. Карпенко, О. Лебедєв, І. Лукінов, М. Малік [11], І. Маркіна, В. Месель-Веселяк, Л. Молдаван, А. Пантелеймоненко, П. Саблук, В. Ситник, Г. Скляр [16], І. Сторонянська [17], А. Фрідман, Г. Черевко [19] та ін. Позитивно оцінюючи наукові надбання вчених у вирішенні проблем АПК, використанні потенціалу кооперації в аграрних перетвореннях, обґрунтуванні необхідності та шляхів розвитку інтеграційних процесів, ролі й місця споживчої кооперації на сільському ринку товарів і послуг, слід зазначити, що відсутні комплексні наукові дослідження з проблем інтеграції підприємств споживчої кооперації з іншими суб'єктами АПК; наявні наукові публікації розглядають окремі фрагментарні аспекти виробничо-комерційної взаємодії та господарських зв'язків кооперативних підприємств.

Постановка завдання. Мета статті – узагальнення наукових поглядів щодо категорії “інтеграція”, обґрунтування концептуальних засад формування інтегрованих економічних систем за участю підприємств споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтеграція як економічна категорія почала досліджуватися на початку ХХ ст. у процесі вивчення міжнародних інтеграційних процесів та в подальшому еволюціонувала в межах теорій організації, транзакційних витрат, логістичного управління, агентських відносин, соціального обміну, інформаційної вартості та ін. Узагальнення трактувань категорії “інтеграція” вітчизняними та зарубіжними вченими дозволило систематизувати точки зору науковців за основними напрямками (табл. 1) та уточнити визна-

чення інтеграції суб'єктів господарювання як процесу їх організаційних трансформацій та створення цілісного господарського механізму з метою досягнення спільної стратегічної мети через об'єднання діяльності щодо її досягнення, посилення взаємодії та координацію бізнес-процесів, упорядкування компетенцій та відповідальності, взаємоузгоджене використання потенціалу.

Формування інтегрованих структур у сфері товарного обігу в умовах фінансово-економічної кризи є нагальною потребою, що визначається вимогами ринку, європейськими орієнтирами розвитку вітчизняної економіки. Відомий вітчизняний теоретик кооперації І. Лукінов наголошував, що з поглибленням спеціалізації посилюються тенденції до кооперування, створення інтегрованих форм виробництва й товарного обігу [11, с. 168]. Г. Черевко звертає увагу, що базисом формування інтегрованих структур має бути не стільки галузева, скільки територіальна організація економіки, що обумовлює доцільність створення інтеграційних об'єднань на засадах територіальної локалізації суб'єктів інтеграційної взаємодії [19, с. 28]. Створення інтегрованих економічних систем, здатних залучити, об'єднати та максимально ефективно реалізувати ресурсний потенціал учасників, розташованих на певній території, включно зі зміцненням галузево-секторальних та функціональних зв'язків між ними, дозволяє їм отримати синергетичний ефект, значно вищий за сумарні можливості та ефективність відособленого функціонування.

Особливо високу актуальність має формування інтегрованих економічних систем за участю підприємств споживчої кооперації. З одного боку, розвиток інтегрованих систем здатний посилити соціальну функцію споживчої кооперації через вирішення суспільних проблем сільських територій, ефективне використання досвіду співпраці з сільським населенням та обслуговування його потреб, орієнтацію кооперативних підприємств на реалізацію її соціальної місії. З іншого боку, він обумовлений економічними реаліями та послабленням позицій підприємств споживчої кооперації на внутрішньому ринку. Формування інтегрованих економічних систем за участю кооперативних підприємств орієнтоване на істотне посилення їх конкурентних переваг та підвищення ефективності господарювання, реалізацію наявного економічного потенціалу. Тому вважаємо доцільним розглядати інтеграцію за участю підприємств споживчої кооперації як об'єднання підприємств споживчої кооперації з іншими суб'єктами АПК на основі процесів спеціалізації та концентрації й створення цілісного господарського механізму шляхом узгодження економічних інтересів, координації бізнес-процесів та зв'язків, оптимізації розмірів та спільного ефективного використання ресурсного потенціалу, обміну компетенціями та знаннями для досягнення єдиної інтеграційної мети. Стратегічними цілями формування інтегрованих економічних систем за участю підприємств споживчої кооперації є забезпечення розширеного відтворення ресурсного потенціалу учасників системи за рахунок створення значної доданої

вартості та забезпечення високої ефективності на основі синергетичного ефекту та економії на масштабах діяльності; нарощування обсягів діяльності та покращення ринкових позицій шляхом підвищення конкурентоспроможності продукції (через використання органічної сировини, імпортозаміщення, брендування), оптимізації витрат та цінової політики як

результату більш системного управління функціонально-технологічним процесом; покращення параметрів життєздатності та економічної безпеки підприємств споживчої кооперації; реалізація соціальної місії кооперативних підприємств через підвищення якості життя населення та соціально-економічний розвиток сільських територій.

Таблиця 1

Систематизація авторських визначень категорії “інтеграція”

Автор, джерело	Визначення
1	2
<i>Інтеграція як наукова абстракція</i>	
М. Альошин [2, с. 18]	Організаційно-економічне злиття двох або більше елементів у єдине ціле, при якому з'являється нова якість
Економічна енциклопедія [8]	Об'єднання в ціле будь-яких окремих частин
Філософська енциклопедія [18]	Сторона процесу розвитку, пов'язана з об'єднанням у ціле раніше різнорідних частин та елементів; процеси інтеграції можуть мати місце як у межах існуючої системи – тоді вони ведуть до підвищення рівня її цілісності та організованості, так і при виникненні нової системи з раніше непов'язаних елементів
<i>Інтеграція як процес організаційних трансформацій</i>	
І. Сторонянська, С. Шульц [17, с. 11]	Переpletення, взаємопроникнення і зрощення відтворювальних процесів різних суб'єктів господарювання, розділених у просторі, перетворення їх у цілісний господарський механізм, що призводить до глибоких структурних змін усередині них
О. Чорна [21]	Організаційно-економічний процес об'єднання, взаємопроникнення суб'єктів господарювання різних форм власності з метою укріплення конкурентоспроможності й підвищення ефективності функціонування
Г. Головченко [7, с. 24-25]	Пронизує всі сторони економічних відносин на всіх стадіях виробничого циклу, розглядається з погляду зміцнення зв'язків між суб'єктами як елементами системи, об'єднання їх у єдине ціле й виникнення структурної, функціональної форми організації виробництва
Л. Ганушак-Єфіменко [6, с. 76]	Налагодження виробничо-технологічних й управлінських зв'язків шляхом консолідації зацікавлених сторін на основі визначених принципів, що призводить до спільного використання ресурсів, об'єднання капіталів, збуту виробленої продукції заради створення сприятливих умов ведення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності й отримання прибутку з урахуванням інтересів кожного учасника та розподілу відповідальності
Н. Чорна [20, с. 6]	Процес створення нової організаційної структури шляхом приєднання підприємством-інтегратором нових структурних одиниць з метою розширення присутності на ринку та набуття конкурентних переваг
А. Пилипенко [14, с. 113]	Як системне утворення, поєднує в собі інтегроване ціле (передбачає єдність окремих складових інтеграції, їх співвідношення), інтеграцію-процес (визначає стадію об'єднання складових частин у певному проміжку часу, їх трансформацію відповідно до змін, що відбулися в системі) та інтеграцію-результат (наслідок здійснення інтеграційного процесу певної системи)
Економічна енциклопедія [8]	Погоджений розвиток і взаємне доповнення підприємств, галузей економіки, регіонів і держав в інтересах більш ефективного використання ресурсів, повнішого задоволення потреб учасників процесу у відповідних товарах і послугах
<i>Інтеграція як системна сукупність суб'єктів</i>	
М. Штукарь [22, с. 9]	Процес формування, розвитку та поглиблення взаємодії двох чи кількох господарюючих суб'єктів у різних сферах (фінансовій, технологічній, організаційній і т. п.) на основі створення взаємопов'язаної економічної системи в інтересах досягнення власних цілей
Л. Самосьонюк [15, с. 127]	Взаємопроникнення, взаємопереплетення елементів систем, які, інтегруючись, утворюють єдиний та неподільний організм, функціонування якого є неможливим без налагодження дієвого механізму взаємодії цих елементів, без поглиблення їх спеціалізації та кооперації
І. Яцкевич [23, с. 477]	Процес економічної взаємодії двох або кількох суб'єктів господарювання, що приводить до зближення, взаємного проникнення, переплетіння обсягів діяльності, ресурсів та управлінського потенціалу, які здійснюють діяльність на основі економічного і виробничого співробітництва з метою підвищення ефективності діяльності на договірних засадах
Н. Пархоменко [13, с. 11-12]	Процес зближення, пристосування та об'єднання в єдине ціле раніше відокремлених частин, явищ, процесів, економічних суб'єктів в економічну систему, поглиблення їх взаємодії в результаті економічного й виробничого співробітництва, розвиток зв'язків між ними з метою досягнення ринкового змісту та відповідного кінцевого результату
С. Мочерний [9, с. 668]	Поступове зближення та об'єднання економічних суб'єктів у процесі їх взаємодії (взаємовпливу, взаємопроникнення, взаємозбагачення та ін.)
<i>Інтеграція як характеристика стану суб'єкта (системи)</i>	
А. Маршалл [12, с. 321]	Посилена глибина і міцність зв'язків між різними частинами виробничого організму, виявляється в таких формах, як зростання надійності комерційного кредиту, засобів і навичок спілкування
С. Іткулов [10, с. 28]	Стан пов'язаності окремих диференційованих частин та функцій системи в одне ціле, а також процес, що веде до такого стану
Г. Головченко [7, с. 24]	Властивість соціально-економічної системи, стан цілісності, упорядкованого функціонування частин цілого

Обґрунтовуючи наявність інституційних, економічних та організаційних можливостей для формування єдиного циклу в межах заготівель, переробки та реалізації продукції, відзначимо, що така інтегрована структура є складною штучною соціально-економічною системою, створюваною на базі окремого суб'єкта або сукупності підприємств системи споживчої кооперації (та інших позасистемних учасників), інституціонально та організаційно об'єднаних у межах єдиного технологічного процесу з використанням ресурсного потенціалу території функціонування для реалізації їх економічних інтересів. Система утворюється сукупністю взаємопов'язаних підсистем та елементів; її головними особливостями є більша ієрархія та вищий рівень складності побудови, істотна соціальна роль, диверсифікована та чітка функціональна спрямованість. До головних параметрів, які дозволяють описати систему, відносяться: підсистеми, елементи, структура, входи і виходи, модель функціонування, стан системи, умови її рівноваги і стійкості, видові ознаки та їх характеристики.

Зважаючи на те, що інтегрована економічна система типу “заготівлі – переробка – реалізація” поєднує в просторі й часі заготівельні, переробні та торговельні операції з метою кількісного та якісного забезпечення запитів ринку, нами запропоновано мультिवаріантну модель цієї системи за участю підприємств споживчої кооперації (рис. 1), яка передбачає учасників інтеграційних процесів, взаємозв'язки між ними, можливі варіанти створення інтегрованих структур, об'єднуючий вертикальний технологічний процес “заготівлі – переробка – реалізація”, механізм управління (доходами і витратами, ресурсами, організаційно-економічними структурами, функціональними процесами), ресурсний

потенціал інтеграції та інформаційну платформу інтеграційної взаємодії. При цьому завданням заготівельних підприємств системи має бути сировинно-ресурсне забезпечення переробних підприємств (якісною сировиною в необхідних обсягах та асортименті) та товарне забезпечення товарообороту торговельних підприємств і закладів ресторанного господарства (непереробленими сільгосппродуктами стандартної якості в обсягах та асортименті відповідно до попиту); потреби виробничих підприємств у сільгоспсировині та торговельних підприємств у товарних ресурсах сільськогосподарської продукції створюють економічні передумови розвитку заготівельної діяльності в інтегрованій економічній системі.

Належне започаткування діяльності та розвиток інтегрованих економічних систем потребує наявності сприятливих для цього макро- (інституційних, організаційних, економічних, соціально-психологічних, фінансово-ресурсних, адміністративних) та мікроекономічних (ресурсних, ринкових, інституціонально-правових, фахово-професійних, фінансово-економічних, організаційних, соціально-психологічних) умов. Їх чинники стосуються наявності та якості ресурсного забезпечення, характеристик інституціонального оформлення діяльності, стійкості та ефективності функціонування окремих підсистем, їх елементів, етапів технологічного процесу, фінансово-економічних передумов започаткування діяльності та доступу до ринків, знань і мотиваційних аспектів. При цьому поточний стан функціонування підприємств споживчої кооперації є важливою передумовою формування інтегрованих систем за їх участю (табл. 2).

Таблиця 2

Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств споживчої кооперації України за інтеграційно спорідненими галузями в 2000-2013 роках

Показники	Роки									
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Роздрібний товарооборот торговельної мережі, млн. грн.	1283,4	2130,4	2431,1	2727,0	3215,0	3309,2	3674,1	4249,4	4629,0	4505,3
Роздрібний товарооборот закладів ресторанного господарства, млн. грн.	293,1	479,9	516,8	604,7	672,0	675,0	694,0	714,4	736,1	647,4
Заготівельний оборот, млн. грн.	379,0	568,8	602,0	643,7	746,4	755,3	752,3	*	*	*
Обсяг промислового виробництва, млн. грн.	461,0	448,2	427,3	488,2	589,5	529,2	504,4	508,5	501,4	392,9
Валовий оборот, млн. грн.	2416,5	3627,3	3977,2	4463,6	5222,9	5268,7	5624,8	6188,5	5866,5	5545,6
Ланцюгові темпи росту валового обороту, %	101,7	118,2	109,6	112,2	117,0	100,9	106,8	110,0	94,8	94,5
Частка прибуткових підприємств, % до загальної кількості	62,7	90,1	92,7	94,9	97,0	97,3	99,2	98,9	98,5	98,2
Прибуток, млн. грн.	-62,1	34,5	56,4	113,7	146,0	101,9	85,0	105,6	125,0	164,4

*Показник не обліковується

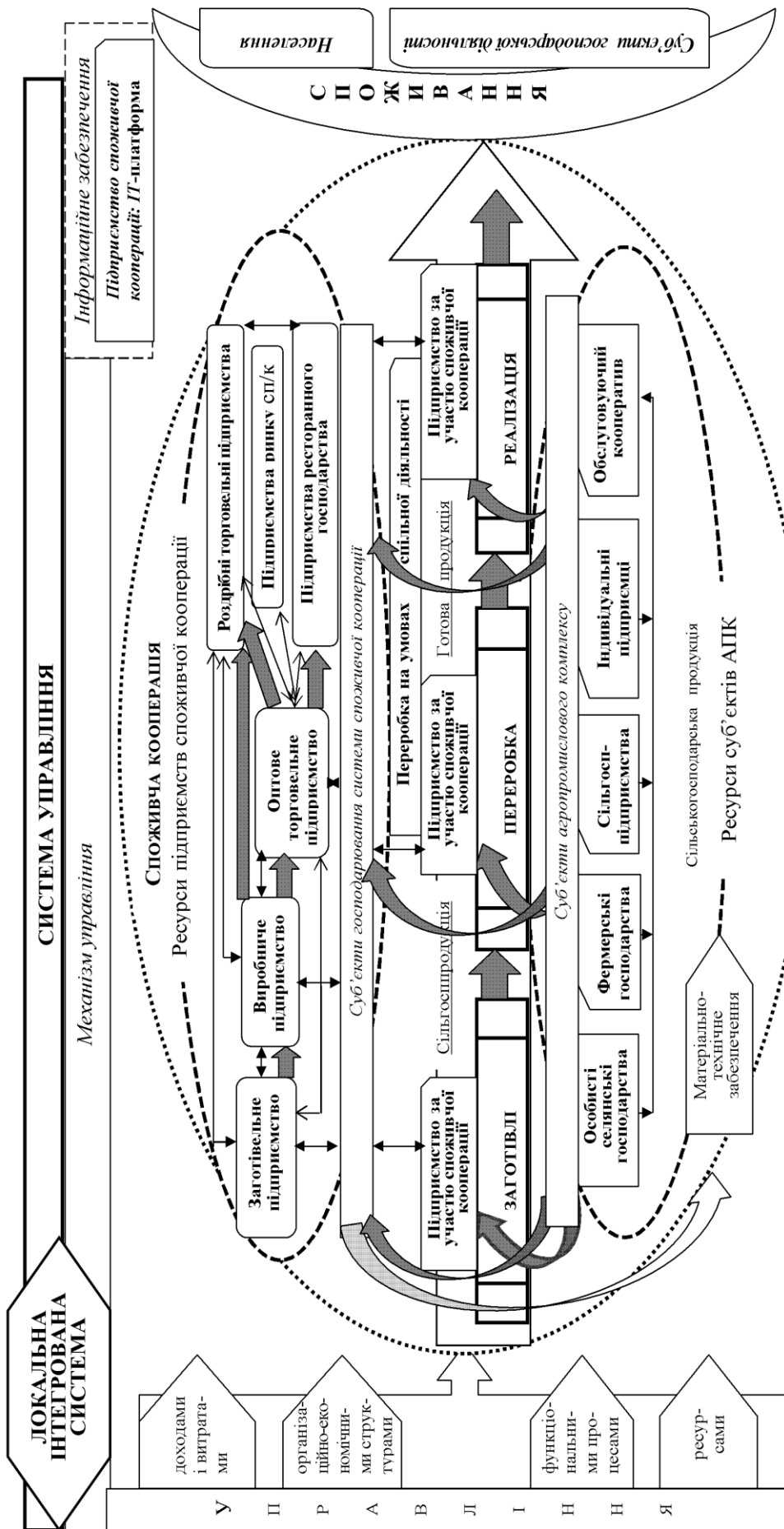


Рис. 1. Мультиваріантна модель локальної інтегрованої системи за участю підприємств споживчої кооперації

Вивчення показників діяльності кооперативних підприємств різних галузей за 2000-2014 рр. показало, що сучасний стан заготівельної діяльності кооперативних підприємств характеризується зменшенням обсягів заготівель аграрної продукції, скороченням кількості суб'єктів господарювання, втратою істотної частини матеріально-технічної бази. Значна кількість заготівельних підприємств споживчої кооперації витіснена з ринкових ніш конкурентами, більшість із яких здійснює заготівлі сільгосппродукції за межами правового поля України, не сплачуючи податків, розраховуючись за закуплену продукцію готівкою на місці. Водночас передумовами розвитку локальних інтегрованих систем за участю підприємств кооперативної переробної промисловості є наявність виробничих потужностей, можливість їх повнішого завантаження та раціонального використання, відпрацьовані технології виробництва та його наукове забезпечення, наближеність кооперативних підприємств до місць виробництва сільгосппродукції; локальні масштаби кооперативного виробництва, стабілізація купівельних фондів населення, активний розвиток єдиної торговельної мережі об'єктів споживчої кооперації на території країни. При цьому перспективи розвитку інтегрованих економічних систем за участю виробничих підприємств споживчої кооперації пов'язані із залученням інвестиційних ресурсів, техніко-технологічним оновленням виробництва та активними інноваційними процесами. В умовах спадної динаміки виробництва (у фізичному вимірі), звуження асортименту продтоварів при одночасному зниженні рівня завантаженості виробничих потужностей позитивні результати дає діяльність переробних підприємств, які працюють на засадах

тання кореляційного аналізу дозволило оцінити щільність інтеграційних зв'язків протягом досліджуваного періоду та виявити її високий рівень між підприємствами торгівлі й закладами ресторанного господарства ($R = 0,939$), заготівельними і виробничими підприємствами ($R = 0,826$), заготівельними підприємствами і закладами ресторанного господарства ($R = 0,817$). Інтеграційні зв'язки між закладами ресторанного господарства і виробничими підприємствами характеризуються як середні ($R = 0,661$), а між підприємствами роздрібною торгівлі та виробничими ($R = 0,490$) і заготівельними підприємствами ($R = 0,597$) – як помірні.

З метою оцінювання рівня сформованості умов для створення інтегрованих економічних систем за участю кооперативних підприємств нами використано інструментарій таксономічного аналізу. Вихідними даними слугувала матриця, складена зі стандартизованих ознак, представлених 34 вихідними показниками-індикаторами – детермінантами формування інтегрованих систем протягом 2000-2013 рр. Динаміка зміни інтегрального таксономічного показника представлена на рис. 2. Очевидно, що протягом 2004-2013 рр. значення таксономічного показника були досить високими (0,49-0,56), що підтверджує необхідність та доцільність участі підприємств споживчої кооперації в інтеграційних процесах у сфері АПК.

Враховуючи важливість формування нормативно-методичного базису організації та управління інтегрованими економічними системами, нами розроблено еталонну організаційну структуру такого типу об'єктів за участю підприємств споживчої кооперації, що уможливило їх створення та функціонування в усіх областях України.

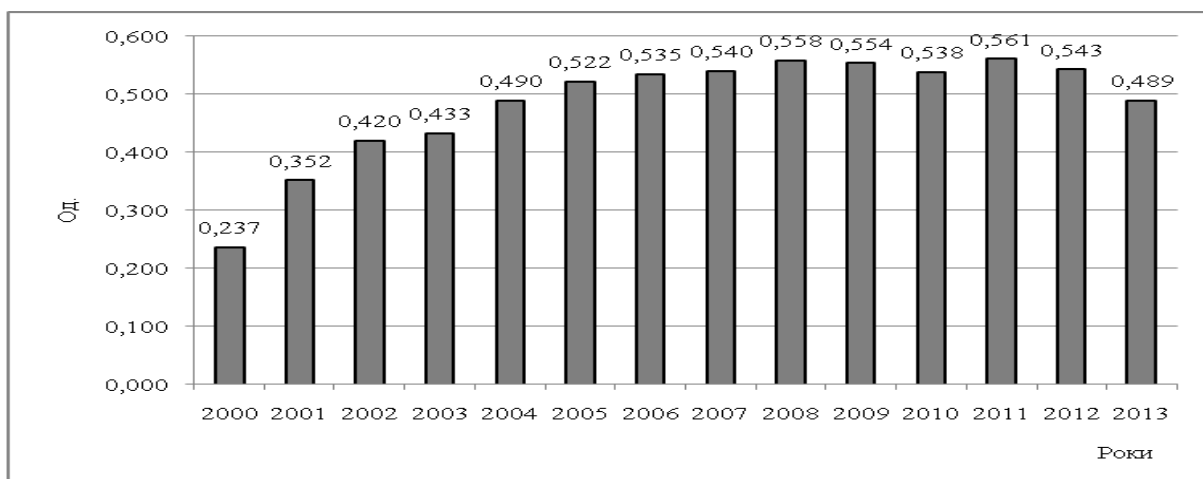


Рис. 2. Значення таксономічного показника рівня сформованості умов для створення інтегрованих економічних систем за участю підприємств споживчої кооперації у 2000-2013 рр.

внутрішньої інтеграції як із заготівельними, так і з торговельними підприємствами системи; завдяки виробництву споживчих товарів забезпечується до 10% їх роздрібного товарообороту.

Про потенціал економічної інтеграції свідчить наявність та щільність інтеграційних зв'язків між підприємствами різних галузей системи. Викорис-

Виробничо-технологічна структура учасників системи утворюється за трьома групами бізнес-процесів та з дотриманням пропонованої схеми взаємодії підприємств – учасників інтегрованих систем (рис. 3).

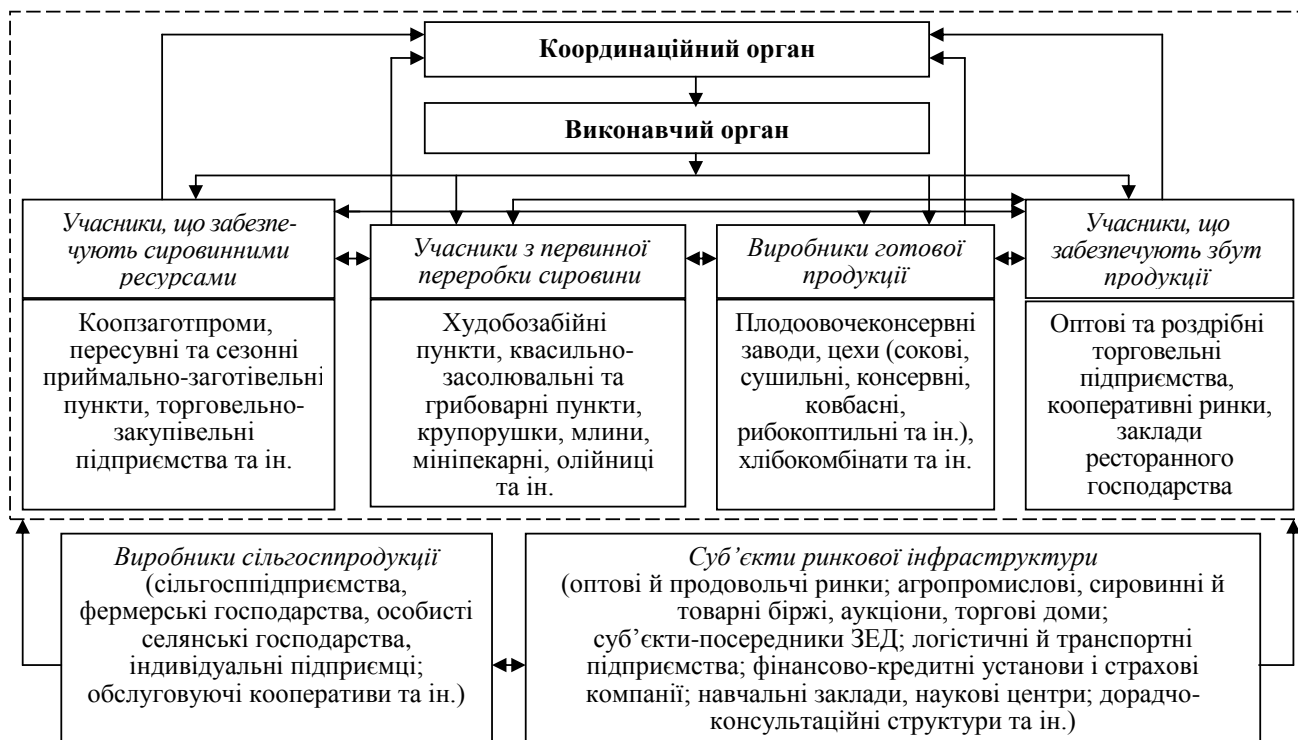


Рис. 3. Організаційна структура інтегрованої економічної системи за участю підприємств споживчої кооперації

Перевагами такого типу побудови організаційної структури є об'єднання техніко-технологічної бази підприємств та інноваційного потенціалу, утворення єдиної системи управління, досягнення високого рівня якості сировини і готової продукції, формування єдиного циклу виробництва та збуту продукції, забезпечення витрато- та ресурсоощадності.

Вищий рівень складності створення і управління розвитком інтегрованих економічних систем дозволяє стверджувати про необхідність врахування різних типів моделей таких систем: (1) з чітко відокремленими (суб'єктно) етапами технологічного процесу; (2) з об'єднаною заготівельно-переробною функцією; (3) з внутрішньоорганізаційною структурою; (4) з об'єднаною заготівельно-збутовою функцією. На основі цих концептуальних типів можуть формуватися більш досконалі й розлогі конфігурації систем, у т. ч. із урахуванням суб'єктів ринкової інфраструктури. Від обраної моделі, спеціалізації, маркетингової стратегії, особливостей району функціонування залежить і тип організаційної структури управління інтегрованою системою.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Економічна інтеграція, як форма спільного використання ресурсного потенціалу та функціональних можливостей, формування єдиного циклу виробництва і збуту продукції, в складних соціально-економічних умовах функціонування кооперативних підприємств є перспективним шляхом зміцнення їх конкурентних позицій та життєздатності, оскільки забезпечує досягнення нового змісту та кінцевого результату у вигляді ефекту масштабу, синергетичного ефекту, економії на трансакційних витратах.

Визначальними умовами участі підприємств споживчої кооперації в інтегрованих економічних системах є їх наближеність до безпосередніх виробників сільгосппродукції та наявність значних неосвоєних ресурсів товарів заготівель, виробничих потужностей заготівельних та переробних підприємств, розгалуженої торговельної мережі та закладів ресторанного господарства, техніко-технологічної бази та її науково-дослідного забезпечення, кваліфікованих кадрів. Перспективи розвитку інтегрованих економічних систем пов'язані з модернізацією матеріально-технічної бази, залученням інвестиційних ресурсів, активними інноваційними процесами.

Формування локальних інтегрованих систем за участю підприємств споживчої кооперації сприятиме активізації та підвищенню ефективності її діяльності, розвитку сільських територій та зростанню якості життя населення шляхом утворення єдиного технологічного процесу, залучення сировинних ресурсів особистих селянських та фермерських господарств, організації виробництва якісних та безпечних продовольчих товарів, реалізації як непереробленої сільгосппродукції, так і продуктів її переробки через потужну мережу роздрівної торгівлі, кооперативних ринків та закладів ресторанного господарства, формування багатокладного конкурентоспроможного в умовах євроінтеграції агропромислового комплексу країни.

Подальших досліджень потребує розробка методичних підходів до оцінювання економічного та соціального ефекту від участі підприємств споживчої кооперації в інтегрованих економічних системах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аграрна політика в умовах ринкової трансформації економіки агропромислового комплексу : монографія / [за заг. ред. П. С. Березівського]. – Львів : ЛДАУ, 2006. – С. 223-228.

2. Алешин М. Интеграция фиктивного и реального капитала в финансово-промышленных группах и холдингах / М. Алешин // Маркетинг. – 2004. – № 3 (76). – С. 17-27.

3. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія / В. В. Апопій. – Львів : Вид-во ЛКА, 2007. – 368 с.

4. Башнянин Г. І. Кооперативні системи: проблеми трансформації за умов ринкової транзиції / Г. І. Башнянин, А. Г. Драбовський, В. В. Іжевський. – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – 414 с.

5. Березина Л. М. Інтеграційні процеси підприємств АПК: організаційно-економічні аспекти / Л. М. Березина // Економіка сьогодні: актуальні питання та перспективи : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ, 2013. – № 2. – С. 175-182.

6. Ганущак-Єфіменко Л. М. Економічна інтеграція як основа розвитку підприємств малого і середнього бізнесу / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 3 (141). – С. 70-77.

7. Головченко Г. Еволюція та сутність інтеграції як економічної категорії / Г. Головченко // Економічний вісник НГУ. – 2009. – № 4. – С. 21-25.

8. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://studentbooks.com.ua/content/view/36/39/>

9. Економічна енциклопедія : у трьох томах / [редкол. С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]. – К. : Видав. центр “Академія”, 2000. – Т. 1. – 864 с.

10. Иткулов С. Г. Развитие интегрированного кооперативного сектора экономики: теория, методология, практика : автореф. дис. на соискание уч. степени доктора экон. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг) / С. Г. Иткулов. – Белгород, 2009. – 56 с.

11. Малік М. Й. Розвиток кооперативної ідеї в контексті наукових доробок І. І. Лукінова / М. Й. Малік // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С. 167-169.

12. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – [8-е изд.]. – М. : Директмедиа Паблишинг, 2008. – Т. 1. – 408 с.

13. Пархоменко Н. М. Інтеграційні процеси споживчої кооперації: регіональні аспекти : дис. ... канд. экон. наук : 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Н. М. Пархоменко. – Полтава, 2004. – 222 с.

14. Пилипенко А. А. Стратегічна інтеграція підприємств: механізм управління та моделювання розвитку : монографія / А. А. Пилипенко. – Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2008. – 380 с.

15. Самосьонко Л. М. Дослідження інноваційної інтеграції як економічної категорії / Л. М. Самосьонко // Бізнес Інформ : наук. журнал. – Х. : ВД “Інжек”, 2012. – № 9. – С. 127-132.

16. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці : монографія / Г. П. Скляр. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 279 с.

17. Сторонянська І. З. Міжрегіональна інтеграція в Україні : монографія / І. З. Сторонянська, С. Л. Шульц. – Львів : Арал, 2007. – 292 с.

18. Философская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2360/ИНТЕГРАЦИЯ.

19. Черевко Г. В. Інтеграційні процеси в АПК: перспективи залучення до них підприємств споживчої кооперації / Г. В. Черевко // Вісник ЛКА : зб. наук. праць. – Львів : Видавництво ЛКА, 2015. – Вип. 47. – С. 24-29. – (Серія економічна).

20. Чорна Н. Ю. Основні напрямки підвищення ефективності вертикальних інтеграційних об'єднань : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук : спец. 08.00.04 “Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)” / Н. Ю. Чорна. – К., 2013. – 22 с.

21. Чорна О. Ю. Дефініції інтеграції [Електронний ресурс] / О. Ю. Чорна. – Режим доступу : http://vuzlib.com.ua/articles/book/1443-Definicii_integracii/1.html.

22. Штукарь М. А. Развитие интеграционных процессов в заготовительно-перерабатывающем комплексе потребительской кооперации : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 “Экономика и управление народным хозяйством” (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – сфера услуг) / М. А. Штукарь. – Белгород, 2004. – 24 с.

23. Яцкевич І. До питання про зміст поняття інтеграції суб'єктів підприємницької діяльності / І. Яцкевич // Журнал європейської економіки. – Тернопіль : ТНЕУ, 2013. – Т. 12. – № 4. – С. 473-483.

REFERENCES

1. Bereziv'skyj, P. S. (2006), *Ahrarna polityka v umovakh rynkovoї transformatsii ekonomiky ahro-promyslovoho kompleksu* [Agricultural policy in a market economy transformation agriculture], LDAU, Lviv, Ukraine.

2. Aleshin, M. (2004), “Integracija fiktivnogo i real'nogo kapitala v finansovo-promyshlennyh gruppah i holdingah”, *Marketing*, vol. 3 (76), pp. 17-27.

3. Apopij, V. V. (2007), *Vnutrishnia torhivlia ta APK Ukrainy: efektyvnist' vzaiemodii* [Internal trade and agriculture Ukraine: the effectiveness of interaction], LKA, Lviv, Ukraine.

4. Bashnianyn, H. I., Drabov'skyj, A. H., Izhev'skyj, V. V. (2009), *Kooperatyvni systemy: problemy transformatsii za umov rynkovoї tranzycji* [Cooperative systems: problems of transformation in a market transitions], LKA, Lviv, Ukraine.

5. Berezina, L. M. (2013), “Intehratsijni protsesy pidpriemstv APK: orhanizatsijno-ekonomichni aspekty”, *Ekonomika s'ohodennia: aktual'ni pytannia ta perspektyvy*, vol. 2, pp. 175-182.

6. Hanuschak-Yefimenko, L. M. (2013), "Ekonomichna intehtatsiia iak osnova rozvytku pidpriemstv maloho i seredn'oho biznesu", *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 3 (141), pp. 70-77.
7. Holovchenko, H. (2009), "Evoliutsiia ta sutnist' intehtatsii iak ekonomichnoi katehorii", *Ekonomichnyy visnyk NHU*, vol. 4, pp. 21-25.
8. Ekonomichna entsyklopediia [Online], available at: <http://studentbooks.com.ua/content/view/36/39/>
9. Mochernyj, S. V. (2002), *Ekonomichna entsyklopediia* [Economic encyclopedia], Akademiia, Kyiv, Ukraine.
10. Itkulov, S. G. (2009), "Razvitie integrirovannogo kooperativnogo sektora jekonomiki: teorija, metodologija, praktika", E.D. Thesis, Economy and management of a national economy (economy, the organization and management of enterprises, branches, complexes), Belgorod, Russia.
11. Malik, M. J. (2011), "Rozvytok kooperativnoi idei v konteksti naukovykh dorobok I. I. Lukinova", *Ekonomika APK*, vol. 2, pp.167-169.
12. Marshall, A. (2008), *Principy jekonomicheskoy nauki* [The principles of economics], vol. 1, Direktmedia Publishing, Moscow, Russia.
13. Parkhomenko, N. M. (2004), "Intehtatsijni protsesy spozhyvchoi kooperatsii: rehional'ni aspekty", Dissertation, Placement of the productive forces and regional economy, Poltava, Ukraine.
14. Pylypenko, A. A. (2008), *Stratehichna intehtatsiia pidpriemstv: mekhanizm upravlinnia ta modeliuвання rozvytku* [Strategic integration of enterprises: mechanism of control and simulation], INZhEK, Kharkiv, Ukraine.
15. Samos'onok, L. M. (2012), "Doslidzhennia innovatsijnoi intehtatsii iak ekonomichnoi katehorii", *Biznes Inform*, vol. 9, pp. 127-132.
16. Skliar, H. P. (2008), *Ekonomichni umovy i protyrichchia rozvytku spozhyvchoi kooperatsii v perekhidnij ekonomitsi*, [Economic conditions and contradictions of consumer cooperatives in transition economies], RVV PUSKU, Poltava, Ukraine.
17. Storonians'ka, I. Z., Shul'ts, S. L. (2007), *Mizhrehional'na intehtatsiia v Ukraini*, [Inter-regional integration in Ukraine], Aral, L'viv, Ukraine.
18. Filosofskaja jenciklopedija [Online], available at: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/2360/ИНТЕГРАЦИЯ
19. Cherevko, H. V. (2015), "Intehtatsijni protsesy v APK: perspektyvy zaluchennia do nykh pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii", *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii*, vol. 47, pp. 24-29.
20. Chorna, N. Yu. (2013), "Osnovni napriamky pidvyschennia efektyvnosti vertykal'nykh intehtatsijnykh ob'iednan", E.C. Thesis, Economics and management of enterprises (by economic activities), Kyiv, Ukraine.
21. Chorna, O. Yu. Definitcii intehtatsii [Online], available at: http://vuzlib.com.ua/articles/book/1443-Definicii_integracii/1.html
22. Shtukar', M. A. (2004), "Razvitie integracjonnyh processov v zagotovitel'no-pererabatyvajushem komplekse potrebitel'skoj kooperacii", E. C. Thesis, Economy and management of a national economy (economy, the organization and management of enterprises, branches, complexes), Belgorod, Russia.
23. Yatskevych, I. (2013), "Do pytannia pro zmist poniattia intehtatsii sub'ektiv pidpriemnyts'koi diial'nosti", *Zhurnal ievropejs'koi ekonomiky*, vol. 12, part 4, pp. 473-483.

Мазярко І. С.,
аспірант, Львівська комерційна академія, м. Львів

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОГО ДІАЛОГУ В МЕЖАХ СТВОРЕННЯ ДІЄВОЇ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА У ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті розглянуто сутність, особливості та принципи соціального діалогу як передумови формування дієвої системи соціального партнерства в торгівлі. Визначено вплив розвитку соціального партнерства на продуктивність найманої праці і, як результат, на ефективність господарської діяльності суб'єктів торгівлі. Розглянуто принципи організації праці, на яких формуються засади соціального діалогу в контексті регулювання трудових відносин. Запропоновано основні вектори розвитку соціального діалогу в торгівлі у процесі поєднання інтересів усіх суб'єктів господарських відносин.

Ключові слова: соціальний діалог, соціальне партнерство, соціальна відповідальність, трудові відносини, торгівля.

Mazyarko I. S.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

FEATURES OF FORMATION AND REORGANIZATION OF THE SOCIAL DIALOGUE WITHIN CREATION AN EFFECTIVE SYSTEM OF SOCIAL PARTNERSHIP IN TRADE

Abstract. The article examines the nature, characteristics and principles of social dialogue as a prerequisite for the formation of effective system of social partnership in trade. Defined the influence of social partnership in productivity of wage labor and, as a result, the efficiency of trade's subjects. Considered the principles of work organization, which forme the foundations of social dialogue in the context of regulation of labor relations. The basic vectors of social dialogue in trade in a process of the combination of interests of all subjects of economic relations are proposed.

Keywords: social dialogue, social partnership, social responsibility, labor relations, trade.

Постановка проблеми. Передумовою реформування трудових відносин, складові яких великою мірою визначають умови реалізації інтересів суб'єктів ринку праці, обґрунтовують необхідність узгодження матеріального добробуту і продуктивної зайнятості працівників торгівлі відповідно до їх здібностей, внеску в продуктивність праці, соціальної відповідальності, є потреба в удосконаленні засад соціального діалогу. На нашу думку, саме реорганізація соціального діалогу в активній трудовій діяльності сприяє самореалізації й задоволенню потреб громадян (працівників), поєднанню економічних інтересів інших суб'єктів ринку праці та визначенню ролі соціально-трудова відносин у комерційній господарській діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний розвиток теорія суспільного договору (а в подальшому – соціального діалогу) набула у працях Г. Гроція, Т. Гоббса, Д. Локка, Б. Спінози, Ш. Монтеск'є та ін., в яких доводилося, що результати процедури діалогу в суспільстві можуть стати ефективними, лише забезпечивши чітку інституційну основу для його проведення. Ж.-Ж. Руссо у трактаті “Про суспільний договір, або принципи політично-

го права” (1762 р.) довів, що існування суспільства неможливе без дії законів, завдання яких – оберігати свободу кожної особи і бути рівними для всіх [3, с. 20-23]. Дж. Мілль, розвиваючи теорію соціального діалогу, розглядав його засобом ліквідації інституту найманої праці та формування економічних комплексів, функціонування яких мало відбуватися на засадах соціального партнерства [10]. С. Вебб та Б. Вебб вважали соціальний діалог єдиним способом задоволення потреб та захисту трудових прав персоналу, а також забезпечення відповідальності за фінансово-економічні результати діяльності підприємства [11]. На думку А. Мюллера-Армака, соціальний діалог є важливою умовою формування ринкової економіки, за якої “функціональний розподіл” власності перетворюється у суспільно бажаний “персональний” розподіл доходів [8, с. 54-69].

Постановка завдання. Процес розширення обсягів використання соціальної складової економічного потенціалу підприємства шляхом забезпечення зайнятості високого рівня та продуктивності праці, розвитку людського та соціального капіталу, поліпшення якості соціального захисту, зростання якості та доступності торговельних послуг для населення, забезпечення системної соціальної від-

повідальності торгівлі є важливим завданням реорганізації соціального діалогу.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Ринково-трансформаційне перетворення трудових відносин через соціальний діалог вимагає зорієнтованості на соціалізацію галузі роздрібною торгівлі, що передбачає нагромадження системи знань, норм, зв'язків, відповідальності в отриманні матеріальних і трудових благ працівниками, суб'єктом господарювання, державою. Тому забезпечення зайнятості, організація праці персоналу та підвищення її ефективності в процесі соціалізації трудових відносин є об'єктивною передумовою ефективного використання його трудового, інтелектуального, творчого потенціалу та загального зростання соціальної активності й соціально-економічної ефективності торговельних підприємств.

Концептуальною основою соціального діалогу є забезпечення конкурентних переваг підприємства у процесі реалізації соціальної складової економічного потенціалу. Тому, максимально задовольняючи трудові інтереси персоналу, торговельне підприємство створює умови для підвищення рівня власної конкурентоспроможності.

Згідно з інституціональною теорією підприємства торгівлі виступають інститутом суспільного життя, який охоплює їх інтереси, цінності, обов'язки, соціальну відповідальність та вносить визначену впорядкованість у тип трудових відносин. Разом з тим, соціально-економічні відносини у трудовому колективі та між окремими працівниками нерозривно пов'язані з процесом їх трудової діяльності. Тому формування стійких соціальних зв'язків у колективі торговельного підприємства є основою як соціально-економічних, так і соціально-трудова відносин. Трудові відносини на підприємствах торгівлі віддзеркалюють трудовий та організаційний аспекти форми організації праці. Так, удосконалення управління трудовими ресурсами та, відповідно, розвиток соціально-економічних і трудових відносин доцільно розглядати в межах використання різних форм торговельного обслуговування покупців та методів продажу товарів.

Безперечно, існує необхідність забезпечення керівництвом підприємства торгівлі належних умов праці та її організації, але поряд із соціально-трудова взаємовідносинами необхідно розрізнити матеріально-речові сторони праці, яких варто віднести до головних об'єктів соціального діалогу. Так, соціально-економічні відносини між керівництвом торговельного підприємства та працівниками нерозривно пов'язані та обумовлені трудовими відносинами.

Очевидно, ринок вимагає від працівника певних форм соціального діалогу: мотивів особистої вигоди, готовності ризикувати з відчуттям особистої соціальної відповідальності. Так само мають бути визнані керівництвом суб'єкта господарської діяльності відмінності в забезпеченні соціально-психологічної та матеріальної зацікавленості працівника у зростанні індивідуальних результатів праці. Тому соціальний діалог сприймається персоналом підприємства торгівлі передусім як рівний розподіл відповідальності за ефективність праці тру-

дового колективу, тобто тих обмежень свободи, які необхідні для розвитку сфери соціально-економічних та соціально-трудова відносин [7, с. 125-128].

Як відомо, ефективність комерційної господарської діяльності залежить не від розмежування функціональних обов'язків кожного суб'єкта соціально-економічних чи соціально-трудова відносин, а від формування спільної системи цілей трудової діяльності. У цьому контексті особлива роль відводиться вибору та застосуванню методів продажу товарів. Адже це змінює напрями регулювання і підвищення ефективності таких відносин у торгівлі. Наприклад, продаж товарів за допомогою прилавка обслуговування передбачає активну участь працівників у обслуговуванні покупців, виявлення їх попиту, виробу товарів. У свою чергу, самообслуговування не вимагає від працівників постійного спілкування з покупцями, їх основна роль полягає у підготовці товарів до реалізації в торговій залі та забезпеченні розрахунків. У такому випадку соціальний діалог необхідно розглядати як систему взаємних погоджень і компромісів між працівниками та керівництвом підприємства в процесі організаційно-комерційних і технологічних операцій продажу товарів.

На думку В. Апопія, концептуальною основою комерційної віддачі соціально-економічних та трудових відносин торговельного підприємства, яке використовує метод самообслуговування для роздрібною продажу товарів, є високий культурний, технічний і загальноосвітній рівень працівників торгівлі, основна увага яких зосереджена на якісному виконанні операцій торгово-технологічного процесу. Поряд із зменшенням фізичного навантаження на торговий персонал, значно зростає роль особистих якостей, здібностей і професійних навичок працівників та виникає необхідність швидкого орієнтування, спостережливості, урівноваженості, оволодіння основами психології торгівлі [9, с. 456-459]. Таким чином, у процесі соціального діалогу підвищується значення принципів довіри, соціальної відповідальності та самоврядування в організації комерційних операцій.

Ф. Енгельс та К. Маркс, досліджуючи можливість формування та розвитку соціального діалогу на засадах "суспільно-власницького" підходу, зазначали про необхідність розширення соціальної складової економічного потенціалу підприємства та виокремлення людського і соціального капіталу в межах формування і розвитку сфери соціально-економічних та трудових відносин. На думку Ф. Енгельса, метою розвитку людського та соціального капіталу підприємства є "...така організація діяльності, за якої кожний працівник володіє можливостями вільного розвитку та застосування своїх здібностей, вмінь і практичних навичок" [6, с. 354-355].

Зауважимо, що наявність дієвої системи соціального партнерства як основи формування та розвитку соціально-економічних і соціально-трудова відносин на мікрорівні, окрім адміністративно-розпорядчих, організаційно-впорядкувальних, договірних методів, передбачає активне використання партисипативних способів регулювання. Наслідком цього процесу є запровадження керівництвом суб'єкта господарювання сучасних форм участі найманих працівників у реалізації організаційно-управ-

лінських нововведень, що дозволяє у практиці торговельного обслуговування використовувати сучасні методи активізації продажу товарів. Разом з тим, видається доцільним розглядати участь працівників у капіталі підприємства дещо ширше, оскільки за наведеного підходу не враховано принципи колективно-договірного регулювання відповідної сфери відносин.

Попри це, головним вектором формування і розвитку соціального діалогу в торгівлі необхідно вважати відносини зайнятості, організації й підвищення ефективності праці, побудови ефективної системи винагород і матеріального стимулювання, розвитку людського і соціального капіталу, поліпшення соціального захисту працівників та підвищення ефективності комерційних послуг.

Соціальний діалог стосується визначення і зближення позицій суб'єктів трудових відносин, що в кінцевому підсумку (за умови його дієвості й ефективності) приводить до формування такої системи регулювання (на макрорівні) та управління (мікрорівень), за якої рівень якості й розвитку трудових відносин оптимальні та задовольняють усіх їх учасників. Своєю чергою, трудові відносини є складною багаторівневою системою у функціонуванні підприємства та за своєю економічною ціллю є системно-динамічним явищем, оскільки постійно потребують нових ресурсів, інноваційно розвиваються та вдосконалюються. Крім того, потреба у покращенні соціально-трудова відносин належить до переліку пріоритетних завдань механізму стабільного функціонування та розвитку торговельного підприємства. Це потребує покращення системно-структурних характеристик соціального діалогу в торгівлі.

Відтак, як головний об'єкт – соціально-трудова відносина, так і безпосередньо соціальний діалог, передбачають використання механізму та принципів, базованих на розгляді загальних функцій управління діяльністю торговельного підприємства. Так, у науковій літературі до основних принципів організації праці, на яких формуються засади соціального діалогу в контексті регулювання трудовими відносинами, відносять:

1) підпорядкованість стратегічним пріоритетам розвитку підприємства, тобто процеси управління організацією праці повинні бути інтегровані із загальною системою управління обсягами діяльності та обслуговування працівників, фінансування його розвитку;

2) забезпечення стабільності персоналу та його укомплектованості, що передбачає кадрову сталість підприємства, яка поєднується з формуванням раціональної рухливості персоналу в зв'язку з професійно-кваліфікаційним зростанням, посадовим просуванням;

3) відбір працівників на конкурсній основі, йдеться про інтенсифікацію процесів формування й відтворення людського та соціального капіталу підприємства;

4) покращення соціально-економічної мотивації (система матеріального та нематеріального стимулювання праці повинна забезпечувати зростання продуктивності праці та економію таким чином ресурсів підприємства);

5) дотримання інституційно-правових норм зайнятості та регулювання системи оплати праці (зап-

ровадження механізмів партнерства між суб'єктами трудових відносин щодо забезпечення економічної зацікавленості у зростанні результатів праці);

6) забезпечення належних психофізіологічних умов трудової зайнятості, її змісту та соціальної привабливості (дотримання норм моралі, взаємної довіри, порозуміння та зростання якості трудової діяльності персоналу);

7) справедливість участі персоналу в розподілі прибутку підприємства (соціальна відповідальність кожного суб'єкта соціального діалогу залежить від участі у забезпеченні результативності діяльності підприємства);

8) принципи соціального підприємництва, що передбачають зростання міри соціальної відповідальності та соціальної безпеки підприємства;

9) колективно-договірне регулювання, характерними ознаками якого є рівноправність сторін, реальність виконання зобов'язань, добровільність їх прийняття, систематичний контроль і відповідальність за порушення договірних домовленостей;

10) автоматизацію та механізацію праці, яка проявляється у підвищенні ефективності формування умов високопродуктивної праці та трудової дисципліни [1, 130-141; 2, с. 301-315; 4-5, с. 69-74].

Зауважимо, що окремі важливі принципи реалізації соціального діалогу на торговельному підприємстві можна об'єднати в групу, що надасть як кожному з них зокрема, так і загальній сукупності нових більш дієвих якостей і властивостей. Йдеться про принципи системного підходу. До них віднесемо: соціальну відповідальність підприємства перед трудовим колективом, що передбачає створення сучасних і безпечних робочих місць, соціально-побутових умов для самореалізації й розвитку особистості; зростання якості культури роботи працівників, етики та естетики обслуговування, що проявляються у покращенні ергономічних, фізіологічних та естетичних зручностей роботи, гарантійного обслуговування, а також захисті конфіденційної інформації про клієнтів; покращення матеріального становища та якості життя населення в районі функціонування (зокрема, через соціально-продовольчу безпеку, розширення асортименту соціально значущих товарів і послуг, реалізація благодійних і спонсорських проектів); нагромадження суб'єктами соціального діалогу організаційно-економічних можливостей утвердження приватно-партнерських відносин (в умовах соціалізації товарно-грошових відносин особливої цінності набуває неухильне виконання вимог законодавства та протидії всім видам корупції, ведення бізнесу відповідно до принципів чесної конкуренції, забезпечення збереження комерційної таємниці); формування соціальних цінностей відносно імпортозаміщення, соціально відповідального споживання і споживчої поведінки.

Крім того, становлення трудових норм соціального діалогу доцільно розглядати в межах узгодження потреб та інтересів усіх суб'єктів відносин, де найманий працівник прагне отримати належні умови праці та матеріальну винагороду за виконану працю, власник підприємства – забезпечити зростання ефективності господарсько-фінансової діяльності, а покупець – одержати належну культуру та якість торговельного обслуговування.

Звичайно, держава має широкий арсенал методів, інструментів та важелів впливу на трудове законодавство і характер соціальних відносин у торгівлі. Але, на наше переконання, визначальною особливістю саме соціального діалогу є вибудовування не стільки відносин регулювання і примусу, як партнерства. Це буде більш ефективно і доречно та дозволить сформувати якісні відносини між профільними органами влади та управління, роботодавцями і найманими працівниками.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, соціальний діалог на підприємствах роздрібно торгівлі є інструментом системного та структурно-збалансованого формування сприятливого соціально-трудового середовища, зорієнтованого на формування якісної й ефективної системи соціально-трудоових відносин, зростання зайнятості та покращення якості трудового життя, підвищення внутрішньої й зовнішньої соціальної відповідальності та контролю, реалізацію соціально-економічних програм розвитку підприємства, формування і використання його інтелектуально-кадрового капіталу.

Вважаємо, що на перших етапах впровадження ефективної системи соціального діалогу важливими є не стільки кількість законодавчо-правових актів чи їх правоздатність, а розуміння трудовим колективом, керівництвом торговельного підприємства потреби соціалізації діяльності та вдосконалення відносин у межах соціального діалогу. Водночас здатність трудового колективу усвідомити намагання керівництва підприємства реформувати через соціальний діалог існуючі соціально-трудоові відносини доцільно розглядати як результат розвитку природи співробітництва і конфлікту, відкидаючи упередженість, невизначеність, емоційність та суб'єктивну неоднорідність.

Соціальний діалог не тільки виконує завдання, притаманні для торговельних підприємств, але має й стандартні функції. Відтак, для ефективного управління трудовими відносинами на торговельному підприємстві необхідно забезпечити належні умови праці, сформувати дієздатну систему соціальних стандартів і гарантій, запропонувати стимули матеріального і нематеріального характеру, збалансувати співвідношення затрат та вартості робочої сили, окреслити перспективи кар'єрного росту працівників та їх участі в організаційно-управлінській діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 784 с.
2. Економіка торговельного підприємства : підручник для вузів / [Мазаракі А. А. та ін., під ред. проф. Н. М. Ушакової]. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
3. Руссо Ж.-Ж. Про суспільну угоду, або принципи політичного права / Руссо Ж.-Ж. ; [пер. з франц. та ком. О. Хома]. – К. : Port-Royal, 2001. – 349 с.
4. Забродська Г. Людський фактор на підприємствах роздрібно торгівлі / Г. Забродська // Схід : аналітично-інформаційний журнал. – 2010. – № 10. – С. 69-74.

5. Максимова Т. С. Реалізація концепції системної динаміки при діагностуванні розвитку підприємств роздрібно торгівлі [Електронний ресурс] / Т. С. Максимова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля : науковий журнал. – 2011. – № 11.1. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_11_1/Maksimova.pdf.

6. Маркс К. Сочинения. Т. 42 / К. Маркс, Ф. Энгельс. – [2-е изд.]. – М., 1974. – 570 с.

7. Марцин В. С. Економіка торгівлі : підручник / В. С. Марцин. – К. : Знання, 2006. – 237 с.

8. Мюллер-Армак А. О свободе и социальной справедливости. Предложения по осуществлению социальной рыночной экономики. Социальное рыночное хозяйство / А. Мюллер-Армак // Политэконом. – 1996. – № 1. – С. 54-69.

9. Організація торгівлі : підручник / [за ред. В. В. Апопії]. – [2-ге вид, перероб. та доп.]. – К. : ЦНЛ, 2005. – 616 с.

10. James Mill. Elements of Political Economy [Електронний ресурс]. – London, 1821. – Режим доступу : <http://www.econlib.org/library/MillJames/mljElm3.html>

11. Soviet Communism: A New Civilization? By Sidney and Beatrice Webb, t. 1., 1936. – 455 p.; Soviet Communism: A New Civilization? By Sidney and Beatrice Webb, t. 2, 1936. – 590 p.

REFERENCES

1. Blank, I. A. (2004), *Torgovyy menedzhment*, 2 nd ed, Jel'ga, Nika-Centr, K., 784 s.
2. *Ekonomika torhovel'noho pidpriemstva* [Mazarakі A. A. ta in., pid red. prof. N. M. Ushakovoi] (1999), Khreschatyk, K., 800 s.
3. Russo, Zh.-Zh. (2001), *Pro suspil'nu uhodu, abo pryntsyvy politychnoho prava*, Port-Royal, K., 349 s.
4. Zabrods'ka H. (2010), *Liudskiy faktor na pidpriemstvakh rozdribnoi torhivli, Skhid : analitychno-informatsijnyy zhurnal*, № 10, s. 69-74.
5. Maksymova, T. S. (2011), *Realizatsiia kontseptsii systemnoi dynamiky pry diahnostuvanni rozvytku pidpriemstv rozdribnoi torhivli, Visnyk Skhidnoukrains'koho natsional'noho universytetu imeni Volodymyra Dalia : naukovy zhurnal*, № 11.1, available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_11_1/Maksimova.pdf.
6. Marks K. and Jengel's F. (1974), *Sochinenija*. T. 42, 2 nd ed, M., 570 s.
7. Martsyn, V. S. (2006), *Ekonomika torhivli*, Znannia, K., 237 s.
8. Mjuller-Armak A. (1996), *O svobode i social'noj spravedlivosti. Predlozhenija po osushhestvleniju social'noj rynochnoj jekonomiki. Social'noe rynochnoe hozjajstvo, Politjekonom*, № 1, s. 54-69.
9. *Orhanizatsiia torhivli* (2005), za red. V. V. Apopiia, 2 nd ed, TsNL, K., 616 s.
10. James Mill (1821), *Elements of Political Economy*, London, available at: <http://www.econlib.org/library/MillJames/mljElm3.html>.
11. *Soviet Communism: A New Civilization? By Sidney and Beatrice Webb* (1936), t. 1, 455 p.; *Soviet Communism: A New Civilization? By Sidney and Beatrice Webb* (1936), t. 2, 590 p.

Попадинець Н. М.,

к.е.н., науковий співробітник відділу регіональної економічної політики, ДУ “Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України”, м. Львів

РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТОВАРНОГО РИНКУ В УМОВАХ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС І ЙОГО ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ УКРАЇНИ

Анотація. У статті встановлено основні проблеми політики формування та розвитку внутрішнього товарного ринку в контексті імплементації Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Розкрито основні напрями впливу внутрішнього товарного ринку України на економічну безпеку України. Проаналізовано розділ IV “Торгівля і питання, пов’язані з торгівлею” Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом. Виділено першочергові заходи, які мають бути враховані українською стороною, що покращить розвиток внутрішнього товарного ринку та матиме позитивний вплив на економічну безпеку України. Визначено диспропорції функціонування товарного ринку та запропоновано напрями щодо реалізації політики їх мінімізації.

Ключові слова: внутрішня торгівля, економічна безпека, країни-члени ЄС, товарний ринок, Угода про асоціацію між Україною та ЄС.

Popadynets N. M.,

Ph.D., Researcher of the Department of Regional Economic Policy, State Institution “M. I. Dolishniy Institute of Regional Researches” of the NAS of Ukraine, Lviv

DEVELOPMENT OF INTERNAL GOODS MARKET IN TERMS OF ASSOCIATION AGREEMENT IMPLEMENTATION BETWEEN UKRAINE AND EU AND ITS INFLUENCE ON ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Abstract. Trade plays important role at the current stage of increasing of Ukraine’s economic security level and development of internal market. Trade maintains the balance between production and consumption, forms considerable share of gross value added and provides economically active population with job places.

Nowadays in Ukraine domestic producers lose a lot of internal goods market segments. This directly influences both economic and national security of the country. This is related to significant structural deformations in national economy and poor competitive ability of enterprises in conditions of open economy and signing of Association Agreement between Ukraine and the European Union that stipulates creation of Free Trade Agreement (FTA) on January 1, 2016. Goods structure on the market is not diversified and doesn’t correspond to growing demand and quality and assortment requirements.

The article aims to define the influence of internal goods market development on economic security of the country in terms of Agreement implementation.

The article outlines major problems of the policy of internal goods market forming and development in the context of implementation of Association Agreement between Ukraine and the European Union. The major directions of Ukraine’s internal goods market influence on economic security of Ukraine are defined. The Chapter IV “Trade and Trade-Related Matters” of the Association Agreement between Ukraine and the European Union is analyzed. The priority measures to be considered by Ukrainian party in order to improve internal goods market development and efficiently influence the economic security of Ukraine are suggested. The disparities of goods market functioning are defined and directions to implement their minimization policy are proposed.

Adhering to the provisions of the Chapter IV of the EU-Ukraine Association Agreement and their implementation into Ukrainian reality will enable achievement of success in development of internal goods market and promote entering the market of EU member countries by the goods of Ukrainian producers as well as minimize threats of influence on economic security of the country.

Keywords: internal trade, economic security, EU member countries, goods market, the EU-Ukraine Association Agreement.

Постановка проблеми. Для сучасного етапу підвищення рівня економічної безпеки України та розвитку внутрішнього ринку важливу роль відіграє торгівля. Завдяки торгівлі підтримується збалансованість виробництва та споживання, формується суттєва частка валової доданої вартості, а також забезпечується робочими місцями економічно активне населення.

Зараз в Україні відбувається поступова втрата вітчизняними виробниками багатьох сегментів внутрішнього ринку товарів, що безпосередньо впливає не тільки на економічну, а й національну безпеку держави. Це пов'язано зі значними структурними деформаціями у національній економіці та низькою конкурентоспроможністю підприємств в умовах відкритості економіки та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС), що передбачає створення зони вільної торгівлі (ЗВТ) з 1 січня 2016 р. Структура товарів на ринку не диверсифікована і не відповідає зростаючому попиту та вимогам до якості та асортименту.

Незбалансованість попиту і пропонування товарів на внутрішньому ринку, висока витратність виробництва, його низький технологічний рівень і застаріла інфраструктура обумовлюють стійку тенденцію до перевищення обсягів імпорту товарів порівняно з їх експортом, що загрожує економічній безпеці України. Тому важливого значення набуває підтримка держави щодо підвищення конкурентоспроможності товарів у системі внутрішнього товарного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вирішення цих проблем значний вклад зробили В. Апопій [1], М. Балабан, З. Варналій, Я. Жаліло, І. Копич, І. Міщук, А. Мокій, К. Муралі [2], О. Несчуля, О. Пустовойт [3], В.О. Точилін та ін. У їхніх працях основна увага була зосереджена на дослідженні внутрішнього ринку, його потребах, функціях роздрібно́ї торгівлі та її сучасному стані. Проте залишається невирішеним питання підтримки з боку держави конкурентоспроможного товару в системі внутрішньої торгівлі України в умовах підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (далі Угода), що впливає на економічну безпеку.

Постановка завдання. Метою статті є визначення впливу розвитку внутрішнього товарного ринку в умовах імплементації Угоди на економічну безпеку держави.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підписана Угода [4] та безпосередня близькість до ринків країн-членів ЄС, а також перспектива ЗВТ із 2016 р. актуалізують необхідність визначення основних тенденцій розвитку внутрішньої торгівлі європейського ринку та вивчення його впливу на внутрішній торговельний простір та економічну безпеку держави. У підписаній Угоді регулюванню питань торгівлі присвячено цілий розділ IV “Торгівля і питання, пов’язані з торгівлею”. Імплементація цієї частини Угоди призведе до виконання низки прописаних завдань. Розглянемо деякі з них.

Ця Угода є важливим правовим документом для України, в якому українські органи влади взяли на себе відповідальність вирішити економічні проблеми та привести внутрішнє законодавство відповідно до вимог, поставлених країнами-членами ЄС. Дані заходи українською стороною мають бути реалізовані для виконання статей глави 1 “Національний режим та доступ товарів на ринки” розділу IV Угоди та для того, щоб країнами-членами ЄС було відкрито свій внутрішній ринок для безперешкодного входження вітчизняних товарів на нього.

Глава 2 “Засоби захисту торгівлі” розділу IV Угоди є основним завданням цього розділу. Його виконання не має перешкоджати двосторонній торгівлі. Для виконання даної глави передусім необхідно виконати інституційні вимоги, а саме: на рівні експертів створити комісію (громадський орган) з питань співробітництва у сфері торговельних заходів. Створення такої комісії забезпечить контроль над процесом прийняття законодавчих актів, що є необхідними для захисту вітчизняного товаровиробника перед вступом у ЗВТ. Ця комісія має розібратися з усіма тонкощами підписаної Угоди та виявитися готовою у будь-який момент допомогти вітчизняним товаровиробникам у роз’ясненні пунктів, що стосуються торговельного захисту. Також вона має допомогти слідкувати за виконанням внутрішніми товаровиробниками українських законів, які є основною базою для захисту торгівлі в Україні та в які були внесені зміни (які відповідають *acquis* ЄС) ще при вступі України в СОТ. Основними з них є закони України: “Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту” [5], “Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту” [6] і “Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну” [7].

Довідково зазначимо: однією з найбільш очікуваних змін, що принесе підписана Угода, є зниження мит на європейські автомобілі. Проте чекати цього доведеться до 2025 р., коли буде застосовуватися нульова ставка мита. А основним завданням у 2015-2016 рр. є розробка плану щодо застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну легкових автомобілів із держав-членів ЄС [8, с. 6].

Глава 3 “Технічні бар’єри у торгівлі” розділу IV Угоди спрямована на зменшення технічних бар’єрів щодо виводу на внутрішній ринок ЄС нових видів вітчизняної продукції. У цій сфері співробітництво між Україною та ЄС має бути спрямоване на реформування вітчизняної системи технічного регулювання, наближення її до технічних регламентів ЄС і систем стандартизації, метрології, акредитації, робіт з оцінки відповідності та ринкового нагляду ЄС (ст. 53-74 Угоди). Важливий крок у виконанні даної глави зробила українська сторона, прийнявши Закон України “Про технічні регламенти і оцінку відповідності”, який набирає чинності 10.02.2016 р. [9]. Виконання його дозволить створити правове поле та механізми для прийняття директив ЄС, що дасть право розпочати процес переходу на європейські стандарти та виконання всіх зобов’язань України в промисловій сфері. Приведення у відповідність обов’язкових технічних рег-

ламентів стимулюватиме безперешкодний обіг продукції між Україною та ЄС і позитивно вплине як на українських виробників, так і на споживачів і знизить загрозу щодо економічної безпеки держави. Також цей Закон доповнює такі нормативні акти: закони України “Про стандартизацію” [10] і “Про метрологію та метрологічну діяльність” [11]. Група названих законів спрямована на усунення технічних бар’єрів і юридичних перешкод у торгівлі. Їх виконання, як показує досвід країн-членів ЄС, у реформуванні вітчизняної системи технічного регулювання дозволить не тільки зняти перешкоди на шляху виводу нових видів продукції на внутрішній ринок, а й допоможе створити надійні інституційні бар’єри, котрі унеможливають імпорту дешевої й неякісної продукції іноземних виробників. Ці заходи допоможуть усунути на внутрішньому ринку несправедливі цінові переваги іноземних виробників, які імпортують неякісну, але дешеву товарну продукцію, руйнуючи ринкову конкуренцію [3, с. 59]. Таким чином, впровадження нової системи технічного регулювання на основі європейських стандартів зумовлюватиме не лише підвищення економічної безпеки держави, а й безпеки товарів, послуг і сприятиме кращому інституційному захисту прав споживачів у випадку неякісної продукції.

- спрощення процедур та автоматизацію митної справи;
- скорочення часу митного оформлення товарів;
- запровадження ефективної системи обміну інформацією між митними органами та компаніями;
- створення системи оперативного реагування на випадки порушень у зоні діяльності митниць;
- вжиття заходів, направлених на недопущення та профілактику корупційних проявів серед працівників митних органів тощо.

Виконання цих та інших заходів дозволить виконати умову, що постає перед українською стороною, а саме: впродовж певного періоду практично “обнулити” імпорتنі мита щодо товарів із країн ЄС, зазначених у доповненні А та В до Угоди (табл. 1). Також Угодою передбачено, що на український ринок державних закупівель на основі принципу національного режиму на загальнодержавному, регіональному та місцевому рівнях для державних контрактів і концесій у традиційних галузях економіки, а також у комунальному господарстві матимуть доступ товаровиробники з країн-членів ЄС (виконання умов ст. 148 глави 8 “Державні закупівлі” розділу IV Угоди).

Таблиця 1

Зміна тарифного захисту товарів України та країн-членів ЄС

Найменування групи, розділу за УКТЗЕД	Середня арифметична ставка ввізного мита					
	діюча		з моменту набуття Угодою чинності		11-й рік	
	Україна	ЄС	Україна	ЄС	Україна	ЄС
Усього по митному тарифу	4,95	7,6	2,42	0,5	0,32	0,05
По товарах груп УКТЗЕД 01-24 (сільське господарство)	9,24	19,8	6,77	0,6	1,38	0,24
По товарах груп УКТЗЕД 25-97 (промислові та перероблені сільськогосподарські товари)	3,67	3,9	1,12	0,5	0,00	0,00

Складено автором на основі [4].

Глава 5 “Митні питання та сприяння торгівлі” розділу IV Угоди заперечує можливість проведення Україною активної протекціоністської політики щодо розширення внутрішніх ринків вітчизняних товарів і послуг. Вона передбачає: процес виведення на внутрішній ринок нових видів вітчизняної продукції має регулюватися виключно дією ринкового механізму й інвестиційними ресурсами українських підприємств, банків та іноземних компаній і не може стимулюватися заходами державної політики [3, с. 59]. Так, підписана Угода вимагає впровадження низки положень митного законодавства ЄС, що зобов’язує українську сторону імплементувати 70-80% положень до митного законодавства України. Отже, необхідно розпочати реалізацію митної реформи, яка повинна включати наступні заходи [8, с. 8]:

У главі 6 “Заснування підприємницької діяльності, торгівля послугами та електронна торгівля” розділу IV Угоди прописані заходи, які дають можливість для розвитку інвестиційного та торговельного співробітництва з ЄС за рахунок імплементції змін щодо заснування підприємницької діяльності. Важливим кроком у цьому має стати розроблена урядом, громадськими організаціями чи іншими зацікавленими сторонами Стратегія розвитку підприємництва, яка би враховувала всі вимоги підписаної Угоди та забезпечувала розуміння майбутніх законодавчих та інституційних змін, що стосуватимуться підприємницького середовища. Наступний етап, який сприятиме розвитку підприємницької діяльності, – скорочення кількості контролюючих органів, які здебільшого призводять до

корупції. Перші кроки у вирішенні даного питання робилися вже в 2014 р., коли відбулося значне скорочення органів із контролюючими функціями з 56 до 27, однак зміни у кількості органів, функцій і працівників аж ніяк не означають автоматичне підвищення якості державних послуг [12]. Над цим уряду доведеться попрацювати додатково, хоча це і стало початком оптимізації державних органів. Варто звернути увагу, що виконання даної глави та глави 8 “Державні закупівлі” розділу IV Угоди зобов’язує уряд України обмежитись у наданні державної допомоги, спрямованої на підтримку вітчизняного товарного виробництва. Особливо зазначене стосується тих підприємств, які реалізують свою продукцію на внутрішніх галузевих ринках, де присутні товари-конкуренти з країн-членів ЄС. Таким чином, з одного боку, це може призвести до припинення діяльності неконкурентоспроможного підприємства, а з другого, – стимулюватиме підприємців-виробників шукати інвестиції для впровадження інноваційного виробництва вітчизняних товарів. Також це може негативно вплинути на економічну безпеку держави, адже норма може зачепити і стратегічно важливі види економічної діяльності.

Також у контексті лібералізації режимів створення підприємств необхідним є проведення реформи судово-правоохоронної системи, котра буде повною мірою забезпечувати захист права власності як вітчизняних підприємців, так і закордонних партнерів. Для запровадження принципу симетричного регулювання державним органам необхідно проводити активний інформаційний супровід задля ознайомлення вітчизняного бізнес-середовища з правилами реєстрації та функціонування підприємств у країнах-членах ЄС, щоб останні могли максимально прорахувати майбутні ризики та визначити заходи їх мінімізації.

Іншим питанням, яке стосується цієї глави, є електронна торгівля. Електронна торгівля вважається однією з найсучасніших і найприбутковіших форм позамагазинної торгівлі, розвиток якої пов’язаний із досягненнями науки і техніки, сучасних засобів телекомунікаційного зв’язку, інформаційних технологій, електронної техніки. Сучасні технології сприяють продажу широкого асортименту товарів різних груп за допомогою Інтернету, віртуальних магазинів, телемагазинів тощо. Вітчизняна система внутрішньої торгівлі, що характеризується загальними позитивними внутрішньо-структурними змінами, швидко сприймає найрізноманітніші інновації. Важливим кроком, який зробила українська сторона, є прийняття Закону України “Про електронну комерцію” [13], що визначає організаційно-правові засади діяльності у сфері електронної комерції в Україні, встановлює порядок вчинення електронних правочинів із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних систем і визначає права й обов’язки учасників відносин у сфері електронної комерції. Прийняття цього Закону є вкрай важливим, адже, за оцінками експертів, обсяг ринку e-commerce у 2013 р. склав близько \$2 млрд, у 2014 р. – \$1,6 млрд. За прогнозами Української асоціації директ-маркетингу, у 2015 р. обсяг ринку

електронної комерції в доларах скоротиться приблизно на 45% до \$1,1 млрд [14]. Падіння продажів у вітчизняних онлайн-магазинах пояснюється девальвацією гривні та скороченням купівельної спроможності громадян. Саме новий закон має усунути багато проблем і відкрити нові можливості для цього ринку. Для прикладу, в Польщі за 2014 р. обсяг ринку e-commerce склав \$4,7 млрд. Це показує, що Україні є ще куди розвиватися у даному напрямі. Також важливу роль у зростанні онлайн-продажів відіграє проникнення Інтернету в регіони України. За даними компанії EY, цей показник збільшиться з 46% до 49% [15]. Тобто робити покупки онлайн теоретично зможуть ще півтора мільйона громадян України. Швидко впровадження будь-яких видів інновацій у системі внутрішньої торгівлі дає можливість не лише розширити діапазон наданих послуг і зменшити швидкість обслуговування клієнтів, а й забезпечити комфортні умови сервісу та розрахунку, зменшити витрати торговельних підприємств і підвищити ефективність їх роботи.

Повернувшись до вже згаданої глави 8 “Державні закупівлі” розділу IV Угоди, варто відзначити, що найважливіше завдання в цьому питанні – підвищення прозорості вітчизняних закупівель і відкриття доступу для постачальників і надавачів послуг із ЄС. Виконання даної глави розпочалось у 2014 р. з прийняттям Закону України “Про здійснення державних закупівель” №1197-VII від 10.04.2014 р. [16]. Цей закон важливий, адже він безпосередньо відповідає за економічну та національну безпеку держави. Проте закон так і не спричинив довгоочікуваної інтенсифікації державних закупівель. Важливим також тут є використання методу електронних торгів, що мало б допомогти пришвидшити процес і зменшити затрати на проведення закупівельних процедур. В Україні вже пропонувався здійснення державних закупівель електронними засобами, зокрема за допомогою електронного реверсивного аукціону. Передбачалося здійснення закупівель на спеціальних електронних майданчиках після необхідної реєстрації учасників торгів. Вважалося, що електронний реверсивний аукціон буде сприяти підвищенню прозорості та конкуренції у сфері державних закупівель. Проте ця пропозиція не відзначалася успіхом. До першочергових завдань варто віднести апробацію низьковартісних товарів і послуг, де можливий збій у функціонуванні системи торгів не призведе до зупинки роботи або створення загрози життю та здоров’ю людей. А наступним кроком повинно бути розширення електронних державних закупівель на всіх етапах, що дозволить забезпечити повну прозорість і полегшити контроль, а також сприятиме викориненню корупції й збільшенню економічної безпеки держави.

У главі 10 “Конкуренція” розділу IV Угоди зазначено, що сторони визнають важливість вільної та неспотвореної конкуренції у торговельних відносинах і що антиконкурентні господарські дії та операції потенційно можуть спотворити належне функціонування ринків і загалом зменшити позитивні

наслідки лібералізації торгівлі [4]. Тому основними напрямами роботи у сфері захисту конкуренції та вдосконалення антимонопольного законодавства є: вдосконалення процедури розгляду Антимонопольним комітетом України (АМКУ) справ щодо порушення законодавства про захист економічної конкуренції підприємств, розроблення та запровадження методик калькуляції штрафних санкцій за порушення, які накладаються АМКУ. Це потрібно для того, аби вчасно реагувати та приймати відповідні рішення по тих підприємствах, що мають фактор монополізації на внутрішньому ринку на території будь-якої зі сторін. Дані заходи дадуть можливість розвиватися конкурентному підприємству в системі внутрішньої торгівлі України.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, для позитивного впливу внутрішньої торгівлі на економічну безпеку держави органам влади варто імплементувати положення Угоди, які знижують ризики здійснення інвестиційної діяльності, звужують можливості отримання незаконних додаткових доходів на ринках традиційної продукції, зменшують технічні бар'єри для випуску нових видів вітчизняної продукції. Водночас якомога тривалішою в часі має бути імплементация положень Угоди, котрі звужують можливості України здійснювати державну протекціоністську політику щодо збільшення виробництва вітчизняної продукції і таким чином загрожують економічній безпеці держави.

Отже, виконання умов, прописаних у розділі IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, і їх імплементация в українські реалії дозволить досягнути успіху в розвитку внутрішнього товарного ринку, забезпечить вихід товарів українських виробників на ринок країн-членів ЄС і мінімізує загрози впливу на економічну безпеку держави.

Проведення детального аналізу впливу Угоди на розвиток внутрішнього товарного ринку в умовах підписання Угоди та його вплив на економічну безпеку держави після набуття сили економічної частини Угоди з 1 січня 2016 р. потребують подальших глибоких досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / [І. М. Копич, О. О. Нестуля та ін. ; за ред. В. В. Апопії, П. Ю. Балабана]. – Львів : “Новий Світ – 2000”, 2014. – 565 с.
2. Муралі К. Роздрібна торгівля XXI ст. Теперішні і майбутні тренди / Муралі К.; [під ред. Л. Савицької пер. з англ.]. – К. – 2008. – 462 с.
3. Пустовойт О. В. Політика розвитку внутрішнього ринку та Угода про асоціацію Україна – ЄС: спільність і суперечність завдань / О. В. Пустовойт // Економіка та прогнозування. – 2015. – №1. – С. 49-63.
4. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом і його державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс].

– Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248387631.

5. Закон України “Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту” від 22.12.1998 № 330-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/330-14>.

6. Закон України “Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту” від 22.12.1998 № 331-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/331-14>.

7. Закон України “Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну” від 22.12.1998 № 332-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/332-14>.

8. Матеріали міжнародної конференції “Угода про асоціацію: економічні тригери”. 12 березня 2015 року. – 43 с.

9. Закон України “Про технічні регламенти і оцінку відповідності” від 15.01.2015 № 124-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.

10. Закон України “Про стандартизацію” від 05.06.2014 № 1315-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>.

11. Закон України “Про метрологію та метрологічну діяльність” від 05.06.2014 № 1314-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1314-18>.

12. Реформа контролюючих органів: краще, але ще є до чого прагнути [Електронний ресурс] // Ціна держави. – Режим доступу : <http://costua.com/news/55-supervision-system>.

13. Закон України “Про електронну комерцію” від 03.09.2015 № 675-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

14. E-commerce в Україні: розвиток попри кризу [Електронний ресурс] // Українська правда. – Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/10/27/564857/>.

15. Попадинець Н. М. Розвиток роздрібної торгівлі в Україні в умовах імплементации Угоди про асоціацію між Україною та ЄС / Н. М. Попадинець, М. В. Григорців // Вісник Сумського національного аграрного університету; Сумський національний аграрний університет. – Суми, 2015. – Вип. 8 (65). – С. 101-106. – (Серія “Економіка і менеджмент”).

16. Закон України “Про здійснення державних закупівель” від 10.04.2014 № 1197-VII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1197-18>.

REFERENCES

1. Copich, I. M., Nestoulia, A. A., Apopi, V. V. and Balaban, P. Y. (2014), *Vnutrishnya torhivlya Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku* [Domestic trade of Ukraine: problems and prospects of development], “The New World – 2000”, Lviv.

2. Murali, K. and Savitskaya, L (2008), *Rozdribna torhivlya XXI st. Teperishni i maybutni trendy* [Retail trade in XXI century. Current and future trends], Kiev.
3. Pustovoit, O. V. (2015), Polityka rozvytku vnutrishn'oho rynku ta Uhoda pro asotsiatsiiu Ukraina – YeS: spil'nist' i superechnist' zavdan' ["The Policy of development of the internal market and the Agreement on Association Ukraine – EU: a common inconsistency problems"], *Ekonomika ta prohnozuvannya*, 1, pp. 49-63.
4. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiei storony, ta Yevropejs'kym Soiuzom i joho derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony, available at: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=248387631.
5. Zakon Ukrainy "Pro zakhyst natsional'noho tovarovyrobnyka vid dempinhovoho importu" vid 22.12.1998 № 330-XIV, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/330-14>.
6. Zakon Ukrainy "Pro zakhyst natsional'noho tovarovyrobnyka vid subsydovanoho importu" vid 22.12.1998 № 331-XIV, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/331-14>.
7. Zakon Ukrainy "Pro zastosuvannia spetsial'nykh zakhodiv schodo importu v Ukrainu" vid 22.12.1998 № 332-XIV, available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/332-14>.
8. Materialy mizhnarodnoi konferentsii "Uhoda pro asotsiatsiiu: ekonomichni tryhery", 12 bereznia 2015 roku, 43 s.
9. Zakon Ukrainy "Pro tekhnichni rehlementy i otsinku vidpovidnosti" vid 15.01.2015 № 124-VIII, available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.
10. Zakon Ukrainy "Pro standartyzatsiiu" vid 05.06.2014 № 1315-VII, available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1315-18>.
11. Zakon Ukrainy "Pro metrolohiuu ta metrolohichnu diial'nist'" vid 05.06.2014 № 1314-VII, available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1314-18>.
12. Reforma kontroliuuchykh orhaniv: krasche, ale sche ie do choho prahnuty, Tsina derzhavy, available at <http://costua.com/news/55-supervision-system>.
13. Zakon Ukrainy "Pro elektronnu komertsiiu" vid 03.09.2015 № 675-VIII, available at: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/675-19>
14. E-commerce v Ukraini: rozvytok popry kryzu, Ukrains'ka pravda, available at: <http://www.epravda.com.ua/publications/2015/10/27/564857/>.
15. Popadynets, N. M., Gregorciv, M. V. (2015), Rozvytok rozdribnoi torhivli v Ukraini v umovakh implementatsii Uhody pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu ta YeS ["The development of retail trade in Ukraine in conditions of implementation of the Association agreement between Ukraine and the EU"], *Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu*, vol. 8 (65), pp. 101-106.
16. Zakon Ukrainy "Pro zdijsnennia derzhavnykh zakupivel" vid 10.04.2014 № 1197-VII, available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1197-18>.

Аль Ширафі Мохаммед Авад,
аспірант, Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава

МЕДИЧНА ГАЛУЗЬ ЯК ОБ'ЄКТ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Анотація. В ході проведеного дослідження визначені основні передумови, що зумовлюють необхідність антикризового управління розвитком медичної галузі. Обґрунтовано концептуальні засади державного антикризового управління розвитком медичної галузі. Наголошено на необхідності впровадження автоматизованих інформаційних систем у діяльність медичних установ. Відведена важлива роль управлінню розвитком кадрових ресурсів для забезпечення ефективності управлінських рішень у сфері охорони здоров'я. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на практичне впровадження інформаційно-комунікаційних технологій для універсального доступу всіх суб'єктів до інформаційної інфраструктури вітчизняної галузі охорони здоров'я.

Ключові слова: медична галузь, антикризове управління, здоров'я населення, система охорони здоров'я.

Mohammed A. Y. Alshrafi,
Postgraduate, Poltava State Agrarian Academy, Poltava

MEDICAL SECTOR AS AN OBJECT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT

Abstract. In the course of study the basic prerequisites that necessitate the anti-crisis management of medical sector development are determined. Conceptual bases of state crisis management of medical sector development are substantiated. The necessity of introduction of automated information systems in to the activities of medical institutions is emphasized. It is pointed on the important role of managing the development of human resources to ensure the effectiveness of managerial decisions in health care. Further research should focus on the practical introduction of information and communication technologies for universal access of all the subjects to the information infrastructure of domestic health care sector.

Keywords: healthcare, anti-crisis management, public health, health care system.

Постановка проблеми. Основним призначенням медичної галузі є забезпечення реалізації найважливішого соціального принципу: збереження та поліпшення здоров'я громадян, надання їм висококваліфікованої лікувально-профілактичної допомоги.

Актуальність антикризового управління медичної галузі визначається об'єктивним характером змін в її розвитку, які завжди сполучені зі значною кількістю кризових ситуацій, а отже, потребують доцільних, своєчасних та виважених управлінських рішень.

Тому важливим завданням держави у сфері охорони здоров'я є ефективне використання антикризового управління її розвитком на національному і регіональному рівнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку та управління медичною галуззю досліджували вітчизняні та зарубіжні вчені: Ахламов А. Г. [1], Баєва О. В. [2], Гайдаєв Ю. О. [3], Галацан О. В. [4], Жаліло Л. І. [6], Золлнер Х. [10], Кризина Н. П. [7], Кусик Н. Л. [1], Ларіна Р. Р. [5], Овсяннікова Л. М. [8], Полянська С. В. [9], Штоддарт Г. [10], але досі недостатньо вивченою зали-

шається проблема антикризового управління розвитком медичної галузі.

Постановка завдання полягає в обґрунтуванні необхідності антикризового управління медичної галузі, висвітленні концепції державного антикризового управління розвитком медичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. За результатами вивчення наукових напрацювань вітчизняних та закордонних вчених, можна зробити наступні висновки. Так, на думку Ю. О. Гайдаєва, перехід до ринкових відносин створив умови і проблеми перехідного періоду, які негативно вплинули на розвиток медичної галузі, зокрема:

- деструктивні процеси в економіці, неадекватної ринку, і зниження національного прибутку;
- зниження рівня і погіршення якості життя більшості населення;
- недостатнє фінансування галузі, оскільки питома вага видатків на охорону здоров'я в обсязі зведеного бюджету за загальним фондом недостатня та нестабільна [3].

В свою чергу, різке зменшення державних бюджетних асигнувань на медичну галузь звело нані-

вещь багаторічний внесок держави в розвиток цієї надзвичайно важливої соціальної галузі, що викликало повний її занепад, розлад, кризовий стан. Фінансування охорони здоров'я з державного бюджету здійснюється лише на 50-60% від необхідного мінімуму за оптимістичними оцінками, з песимістичних – фігурують цифри – 30-44%. Сьогодні фінансування охорони здоров'я орієнтовано головним чином на утримання галузі (хоча доцільно був би – на лікування хворого) [1].

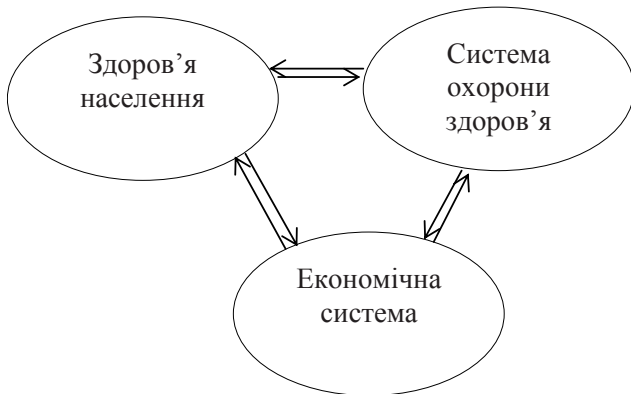


Рис. 1. Взаємозв'язок здоров'я населення, системи охорони здоров'я та економічної системи

В умовах нестачі бюджетних асигнувань на розвиток медичної галузі в Україні стає необхідним перехід на новий рівень із використанням новітніх управлінських технологій, що швидко розвиваються в теперішній час.

Серед нових організаційних технологій державного управління медичною галуззю на теперішній час особлива увага приділяється створенню системи інноваційного управління, комп'ютеризації, використанню телемедичних технологій тощо. Їх ефективність визначається спроможністю мінімізувати ресурси галузі, що витрачаються на умовну одиницю результату.

Тому важливим завданням держави у сфері охорони здоров'я є ефективне використання антикризового управління її розвитком на національному і регіональному рівнях.

Економічна система і система охорони здоров'я є складними системами в усіх країнах. Вони тісно пов'язані між собою, як безпосередньо, так і опосередковано.

Здоров'я населення країни значною мірою залежить від рівня і типу економічної активності та економічної політики. На рівень здоров'я також впливає доступність ефективних послуг у сфері охорони здоров'я, які залежать від розподілу, як приватних, так і громадських ресурсів країни. Х. Золлнер, Г. Штодарт и К. Селбі Сміт підкреслюють взає-



Рис. 2. Концептуальний підхід до державного антикризового управління розвитком медичної галузі

Таким чином, ключовими проблемами розвитку медичної галузі є незадовільний стан здоров'я населення, нерациональна організація системи надання медичної допомоги, брак сучасних медичних технологій, недостатнє володіння ними, низький рівень інформованості про сучасні медичні технології, недостатність фінансових і насамперед бюджетних ресурсів для забезпечення ефективної діяльності системи охорони здоров'я та ін.

мов'язок охорони здоров'я та економічної діяльності. Країни з більш високими економічними показниками забезпечують населення більш якісними медичними послугами. У той же час розподіл ресурсів у сфері охорони здоров'я може впливати на економіку. Підвищення витрат на охорону здоров'я може означати зменшення витрат на інфраструктуру, або зниження соціальних витрат: пенсійне забезпечення, освіту або екологічний контроль [10].

Враховуючи сучасний стан управління медичною галуззю, слід підкреслити слабкість управління, що виявляється у відсутності стратегічної орієнтації, інтеграції та координації діяльності на всіх її рівнях.

Отже, для вирішення питань впровадження в практику державного управління вітчизняною медичною галуззю більш дієвих механізмів доцільно обґрунтувати нові концептуальні підходи до державного антикризового управління розвитком медичної галузі.

Стосовно передумов, слід зазначити наступні проблеми перехідного періоду: деструктивні процеси в економіці, зниження рівня і погіршення якості життя більшості населення, недостатнє фінансування галузі.

Наступним важливим напрямком концептуальних підходів є стратегічне управління, що пов'язано із значною кількістю проблем у галузі, рішення яких потребує ефективного стратегічного управління. Використання стратегічного управління сприяє системному перетворенню в будь-якій соціально-економічній системі.

Реалізація концептуальних підходів державного антикризового управління розвитком медичної галузі дасть змогу вирішувати комплексно та всебічно питання стосовно ефективного руху інформаційних потоків, здійснювати стратегічне планування, створювати необхідні передумови для впровадження нових методів лікування, новітніх інформаційних технологій, підвищити ефективність діяльності медичної галузі.

Для управління в першу чергу необхідна інформація про проблемну ситуацію в оточуючому середовищі.

Антикризове управління розвитком медичної галузі нерозривно пов'язане з впровадженням автоматизованих інформаційних систем у діяльність медичних установ. Сьогодні існує необхідність в активному використанні сучасних інформаційних технологій; складні технологічні процеси, дорогі ресурси, зростаючі масштаби надання медичної допомоги, необхідність підвищення якості діагностики та лікування, стандартизація медичних послуг – усе це вимагає впровадження сучасних інформаційних технологій. Вони дають можливість ефективно знижувати витрати й оптимізувати діяльність системи охорони здоров'я у цілому.

В системі охорони здоров'я виключно важлива роль відведена безпосередньо медичному працівникові, тому управління розвитком кадрів визнається пріоритетним завданням антикризового управління у галузі охорони здоров'я.

У сучасних умовах недостатніх фінансових ресурсів для розвитку галузі найбільш перспективною є мобілізація прихованих можливостей системи на основі кращого використання кадрових ресурсів.

Погоджуючись із точкою зору Баєвої О.В., що кадри необхідні для розвитку даної системи і повинні відповідати своєму призначенню [2, с. 415], слід зазначити, що недостатньо організоване управління кадрами охорони здоров'я виявляється в

багатьох симптомах неблагополуччя, зокрема в неадекватному використанні персоналу, в низькій його продуктивності, незбалансованості структури персоналу з потребами системи та ін. Управління кадрами стає найбільш ефективним, якщо визначальним принципом є економічна ефективність управлінських рішень.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, впровадження концептуальних положень державного антикризового управління медичною галуззю дасть можливість досягти ефективності у розробці й впровадженні державних програм щодо збереження та покращання стану здоров'я і збільшення середньої тривалості якісного життя громадян України. Вважаємо, що подальші дослідження повинні бути пов'язані з практичним впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій для універсального доступу всіх суб'єктів до інформаційної інфраструктури вітчизняної галузі охорони здоров'я.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ахламов А. Г. Економіка та фінансування охорони здоров'я : навч.-метод. посіб. / А. Г. Ахламов, Н. Л. Кусик. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2011. - 134 с.
2. Баєва О. В. Менеджмент у галузі охорони здоров'я : навч. посібник / О. В. Баєва. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 640 с.
3. Гайдаєв Ю. О. Державна політика у галузі охорони здоров'я / Ю. О. Гайдаєв // Український медичний часопис. – 2007. – №4 (60) VII-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.umj.com.ua/article/160/derzhavna-politika-u-galuzi-oxoroni-zdorov-ya>.
4. Галацан О. В. Стратегія інноваційного розвитку галузі охорони здоров'я / О. В. Галацан, В. А. Садовський, Г. В. Семенченко // Вісник Нац. техн. ун-ту “ХПІ” : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Х. : НТУ “ХПІ”, 2011. – № 7. – С. 45-48.
5. Ларіна Р. Р. Державний механізм забезпечення інформатизації системи охорони здоров'я : монографія / Р. Р. Ларіна, А. В. Владзимирський, О. В. Балусева; [під заг. ред. проф. В. В. Дорофієнко]. – Донецьк : ТОВ “Цифрова типографія”, 2008. – 252 с.
6. Жаліло Л. І. Стратегії змін у сфері охорони здоров'я в умовах соціально-економічних реформ в Україні / Л. І. Жаліло, О. І. Мартинюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/dutp/2011_2/txts/Zhalilo.pdf.
7. Кризина Н. П. Аналіз державної політики в галузі охорони здоров'я в працях українських учених / Н. П. Кризина [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GA_LU_ZE_VE/08-KRIZINA.pdf
8. Овсяннікова Л. М. Концептуальна модель розвитку системи інформаційного забезпечення медичної науки в Україні / Л. М. Овсяннікова, Н. О. Артамонова // Вісн. Кн. палати : наук.-практ. журн. – 2010. – № 6. – С. 24-30.

9. Полянская С. В. Возможности финансирования перспективных инновационных проектов в сфере здравоохранения РФ / С. В. Полянская // Сб. матер. научно-практической конференции “Инвестиции в модернизацию и инновационное развитие российской экономики”. – М. : Институт экономики РАН, 2011. – С. 411-423.

10. Учимся жить с экономикой здравоохранения / [под ред. Х. Золлнера, Г. Штоддарта и К. Селби Смит]. – Копенгаген, 2003. – 264 с.

REFERENCES

1. Akhlamov, A. H. and Kusik N. L. (2011), *Ekonomika ta finansuvannia okhorony zdorovia* [Economy and finance health care], ORIDU NADU, Odesa, Ukraine.

2. Baieva, O. V. (2008), *Menedzhment u haluzi okhorony zdorovia* [Management in Health], Tsentр uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.

3. Haidaiev, Yu. O. (2007), Derzhavna polityka u haluzi okhorony zdorovia, *Ukrainskyi medychnyi chasopys*, vol. 4, [Online], available at: <http://www.umj.com.ua/article/160/derzhavna-politika-u-galuzi-okhoroni-zdorov-ya>. (Accessed 4 Jan 2016).

4. Halatsan, O. V. Sadovskyi, V. A. and Semenchenko, H. V. (2011), Stratehiia innovatsiinoho rozvytku haluzi okhorony zdorovia, *Tekhnichniy prohres ta efektyvnist vyrobnytstva*, KhPI, vol. 7, pp. 45-48, Kharkiv, Ukraine,

5. Larina, R. R., Vladzimirskyi, A. V. and Baluieva, O. V. (2008) *Derzhavnyi mekhanizm zabezpechennia informatyzatsii systemy okhorony zdorov`ia* [State of information mechanism to ensure the healthcare system], Tsyfrovaia typohrafiya, Donetsk, Ukraine.

6. Zhalilo, L. I. and Martyniuk, O. I. (2011), Stratehii zmin u sferi okhorony zdorovia v umovakh sotsialno-ekonomichnykh reform v Ukraini, [Online], available at: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2011_2/txts/Zhalilo.pdf. (Accessed 4 Jan 2016).

7. Kryzyna, N. P. Analiz derzhavnoi polityky v haluzi okhorony zdorovia v pratsiakh ukrainskykh uchenykh [Online], available at: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej3/txts/GALUZEVE/08-KRIZINA.pdf>. (Accessed 4 Jan 2016).

8. Ovsiannikova, L. M. and Artamonova, N. O. (2010), Kontseptualna model rozvytku systemy informatiinoho zabezpechennia medychnoi nauky v Ukraini, *Visn. Kn. Palaty*, vol 6, pp. 24-30.

9. Polyanskaya, S. V. (2011), *Vozmozhnosti finansirovaniya perspektivnykh innovatsionnykh proektov v sfere zdavookhraneniya RF*, *Investitsii v modernizatsiyu i innovatsionnoe razvitie rossiyskoy ekonomiki*, Institut ekonomiki RAN, Moscow, Russia, pp. 411-423.

10. Zollner, Kh., Shtoddart G. and Selbi Smit K. (2003), *Uchimsya zhit s ekonomikoy zdavookhraneniya* [Learning to live with health economics], Kopenhagen, Denmark.

Янковий В. О.,

к.е.н., доц. кафедри економіки і управління національним господарством, Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ МАТЕМАТИЧНОГО АНАЛІЗУ ВИРОБНИЧОЇ ФУНКЦІЇ КОББА-ДУГЛАСА І СЕС-ФУНКЦІЇ

Анотація. Досліджується можливість оптимізації випуску продукції в рамках виробничої функції Кобба-Дугласа і функції з постійною еластичністю заміщення ресурсів. Визначається оптимальна фондоозброєність, що забезпечує максимізацію випуску продукції. Показується, що в цьому випадку гранична норма заміщення ресурсів дорівнює одиниці. Пропонується нове тлумачення граничної норми заміщення ресурсів як індикатора диспропорцій при вкладенні коштів в агреговані фактори “капітал” і “праця”. Визначаються зони безбиткового інвестування у виробництво за умови, що капіталовкладення у виробничі фонди і робочу силу здійснюються в пропорції, що відповідає оптимальній фондоозброєності. Виведені на основі оптимальної фондоозброєності гранична норма заміщення ресурсів, а також зони безбиткового інвестування можуть служити важливими додатковими характеристиками при застосуванні виробничих функцій у процесі аналізу випуску продукції на підприємствах України.

Ключові слова: оптимізація, фондоозброєність, виробнича функція, безбитковість, інвестування, заміщення ресурсів.

Iankovyi V. O.,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Management of National Economy, Odessa National Economic University, Odessa

ECONOMIC ASPECTS OF MATHEMATICAL ANALYSIS OF COBB-DOUGLAS PRODUCTION FUNCTION AND CES-FUNCTION

Abstract. The possibility of optimization of the output within the Cobb-Douglas production function and the function with constant elasticity of the substitution of the resources is researched. The optimal capital-labor ratio providing maximization of the output is determined. It is shown that in this case the marginal rate of the substitution of the resources is equal to one. A new interpretation of the marginal rate of the substitution of the resources as an indicator of the disparities by investing funds in the aggregate factors “capital” and “labor” is offered. The zones of the breakeven investment into the production provided that the investments into the production funds and labor force implement in proportions corresponding optimal capital-labor ratio are determined. The marginal rate of the substitution of the resources and the breakeven investment zones derived based on the capital-labor ratio can be important additional features by using the production functions in the analysis of the output of the enterprises of Ukraine.

Keywords: optimization, capital-labor ratio, production function, breakeven, investment, the substitution of the resources.

Постановка проблеми. Питання оптимізації виробництва, раціонального використання наявних ресурсів, зокрема виробничих фондів (K) і робочої сили (L), завжди постають перед менеджерами будь-якого суб'єкта господарювання (підприємства, регіону, галузі, народного господарства в цілому). Зазвичай дана проблема розглядається в декількох головних аспектах у залежності від обраного критерію оптимізації. З цієї точки зору задача в самому загальному вигляді може бути сформульована наступним чином:

1) знайти такий рівень фактичної фондоозброєності, який забезпечує максимум валового прибутку суб'єкта господарювання;

2) знайти такий рівень фактичної фондоозброєності, який забезпечує максимум випуску продукції суб'єкта господарювання.

На нашу думку, дані варіанти поставленої задачі можуть бути досить успішно вирішені за допомогою двохфакторних виробничих функцій (ВФ):

$$Q = f(K; L), \quad (1)$$

де Q – випуск продукції (робіт, послуг) суб'єктом господарювання за певний період часу (зазвичай за рік).

ВФ є важливим елементом побудови та використання сучасних економетричних моделей на всіх рівнях управління, починаючи з робочого місця, агрегату, автоматизованої лінії (внутрішньовироб-

ничий рівень), підприємства (мікрорівень), групи підприємств (галузевий та регіональний рівні) і закінчуючи народним господарством країни в цілому (макрорівень).

З цього приводу Г.Б. Клейнер зазначає: “Відображаючи в стислій формі один із головних економічних процесів – процес виробництва продукції, виробничі функції служать корисним інструментом, дозволяють проводити різноманітні аналітичні розрахунки, визначати ефективність використання ресурсів і доцільність їх додаткового залучення у виробництво, прогнозувати випуск продукції і контролювати реальність планових проектів” [1, с. 3].

Слід відзначити, що певні напрацювання в області застосування ВФ для вирішення першого варіанта сформульованої задачі оптимізації можна знайти в сучасній економіко-математичній літературі (див. роботи [2, с. 66-69, 74-75; 3]). Щодо другого варіанта – знаходження рівня фактичної фондоозброєності, який максимізує випуск продукції, – то йому приділялось дуже мало уваги, оскільки в якості основної мети господарювання у ринковій економіці частіше за все розглядалося отримання прибутку.

Між тим, в умовах жорсткої конкурентної боротьби у всіх галузях світового народного господарства, загострення проблеми підвищення конкурентоздатності вітчизняних товаровиробників у зв'язку з намаганням України вступити до ЄС даний аспект оптимізації представляється вельми актуальним і злгоденним. Адже боротьба за ринки збуту неможлива без нарощування випуску високоякісної продукції з мінімальними витратами виробничих фондів і робочої сили.

Окрім того, розв'язання даної задачі, на наш погляд, дозволить вирішити ще одну важливу проблему фінансової діяльності суб'єктів господарювання – оцінку зон беззбиткового інвестування, що врешті-решт забезпечить підвищення ефективності роботи українських підприємств і галузей товарного виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що в роботах Є.В. Черевко [4, с. 388-390; 6], В.О. Янкового [5; 7] виведена формула оптимальної фондоозброєності в умовах, коли виробництво продукції адекватно описується ВФ Кобба-Дугласа, Кобба-Дугласа-Тінбергена. Вона визначається наступним співвідношенням:

$$\frac{K}{L} = \frac{\alpha}{\beta}, \quad (2)$$

де величини K , L вимірюються у вартісному вираженні; α , β – коефіцієнти еластичності випуску продукції за виробничими фондами і витратами праці відповідно.

При цьому максимум продукції в грошовому вираженні ($\max Q$) дорівнює

$$\max Q = \frac{A \alpha^\alpha \beta^\beta (K + L)^{\alpha + \beta}}{(\alpha + \beta)^{\alpha + \beta}}, \quad (3)$$

де A – коефіцієнт масштабу ВФ Кобба-Дугласа ($0 < A$).

Окрім того, у цих же роботах було показано, що в умовах інвестування деякого додаткового капіталу $C_1 = K_1 + L_1$ у виробництво в співвідношенні (2) зони беззбитковості визначаються наступною нерівністю:

$$A \cdot \left(\frac{\alpha}{\alpha + \beta} \right)^\alpha \left(\frac{\beta}{\alpha + \beta} \right)^\beta \cdot C_1^{\alpha + \beta - 1} \geq 1. \quad (4)$$

При цьому в залежності від ступеня однорідності ВФ Кобба-Дугласа можливі три випадки.

1. $\alpha + \beta > 1$. У такій ситуації говорять про позитивний ефект розширення масштабів виробництва. При цьому розмір інвестиції, яка забезпечить прибутковість додаткового виробництва, буде обмежений знизу. З нерівності (4) випливає, що інвестиція буде беззбитковою при

$$C_1 \geq \left[\frac{(\alpha + \beta)^{\alpha + \beta}}{A \cdot \alpha^\alpha \beta^\beta} \right]^{\frac{1}{\alpha + \beta - 1}}. \quad (5)$$

2. $\alpha + \beta < 1$. У цьому випадку говорять про негативний ефект розширення масштабів виробництва, а розмір інвестиції, яка забезпечить його беззбитковість, в такій ситуації буде обмежений зверху:

$$C_1 \leq \left[\frac{A \cdot \alpha^\alpha \beta^\beta}{(\alpha + \beta)^{\alpha + \beta}} \right]^{\frac{1}{1 - (\alpha + \beta)}}. \quad (6)$$

3. $\alpha + \beta = 1$ (при лінійній однорідності ВФ Кобба-Дугласа) спостерігається нульовий ефект розширення масштабів виробництва, тобто прибутковість нового виробництва не залежить від розміру авансованого додаткового капіталу C_1 , а визначається певним співвідношенням коефіцієнтів побудованої функції:

$$1 \leq A \alpha^\alpha \beta^\beta. \quad (7)$$

Постановка завдання. Мета статті полягає у визначенні параметрів ВФ, зокрема граничної норми заміщення ресурсів, які впливають із умов оптимальної фондоозброєності, що максимізує випуск продукції суб'єктів господарювання, а також дослідження цих умов і зон беззбитковості для функції з постійною еластичністю заміщення ресурсів (*CES-функції* – від англ. абревіатури *Constant Elasticity of Substitution*).

Виклад основного матеріалу дослідження. Легко показати, що в умовах оптимальної фондоозброєності (2), (3) величина граничної норми заміщення ресурсів для ВФ Кобба-Дугласа дорівнює одиниці [8; 9]. Дійсно

$$h = \frac{\beta}{\alpha} \times \frac{K}{L} = \frac{\beta}{\alpha} \times \frac{\alpha}{\beta} = 1. \quad (8)$$

Це означає, що одна додаткова грошова одиниця (100, 1000, 10000 ... грн.), спрямована у виробничий капітал, буде забезпечувати зменшення витрат праці на точно таку ж грошову одиницю при умові незмінності випуску продукції. Натомість невиконання співвідношення $h = 1$, яке впливає з формули (8), можна розглядати як сигнал про пору-

шення оптимальної фондоозброєності, тобто про певні диспропорції при інвестуванні коштів у агреговані виробничі фактори “капітал” і “праця”.

Так, якщо $h > 1$, то це буде свідчити про те, що фактична фондоозброєність перевищує оптимальну. В цьому випадку можна говорити про надмірні витрати капіталу, що спрямований у виробничі фонди, в порівнянні з коштами на оплату праці. Тобто суб'єкту господарювання, наприклад підприємству, слід скоротити основні виробничі фонди, витрати на сировину, матеріали тощо або підвищити фонд оплати праці за рахунок залучення додаткових працівників, посилення їх матеріального стимулювання. Ясно, що в ситуації $h < 1$ управлінські рекомендації дзеркально протилежні: підприємству потрібно нарощувати фондоозброєність живої праці.

Розглянемо CES-функцію, яка завдяки границям зміни своїх коефіцієнтів задовольняє неокласичним умовам:

$$Q = A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1) L^{\rho}]^{-\frac{\gamma}{\rho}}, \quad K \times L \neq 0, \quad (9)$$

де A_0 – коефіцієнт шкали ($0 < A_0$); A_1 – коефіцієнт ваги виробничого фактора

($0 < A_1 < 1$); ρ – невідомий параметр ВФ ($-1 \leq \rho$); γ – показник ступеня однорідності ВФ ($0 < \gamma$).

Коефіцієнти CES-функції підлягають оцінюванню за відомими значеннями показників Q, K, L , взятими з бухгалтерської та фінансової звітності досліджуваних суб'єктів господарювання. Слід ма-

$$\begin{aligned} Q' &= -\frac{\gamma}{\rho} A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1)(C - K)^{-\rho}]^{-\frac{\gamma-1}{\rho}} \times \\ &\times [-\rho A_1 K^{-\rho-1} + \rho(1 - A_1)(C - K)^{-\rho-1}] = \\ &= \gamma A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1)(C - K)^{-\rho}]^{-\frac{\gamma-1}{\rho}} \times [A_1 K^{-\rho-1} - (1 - A_1)(C - K)^{-\rho-1}]. \end{aligned} \quad (12)$$

ти на увазі, що вираження (9) принципово неможливо привести до лінійного вигляду і, отже, використати звичайні методи оцінки невідомих коефіцієнтів. Тому в даному випадку застосовують методи приблизного ітеративного оцінювання, зокрема нелінійний метод найменших квадратів.

На нашу думку, найбільш конструктивним представляється підхід до апроксимації CES-функції, запропонований Дж. Кментою. Він базується на логарифмуванні (9) і розкладанні результату в ряд Тейлора з подальшим застосуванням до отриманої наближеної моделі кореляційно-регресійного аналізу [10].

М. Кубініва та ін., використовуючи підхід Кменти в якості методу знаходження первісної оцінки параметрів CES-функції, розробили процедуру пошуку рішення поставленого завдання із заданою точністю на базі використання ітеративного алгоритму мінімізації цільової функції залишків моделі за методом Марквардта. Вказана процедура знайшла своє втілення в програмі MACRO6, написаній на мові Бейсік [11, с. 137-149], яка досить

легко адаптується до сучасного програмного забезпечення за допомогою макросів редактора Excel.

Еластичність заміщення ресурсів σ для CES-функції знаходиться за формулою:

$$\sigma = \frac{1}{1 + \rho}. \quad (10)$$

Відомо, що CES-функція в залежності від значення параметра ρ узагальнює інші ВФ:

1) при $\rho = -1$ отримаємо лінійну функцію (еластичність заміщення ресурсів $\sigma = \infty$);

2) при $\rho \rightarrow 0$ вираження (9) перетворюється у ВФ Кобба-Дугласа (еластичність заміщення ресурсів $\sigma = 1$);

3) при $\rho \rightarrow \infty$ отримаємо функцію Леонт'єва (еластичність заміщення ресурсів $\sigma = 0$).

Застосовуючи підхід, викладений у роботах [4-6], введемо формулу оптимальної фондоозброєності в умовах, коли виробництво продукції адекватно описується CES-функцією. При цьому загальну суму капіталу, вкладеного у виробництво продукції, позначимо через C ($C = K + L$).

Для вирішення поставленого завдання знайдемо L з рівняння зв'язку $L = C - K$ і підставимо у вираження (9). Будемо шукати максимум CES-функції:

$$Q = A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1)(C - K)^{-\rho}]^{-\frac{\gamma}{\rho}} \rightarrow \max. \quad (11)$$

Знайдемо критичні точки вираження (11), в яких перша похідна Q' по K дорівнює 0 або ∞ :

$$\begin{aligned} Q' &= -\frac{\gamma}{\rho} A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1)(C - K)^{-\rho}]^{-\frac{\gamma-1}{\rho}} \times \\ &\times [-\rho A_1 K^{-\rho-1} + \rho(1 - A_1)(C - K)^{-\rho-1}] = \\ &= \gamma A_0 [A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1)(C - K)^{-\rho}]^{-\frac{\gamma-1}{\rho}} \times [A_1 K^{-\rho-1} - (1 - A_1)(C - K)^{-\rho-1}]. \end{aligned} \quad (12)$$

Очевидно, що $Q' = 0$ або $Q' = \infty$, коли один із співмножників вираження (12) дорівнює 0. Розглянемо обидва випадки:

$$1. \quad A_1 K^{-\rho} + (1 - A_1)(C - K)^{-\rho} = 0.$$

$$2. \quad A_1 K^{-\rho-1} - (1 - A_1)(C - K)^{-\rho-1} = 0. \quad (13)$$

Знайдемо рішення першого рівняння системи (13):

$$\left(\frac{K}{C - K}\right)^{-\rho} = -\frac{1 - A_1}{A_1} \Rightarrow \frac{K}{C - K} = \left(-\frac{A_1}{1 - A_1}\right)^{\frac{1}{\rho}}. \quad (14)$$

Оскільки $C - K = L$, то рівняння (14) приймає такий кінцевий вигляд:

$$\frac{K}{L} = \left(-\frac{A_1}{1 - A_1}\right)^{\frac{1}{\rho}}. \quad (15)$$

Визначимо капітал K із співвідношення (15) і підставимо його в формулу (9) з метою визначення максимального випуску продукції Q у грошовому вираженні:

$$K = L \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\frac{1}{\rho}}; \quad \max Q = A_0 [A_1 L^{\rho} \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{-1} + (1-A_1)L^{\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} =$$

$$= A_0 [-(1-A_1)L^{\rho} + (1-A_1)L^{\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} = 0. \quad (16)$$

Оскільки у першому випадку $Q = 0$ при будь-яких значеннях коефіцієнтів CES-функції, то фондоозброєність, що визначається формулою (15), не є точкою екстремуму.

Знайдемо рішення другого рівняння системи (13):

$$\left(\frac{K}{C-K} \right)^{-\rho-1} = \frac{1-A_1}{A_1} \Rightarrow \frac{K}{C-K} = \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\frac{1}{\rho+1}}. \quad (17)$$

Звідси оптимальна фондоозброєність для другого випадку з урахуванням позначення (10) дорівнює:

$$\frac{K}{L} = \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\frac{1}{\rho+1}} = \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\sigma}. \quad (18)$$

Підставляючи вираження капіталу K із (18) у формулу (9) з метою визначення максимального випуску продукції Q , у результаті елементарних перетворень отримаємо:

$$K = L \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\frac{1}{\rho+1}}; \quad \max Q = A_0 [A_1 L^{\rho} \left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{-\frac{\rho}{\rho+1}} + (1-A_1)L^{\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} =$$

$$= A_0 L^{\rho} [A_1 \left(\frac{1-A_1}{A_1} \right)^{\frac{\rho}{\rho+1}} + 1 - A_1]^{-\frac{1}{\rho}} = A_0 L^{\rho} [(1-A_1)^{\frac{\rho}{\rho+1}} A_1^{\frac{1}{\rho+1}} + 1 - A_1]^{-\frac{1}{\rho}} =$$

$$= A_0 L^{\rho} (1-A_1)^{-\frac{1}{\rho}} \left[\left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\frac{1}{\rho+1}} + 1 \right] = A_0 L^{\rho} (1-A_1)^{-\frac{1}{\rho}} \left[\frac{K}{L} + 1 \right]^{-\frac{1}{\rho}}. \quad (19)$$

Через те, що у другому випадку $Q = 0$ лише при певних значеннях коефіцієнтів CES-функції ($A_0 = 0$; $A_1 = -1$), які не належать до області визначення коефіцієнтів ВФ (9), то фондоозброєність, що розраховується за формулою (18), може розглядатись як точка екстремуму даної ВФ.

Підставимо тепер вираження оптимальної фондоозброєності з вираження (18) у формулу, що визначає граничну норму заміщення ресурсів h для ПФ (9):

$$h = \frac{1-A_1}{A_1} \times \left(\frac{K}{L} \right)^{1+\rho} = \frac{1-A_1}{A_1} \times \left[\left(\frac{A_1}{1-A_1} \right)^{\frac{1}{1+\rho}} \right]^{1+\rho} = 1. \quad (20)$$

Тобто для CES-функції ми отримали результат, аналогічний (8): в умовах оптимальної фондоозброєності (18), (19) величина граничної норми заміщення ресурсів для ВФ (9) теж дорівнює одиниці.

Це означає, що обидві ВФ, які розглядаються, поводять себе в екстремальних ситуаціях тотожно.

Як відзначалося вище, особливий інтерес представляє собою використання побудованої функції (9) з метою прийняття управлінських рішень щодо додаткової інвестиції $C_1 = K_1 + L_1$ у виробництво за умови її потенційної беззбитковості. Очевидно, якщо всі змінні CES-функції представлені в грошовому вираженні, то різниця $Q_1 - C_1 = p(C_1)$ визначає величину прибутку, отриманого в результаті інвестування. У випадку, коли даний процес адекватно описується CES-функцією, величина $p(C_1)$ дорівнює

$$p(C_1) = A_0 [A_1 K_1^{-\rho} + (1-A_1)L_1^{-\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} - C_1. \quad (21)$$

Ясно, що зона беззбитковості інвестування у виробництво додаткового капіталу C_1 впливає з формули (21), коли $p(C_1) \geq 0$. Відразу відзначимо, що величини K_1, L_1 будемо визначати у відношенні оптимальної фондоозброєності (18), тобто за наступних умов:

$$K_1 = L_1 \frac{A_1^{\sigma}}{(1-A_1)^{\sigma}}; \quad L_1 = K_1 \frac{(1-A_1)^{\sigma}}{A_1^{\sigma}}; \quad K_1 + L_1 = C_1. \quad (22)$$

Виразимо величини K_1, L_1 через C_1 :

$$K_1 = C_1 \frac{A_1^{\sigma}}{A_1^{\sigma} + (1-A_1)^{\sigma}}; \quad L_1 = C_1 \frac{(1-A_1)^{\sigma}}{A_1^{\sigma} + (1-A_1)^{\sigma}}. \quad (23)$$

Позначимо

$$N = \frac{A_1^{\sigma}}{A_1^{\sigma} + (1-A_1)^{\sigma}}; \quad M = \frac{(1-A_1)^{\sigma}}{A_1^{\sigma} + (1-A_1)^{\sigma}}. \quad (24)$$

Тоді з урахуванням (23) можна записати $K_1 = NC_1, L_1 = MC_1, N + M = 1$. Очевидно, що для даного вираження виконуються всі умови (22). Підставимо отримані значення K_1, L_1 у формулу прибутку (21), який будемо вважати не негативним:

$$p(C_1) = A_0 [A_1 K_1^{-\rho} + (1-A_1)L_1^{-\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} - C_1 =$$

$$= A_0 [A_1 (NC_1)^{-\rho} + (1-A_1)(MC_1)^{-\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} - C_1 =$$

$$= A_0 C_1^{\gamma} [A_1 N^{-\rho} + (1-A_1)M^{-\rho}]^{-\frac{1}{\rho}} - C_1 \geq 0. \quad (25)$$

Звідси впливає базова нерівність, виконання якої забезпечує беззбитковість додаткового інвестування у виробництво:

$$C_1^{\gamma-1} \geq \frac{[A_1 N^{-\rho} + (1 - A_1) M^{-\rho}]^{\frac{\gamma}{\rho}}}{A_0} \quad (26)$$

У залежності від значення показника ступеня однорідності CES-функції γ можливі три випадки:

1. $\gamma > 1$, тобто при позитивному ефекті розширення масштабів виробництва точка і зона беззбитковості на основі (26) визначаються нерівністю

$$C_1 \geq \left\{ \frac{[A_1 N^{-\rho} + (1 - A_1) M^{-\rho}]^{\frac{\gamma}{\rho}}}{A_0} \right\}^{\frac{1}{\gamma-1}} \quad (27)$$

Це означає, що для забезпечення беззбиткового виробництва величина мінімальної інвестиції C_1 повинна задовольняти нерівність (27).

2. $\gamma < 1$, тобто при негативному ефекті розширення масштабів виробництва точка і зона беззбитковості за допомогою формули (26) визначаються нерівністю

$$C_1 \leq \left\{ \frac{A_0}{[A_1 N^{-\rho} + (1 - A_1) M^{-\rho}]^{\frac{\gamma}{\rho}}} \right\}^{\frac{1}{1-\gamma}} \quad (28)$$

Це означає, що для забезпечення беззбиткового виробництва величина максимальної інвестиції C_1 повинна задовольняти нерівність (28).

3. $\gamma = 1$ (при лінійній однорідності CES-функції) спостерігається нульовий ефект від розширення масштабів виробництва, тобто воно виявиться беззбитковим при будь-якій величині авансованого капіталу C_1 . Однак беззбитковість у цьому випадку забезпечується певним співвідношенням коефіцієнтів побудованої ВФ. Згідно з базовою нерівністю (26) необхідно, щоб параметри CES-функції задовольняли наступну нерівність:

$$A_0 \geq [A_1 N^{-\rho} + (1 - A_1) M^{-\rho}]^{\frac{1}{\rho}} \quad (29)$$

Очевидно, що виконання нерівностей (27)-(29) прямо залежить від величини коефіцієнта шкали A_0 . Малі значення даного параметра, отримані в економіко-математичному дослідженні, сигналізують про негативний стан економіки підприємства (галузі, регіону, країни), в першу чергу за рахунок недосконалості законодавства і податкової політики держави. Саме переважно фіскальний характер існуючої податкової політики держави по відношенню до малого і середнього бізнесу проявляється при розрахунках ВФ (9) у низьких значеннях параметра A_0 .

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, формули (2), (18) дозволяють досліднику визначити точки оптимальної фондоозброєності, в яких випуск продукції досягає свого максимуму за умови, що виробництво суб'єктів господарювання підпорядковується відповідно ВФ Кобба-Дугласа або CES-функції. Формули (3), (19) надають можливість отримати достовірну оцінку шуканого максимуму.

Величина граничної норми заміщення ресурсів у цих точках для обох вказаних ВФ дорівнює одиниці. Натомість відхилення від значення $h = 1$ слід тлумачити як сигнал про порушення оптимальної фондоозброєності, тобто про певні диспропорції при інвестуванні коштів у агреговані виробничі фактори "капітал" і "праця".

Окрім того, традиційне застосування ВФ Кобба-Дугласа і CES-функції як ефективних засобів економічного аналізу витрат виробничих ресурсів суб'єктів господарювання може бути істотно поширене та поглиблене за рахунок використання нерівностей (5)-(7), (27)-(29), котрі відкривають перед дослідниками і практиками нові можливості в сфері прогнозування зон беззбитковості капітальних вкладень та управління інвестиційними проектами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Клейнер Г. Б. Производственные функции : теория, методы, применение / Г. Б. Клейнер. – М. : Финансы и статистика, 1986. – 239 с.
2. Винн Р. Введение в прикладной эконометрический анализ / Р. Винн, К. Холден; [пер. с англ.]. – М. : Финансы и статистика, 1981. – 294 с.
3. Казакова М. В. Анализ свойств производственных функций, используемых при декомпозиции экономического роста / М. В. Казакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <ftp://ftp.gerpec.org/ort/ReDIF/RePEc/rnp/wpaper/31.pdf>.
4. Економетрія : навч. посіб. / [за ред. А. Ф. Кабака, О. В. Проценка]. – Одеса : НМЦО-ОДЕУ, 2003. – 562 с.
5. Янковий В. О. Прогнозування зони беззбитковості інвестицій у хлібопекарську промисловість за допомогою виробничої функції / В. О. Янковий // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса, 2006. – № 22. – С. 410-414.
6. Черевко Є. В. Оптимальна фондоозброєність та початковий капітал / Є. В. Черевко // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса, 2007. – № 26. – С. 359-365.
7. Янковий В. О. Модель беззбитковості інвестування в м'ясопереробну промисловість / В. О. Янковий // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 4 (8). – С. 16-21.
8. Янковий В. О. Гранична норма заміщення CES-функції в умовах оптимальної капіталоозброєності / В. О. Янковий / Матер. міжнар. науково-практичної конф. "Перспективи розвитку економічної системи в умовах нестабільності". – Дніпропетровськ, 4-5 вересня, 2015. – С. 56-59.
9. Янковий В. О. Умова одиничної граничної норми заміщення ресурсів для виробничої функції Кобба-Дугласа і CES-функції / В. О. Янковий / Матер. V межд. заочной научно-практической конф. "Развитие науки в XXI веке". – Харьков : Научно-информационный центр "Знание", 2015. – С. 48-52.
10. Kmenta J. (1967). On Estimation of the CES Production Function. *International Economic Review*. – 1967. – Vol. 8, No. 2, June. – P. 180-189.
11. Математическая экономика на персональном компьютере / М. Кубонива, М. Табата, С. Та-

бата, Ю. Хасэбэ; [под ред. М. Кубонива; пер. с япон.]. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 304 с.

REFERENCES

1. Kleyner, G. B. (1986), *Proizvodstvennyie funktsii: teoriya, metody, primenenie* [Production functions: theory, methods, using], Finansyi i statistika Publ., Moscow, 239 p.
2. Vynn R. and Kholden K. (1981), *Vvedeniye v prykladnoi ekonometrycheskyi analiz* [Introduction to the applied econometric analysis]. Finansyi i statistika Publ., Moscow, 294 p.
3. Kazakova, M. V. (2011), Analiz svoystv proizvodstvennyih funktsiy, ispolzuemyih pri dekompozitsii ekonomicheskogo rosta [Analysis of the properties of production functions used in the decomposition of economic growth], available at: <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/rnp/wpaper/31.pdf>.
4. *Ekonometriya* [Econometrics] (2003), resp. edited A. F. Kabak, O. V. Protsenko, NMTSO-OSEU, Odesa, 562 p.
5. Iankovyi, V. O. (2006), Prognozuvannya zoni bezzbitkovosti investitsiy u hlibopekarsku promislolist za dopomogyu virobnychoy funktsiyi [Prediction of the breakeven investment zone in the baking industry by means of the production function], *Visnik sotsialnoekonomichnih doslidzhen*, 22, pp. 410-414.
6. Cherevko, E. V. (2007), Optimalna fondoozbroenist ta pochatkoviy capital [The optimal capital-labor ratio and initial capital], *Visnik sotsialno-ekonomichnih doslidzhen*, 26, pp. 359-365.
7. Iankovyi, V. O. (2010), Model bezzbytkovosti investuvannya v myasopererobnu promislolist [Model breakeven investment in processing industry], *Economica harchovoi promislivosti*, 4 (8), pp. 16-21.
8. Iankovyi, V. O. (2015), Granichna norma zamichennya CES-funktsii v umovah optimalnoi kapitaloobzbroenosti [Marginal rate of substitution CES-function under optimal capital-labor], Materials Intern. Scientific-practical Conference “The prospects of the economic system in terms of instability”, Dnipropetrovsk, 4-5 September, pp. 56-59.
9. Iankovyi, V. O. (2015), Umova odinichnoi granichniji normy zamichennya resursiv dlya virobnschoi funktsii Cobba-Duglasy i CES-funktsii [Conditions of a single marginal rate of substitution of resources for production function Cobb-Douglas and CES-function], mater. V Intern. distains Scientific-practical Conference “The development of science in the XXI century”, Scientific Clearing Centre “Knowledge”, Kharkiv, pp. 48-52.
10. Kmenta J. (1967), On Estimation of the CES Production Function, *International Economic Review*, vol. 8, No. 2, June, p. 180-189.
11. *Matematycheskaia ekonomika na personalnom kompiutere* [Mathematical economics on a personal computer] (1991), resp. edited M. Kubonyv, Finansyi i statistika Publ., Moscow, 304 p.

Рутар Т. С.,
здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

ІНСТИТУЦІЙНІ ФАКТОРИ ПЕРЕХОДУ ВІД ОЛІГАРХІЧНОГО ДО ВІЛЬНОРИНКОВОГО КАПІТАЛІЗМУ

***Анотація.** На основі аналізу неoinституційної парадигми уточнюється зміст дефініції “інститут” та “інституційна система”, а також їх роль у процесі посткомуністичних трансформацій. Особлива увага акцентується на з’ясуванні факторів генезису олігархічної моделі економіки та її атрибутів в Україні. Автор, аналізуючи економічний розвиток України у післяреволюційний період за індексом економічної свободи, пропонує пріоритетні стратегії реформ на шляху демонтажу олігархату та становлення інститутів вільного ринку.*

Ключові слова: інститут, інституційна система, посткомуністичні економічні трансформації, політико-економічна інституційна модель, демонтаж олігархату, темп реформ.

Rutar T. S.,
Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

INSTITUTIONAL FACTORS OF TRANSITION FROM OLIGARCHIC TO FREE-MARKET CAPITALISM

***Abstract.** Based on the analysis of neoinstitutional paradigm is defined the content of “institute” and “institutional system” definitions, and their role in the process of post-communist transformation. Particular attention is paid to the clarification of factors of genesis of oligarchic model of economy and its attributes in Ukraine. By analyzing Ukraine’s economic development in the post-revolutionary period by the index of economic freedom, the author proposes priorities of reforms’ strategy towards dismantling of oligarchic institutions and establishing institutions of free market.*

Keywords: institution, institutional system, post-communist economic transformation, political and economic institutional model, dismantle oligarch, the the pace of reforms.

Постановка проблеми. Перемога антиолігархічної революції повернула Україні перспективу стати на шлях європейського розвитку. Однак процес демонтажу олігархічної політико-економічної моделі затягується внаслідок повільних і часткових реформ, які здійснює постмайданівська правляча еліта.

В зв’язку з тим на сьогодні існує глибока суспільна потреба у наукових публікаціях, в яких були б обґрунтовані й окреслені шляхи постолігархічного транзиту. Йдеться про те, якою має бути поточна антикризова економічна політика зокрема і стратегія інституційних змін загалом.

Аналіз досліджень і публікацій. Проаналізована література здебільшого присвячена питанням, що стосуються з’ясування політико-правових, економічних факторів посткомуністичної трансформації, а також суті та основних атрибутів олігархічного капіталізму [1; 3; 6; 11]. Однак ця проблема і надалі потребує ряд уточнень, доповнень і узагальнень, особливо в частині вирішення теоретичних проблем переходу від олігархічної до вільноринкової моделі економіки.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз генезису та основних атрибутів олігархічного капіталізму й окреслення стратегічних пріорите-

тів трансформації в умовах переходу до вільноринкового капіталізму.

Виклад основного матеріалу дослідження. На підставі узагальнень висновків неoinституційної парадигми інституту слід розуміти як набір формальних і неформальних правил, які визначають певні обмеження та стимули суб’єктів суспільної діяльності, а також результати суспільного розвитку [1, 13]. Їх виконання забезпечується відповідними установами, статус та функції яких визначаються правовими та моральними нормами. Інституційні системи – це сукупність однорідних інститутів у будь-якій сфері суспільної діяльності. Економічні інститути визначають обмеження та стимули суб’єктів господарської діяльності й результати економічного розвитку. Вони забезпечують економічне зростання та справедливий (несправедливий) розподіл суспільного багатства. Економічні інститути регулюють відносини власності, фондового ринку, фіскальні, банківсько-кредитні й корпоративного менеджменту. Економічні інститути в залежності від їх впливу на економічне зростання та справедливий розподіл національного багатства можна класифікувати як такі, що ґрунтуються на засадах свободи – відкритого доступу або інклюзивні та гноблення – обмеженого доступу та екстрактивні.

Інститути свободи стимулюють вільну конкуренцію та обмежують рентоорієнтовану поведінку суб'єктів господарської діяльності. Натомість інститути гноблення стимулюють корупційну поведінку суб'єктів господарської діяльності й обмежують рівний, конкурентний доступ громадян до економічних ресурсів.

Для позначення ступеня розвитку інститутів ринкової економіки використовуються індикатори, сформульовані в індексах економічної свободи та сприйняття корупції. Індекс економічної свободи включає 10 параметрів: свободу бізнесу, торгівлі, грошову, податкову, фінансову, праці, від втручання уряду та корупції, гарантій прав власності. Країни в залежності від кількості балів, набраних за вищезазначеними параметрами, поділяються на вільні – 80-100 бали; переважно вільні – 70-79,9 бали;

привілеями має послужити інституційним фундаментом на шляху розбудови інститутів вільноринкової економіки.

Однак посткомуністичний перехід, крім розбудови інститутів вільного ринку, передбачає також макроекономічну стабілізацію та ліберізацію на початку трансформаційного періоду. На думку Л. Бальцеровича, макроекономічна стабілізація має забезпечити демонтаж інститутів старої системи і тим самим створити передумови для переходу [2].

Для того, щоб окреслити реформаторські пріоритети на сьогоднішньому етапі, необхідно узагальнити систему факторів, які призвели до формування олігархічного капіталізму. В цьому контексті важливо звернути увагу на темп та розмах проведення радикальної економічної політики, відображеної в табл. 2.

Таблиця 1

Динаміка розвитку інститутів свободи та гноблення у посткомуністичних країнах

Країна	Індекс економічної свободи				Індекс сприяння корупції (місце)			
	1995	2005	2010	2015	1995	2005	2010	2015
Білорусь	40,4	46,7	48,7	49,8	4,1 (43)	2,6 (107)	2,5 (127)	3,1 (119)
Естонія	65,2	75,2	74,7	76,8	5,7 (27)	6,4 (27)	6,5 (26)	6,9 (26)
Казахстан	41,8	53,9	61,0	63,3	3,0 (65)	2,6 (107)	2,9 (105)	2,9 (126)
Румунія	42,9	52,1	62,2	66,6	2,9 (68)	3,0 (85)	3,7 (69)	4,3 (69)
Україна	39,9	55,8	46,4	46,9	1,5 (87)	2,6 (107)	2,4 (134)	2,6 (142)

Складено за: [2; 3]

помірно вільні – 60-69,9 бали; переважно невольні – 50-59,9 бали; невольні – 0-49,9 бали. Перевага індексу економічної свободи над іншими індексами полягає в тому, що він одночасно охоплює в інтегрованому вигляді показники інституційного розвитку в усіх сферах національної економіки.

На підставі аналізу даної таблиці можна зробити наступні висновки. По-перше, всі посткомуністичні країни зробили помітні зрушення на шляху розбудови інститутів вільноринкової економіки порівняно з початком трансформаційного періоду. Що стосується подолання корупції, то тут спостерігається прогрес у залежності від одночасної розбудови інститутів вільного ринку та консолідованої політичної демократії. По-друге, у країнах, які стали членами ЄС (Естонія, Румунія), спостерігається стабільність щодо прогресу в сфері подолання корупції та розширення економічної свободи. По-третє, слабка кореляція між розбудовою інститутів ринкової економіки та обмеженням корупції спостерігається в країнах, які мають консолідовані авторитарні режими. По-четверте, Україна згідно з даною таблицею не відзначається помітними результатами у цій сфері, але має вагомий шанс на успіх у зв'язку з імплементацією положень Угоди про асоціацію. Ухвалене законодавство у сфері протидії корупції, дерегуляції підприємницької діяльності, лібералізації митного та податкового режимів і скорочення витрат на утримання державного апарату та забезпечення його відповідними пільгами та

Таблиця 2

Розмах та темп реформ на початку трансформаційного періоду

Країна	Розмах-94 індикатори світового банку	Розмах-97 індикатори ЄБРР	Темп
Чехія	3,61	3,52	0,95
Естонія	2,93	3,48	1,90
Словенія	4,16	3,18	1,74
Польща	4,14	3,48	1,54
Румунія	2,29	2,70	0,58
Болгарія	2,90	2,78	0,94
Росія	1,92	3,00	1,26
Україна	0,80	2,41	0,54
Молдова	1,62	2,56	1,07
Киргизія	1,81	2,74	1,05
Білорусь	1,07	1,67	0,41
Узбекистан	1,11	2,19	0,68
Туркменістан	0,63	1,30	0,41
Казахстан	1,31	2,63	0,92

Джерело: [12, с. 153]

Радикальні економічні реформи охоплюють фінансову стабілізацію, яка поєднує рестрикційну монетарну та фіскальну політику й всеохоплюючу лібералізацію (цінову, зовнішньоекономічної діяльності, валютну).

Виходячи з даної таблиці, можна розкрити кореляцію між темпом (швидкістю) і розмахом (узагальненим показником) реформаторських заходів. Такі поняття використовує Л. Норгаард. Важливість даного підходу полягає у тому, що він розрізняє розмах 1994 (вимірюється за індикаторами Світового банку), що дає можливість визначити ефективність реформ на початку трансформаційного періоду і розмах 1997 (вимірюється за індикаторами ЄБРР), що дозволяє розкрити кореляцію між результативністю економічних реформ та інституційним розвитком.

В цьому аспекті лідером є Естонія, яка зробила великий стрибок у сумарному показнику проведення реформ у 1997 р. порівняно з 1994 р. Це означає, що радикальні економічні реформи дуже синхронно супроводжувалися розбудовою політико-правових та ринкових інститутів. Чехія, Польща і Словенія, які були лідерами на початку проведення реформ, дещо відстали від темпів інших країн. Україна за розмахом реформ відставала майже від всіх посткомуністичних країн на початку трансформаційного періоду, але за рахунок стабілізаційних заходів, здійснених за президентства Л. Кучми, значно поліпшила свої реформаторські результати.

Таким чином, запізнілі й повільні економічні реформи та політико-правові й економічні інституційні зміни створили джерела для трансформації адміністративно-командної економіки в олігархічну. Тут важливо звернути увагу саме на ті джерела формування олігархату, які стали можливими внаслідок вищезазначених реформ. До них можна віднести: прямі бюджетні дотації державним підприємствам і отримання прибутків, пов'язаних із ними, приватними фірмами; отримання державних кредитів під низькі проценти в умовах гіперінфляції; закупівля енергоносіїв та інших природних ресурсів за низькими державними цінами з наступним їх продажем за високими ринковими цінами; "інсайдерська приватизація" – приватизація великих державних підприємств.

Отже, першим джерелом формування олігархії була обмежена лібералізація та фінансова стабілізація, які призвели до глибокої деформації цін, що покладалося в основу вище названих корупційних схем.

Другим джерелом стала інсайдерська велика приватизація, в результаті якої привілейовані кола, які збагатилися ще раніше, отримали майже за безцінь державні й муніципальні активи. Під інсайдерською приватизацією розуміють таку форму приватизації, через яку активи державних підприємств передаються у власність їхніх трудових колективів. При цьому доступ до інформації про реальний стан та ціну активів має керівництво даними державними підприємствами. В даному випадку приватизаційне законодавство спеціально формується відповідними лобістами, які є представниками директорату промислових підприємств (в Україні – парламентська група "239"). Інсайдерські механізми приватизації, які мали масштабне поширення у багатьох посткомуністичних країнах (особливо в Росії й Україні), знайшли глибоке висвітлення у працях багатьох іноземних авторів [17; 18; 19]. Такий спосіб приватизації призвів до олігархізації економіки, оскільки власники компаній заволоділи підприємствами всього виробничого цик-

лу (сталеварними підприємствами, вугільними шахтами, експортними портами).

У контексті приватизації важливо враховувати вплив способу приватизації на подальшу продуктивність приватизованих підприємств [6, с. 52]. Найвищу продуктивність мають новостворені фірми. За ними розташовуються малі й середні підприємства, далі – великі підприємства, а найгіршими показниками продуктивності відрізняються державні підприємства.

Методологічною основою для визначення основних атрибутів олігархічного капіталізму послужили такі теоретичні положення: О. Гаврилишина про розуміння олігархату як концентрації власності та фінансових активів в руках політико-бізнесових еліт ("економічної олігархії") [6, с. 319-320]; О. Фісуна про олігархічний неопатрімоніалізм як захоплення і розподіл держави регіональними, рентоорієнтованими групами через клієнтурно-патронажну мережу [15, С.172]; Д. Норта про тип соціального порядку обмеженого доступу, який ґрунтується на певній формі природної держави (крихкої, базової й зрілої) [13]; В. Ланового про особливості та організаційну структуру олігархічних операцій в Україні [11].

Таким чином олігархічний капіталізм виник у тих країнах, які проводили повільні часткові економічні реформи та розбудову політико-правових та економічних інститутів. Як політико-економічна система олігархічний капіталізм передбачає концентрацію капіталу в руках владо-управлінської верхівки (політичної, адміністративної, правоохоронної та судової). Цей капітал нагромаджений не шляхом підприємницької діяльності в рамках глобальної й національної вільної конкуренції, а корупційних схем у сфері публічної господарсько-фінансової діяльності. Характерними ознаками олігархічного капіталізму є:

- монополія політичної влади у вигляді консолідованого і напівконсолідованого авторитарного та гібридного режимів;
- домінування політичної олігархії, тобто соціальної групи, яка завдяки максимальному наближенню до верховної влади має необмежений доступ до фінансових і природних ресурсів та здійснює контроль над політико-правовими, правоохоронними й адміністративними структурами влади;
- зв'язок політики і бізнесу, який ґрунтується на тінювих механізмах співпраці й взаємній циркуляції політичної та економічної олігархії;
- органічний зв'язок політики й адміністративної діяльності, який передбачає формування адміністративного апарату політичною верхівкою за кланово-корупційними критеріями;
- цілковита залежність судової та правоохоронної діяльності від політичних структур, які в знак нагороди за обслуговування їхніх кланових інтересів надають їм право патронату над бізнесом та кримінальними структурами;
- органічний зв'язок між політикою та криміналітетом для виконання найбільш нелегальних та незаконних методів діяльності в інтересах політичної та економічної олігархії;

- розгалужена система нелегального підкупу різних категорій населення з боку олігархії (так званих тітушок) для виконання різноманітних замовлень кримінального та аморального спрямування з метою захисту їхніх інтересів;

- розгалужена система легального підкупу категорій населення з боку олігархії у вигляді соціальних пільг, отримання звань і нагород (академік, народний артист, заслужений діяч науки і техніки, Герой України);

- інструментами збагачення олігархії є митно-податкові, бюджетно-дотаційні, кредитні, ціннові преференції, а також контроль над державними монополіями;

- олігархічна економічна структура функціонує у вигляді багатоярусного і багатогалузевого холдингу, в якому управління пакетом акцій здійснює фінансова корпорація, і характеризується антагонізмом інтересів між виробничими та фінансовими секторами, загальнокорпоративним менеджментом та менеджментом окремих підприємств.

Олігархічний капіталізм призводить не тільки до економічного занепаду, але й моральної й інтелектуальної деградації суспільства. Найпотворніші форми він набуває у вигляді напівконсолідованого або консолідованого авторитаризму, де спостерігається найвищий ступінь монополізації влади і власності, що спричинює найвищий рівень «розквіту» корупції.

Україна у післяреволюційний період зробила ряд реформаторських кроків на шляху демонтажу олігархату і побудови інститутів вільного ринку, які за своїм історичним значенням перевершують всі попередні реформаторські досягнення за останню чверть століття (3, 9, 10, 14). Однак темп і розмах реформ виявився недостатньо високим, щоб істотно демонтувати олігархічну модель економіки. Про це засвідчує експертний аналіз індексу економічної свободи станом на 2016 рік, згідно з яким Україна з 46,8 балів займає 142 місце – одне з найнижчих у Європі. Це насамперед стосується таких показників економічної свободи: свобода від корупції – 25 балів, захист прав власності – 26 балів, держвидатки – 30 балів, інвестиційна та фінансова свобода – відповідно 20 та 30 балів. З такими показниками в названих сферах не можна досягти істотних змін у демонтажі олігархату. Для того, щоб у найближчі терміни створити фундамент вільного ринку, необхідно передусім на законодавчому та інституційному рівнях забезпечити:

- широкомасштабну приватизацію державного сектора в рамках відкритих та прозорих аукціонів із залученням іноземних інвесторів на рівних умовах із національними;

- виключно аукціонний спосіб використання публічної власності (державної й комунальної) у вигляді оренди і концесії;

- скасувати мораторій на продаж землі й ухвалити пакет законів для створення вільноринкового середовища в аграрному секторі;

- гарантії прав власності та виконання контрактів шляхом створення незалежної й справедливої судової системи в рамках ухвалення конституційних змін;

- проведення переатестації всіх суддів, прокурорів із використанням обов'язкової перевірки на

добросесність та спеціалізованого комп'ютерного тестування в режимі онлайн;

- завершити створення всіх антикорупційних інститутів, які б у найкоротші терміни забезпечили ефективну боротьбу з корупцією;

- стимулювати антикорупційну діяльність шляхом запровадження обов'язкової антикорупційної громадської експертизи, а також отримання винагороди за провокацію корупційного злочину.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Країни, які невдало здійснили посткомуністичний транзит, опинились у зоні олігархічного або державного капіталізму. Джерелами встановлення олігархічного капіталізму є часткові реформи у вигляді обмеженої макроекономічної стабілізації, лібералізації та інсайдерської приватизації. Внаслідок таких реформ політико-соціальні групи, які перебували при владі, зуміли сконцентрувати в своїх руках владу та власність, а більша частина населення опинилася в злидненому становищі. Олігархічний капіталізм ґрунтується на монополії політичної влади в рамках консолідованого, напівконсолідованого, авторитарного та гібридного режимів. Він передбачає приватизацію політико-владних функцій на основі зрощення політики та бізнесу, адміністративної діяльності, судової та правоохоронної діяльності й криміналітету. Постолігархічний транзит можливий лише після ліквідації політичної монополії у вигляді консолідованого або напівконсолідованого авторитаризму внаслідок народної революції. В післяреволюційний період необхідні радикальна перебудова всіх суспільних інститутів (у першу чергу політико-правових) і радикальне оновлення еліт шляхом вільних, чесних і прозорих виборів та люстрацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Асемоглу Д. Інститути як фундаментальна причина довгочасного економічного росту / Асемоглу Д., С. Джонсон, Дж. Робінсон; Інститут приватизації і менеджмента. – 2006 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/ecowest/2006n1r01.pdf>.

2. Бальцерович Л. Навстречу ограниченному государству / Л. Бальцерович; [пер. с англ.]. – М. : Новое издательство, 2007. – 92 с.

3. Бендукідзе К. Якщо не проводити реформи, країни не буде. Бездіяльність дорівнює смерті / К. Бендукідзе // Українська правда. – 30 травня 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pravda.com.ua/articles/2014/05/29/7027364/view_comments/?attempt=1.

4. Відновлення України. План дій. – 26 вересня 2014. / КМУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///D:/!!!DOWNLOADS/presentation%20\(9\).pdf](file:///D:/!!!DOWNLOADS/presentation%20(9).pdf).

5. Гаврилишин О. Капіталізм для всіх чи для обраних / О. Гаврилишин. – К. : Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2007. – 382 с.

6. Гаврилишин О. Передусім потрібно провести дерегуляцію бізнесу / О. Гаврилишин / Тиждень. – 9 жовтня 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Economics/120449>.

7. Индекс економічної свободи / Heritage [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.transparency.org/cpi2014/results>.
8. Индекс сприяння корупції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.transparency.org/cpi2014/results>.
9. Закон України “Про внесення змін до Бюджетного кодексу України” // Відомості Верховної Ради України. – 28.12. 2014 р. – № 50-51, ст. 572 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/79-19>.
10. Закон України “Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.golos.com.ua/Article.aspx?id=370432>.
11. Лановий В. Олігархічну модель потрібно трансформувати у вільний ринок / В. Лановий // Тиждень. – 24 січня 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Economics/69981>.
12. Норгаард О. Економічні інституції та демократична реформа. Порівняльний аналіз посткомуністичних країн / Норгаард О.; [пер. з англ. М. Козуба та А. Галушки]. – К. : Ніка-Центр, 2007. – 424 с.
13. Норт Д. Насилие и социальные порядки. Концептуальные рамки для интерпретации письменной истории человечества / Норт Д., Уоллис Д., Вайнгаст Д.; [пер. с англ. Д. Узланера, М. Маркова, Д. Раскова, А. Расковой]. – М. : Издательство Института Гайдара, 2011. – 479 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bib.convdocs.org/docs/32/31761/conv_1/file1.pdf.
14. Програма діяльності КМУ від 11.12.14 / Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247809587&cat_id=246711250.
15. Фісун О. А. Динаміка демократичних переходів: транзитологічна інтерпретація / О. А. Фісун [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://referatu.net.ua/newreferats/207/183335>.
16. Як Україні відштовхнутися від дна рейтингу економічної свободи / Индекс економічної свободи // Робоча група voxukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://voxukraine.org/2016/03/10/index-of-economic-freedom-ua/>.
17. Barnes A. Cognitive Theft: Context and Choice in the Hungarian, Czech and Russian transformations 1989-2000 / A. Barnes // *East European and Societies*. – № 3. – 533-65 pp.
18. Hellman J. Winners take all: The politics of partial Reform in Post-communist Transitions / J. Hellman // *World Politics*. – 1998. – № 50(2). – 203-234 pp.
19. Svejnar J. Transition economies performance and Challenges / J. Svejnar // *Journal of Economic Perspectives*. – Vol 16, no. 2.
2. Bal'cerovich L. (2007), *Navstrechu ogranichenomu gosudarstvu*, Novoe izdatel'stvo, M., 92 s.
3. Bendukidze K. Yakscho ne provodyty reformy, krainy ne bude. Bezdiial'nist' dorivniuiе smerti, Ukrain's'ka pravda. – 30 travnia 2014, available at: http://www.ppravda.com.ua/articles/2014/05/29/7027364/view_comments/?attempt=1.
4. Vidnovlennia Ukrainy. Plan dij. – 26 veresnia 2014. / KМУ, available at: [file:///D:/!!!%20\(9\).pdf](file:///D:/!!!%20(9).pdf).
5. Havrylyshyn O. (2007), *Kapitalizm dlia vsikh chy dlia obranykh*, Vydavnychyj dim “Kyievo-Mohylians'ka akademiiia”, K., 382 s.
6. Havrylyshyn O. Peredusim potribno provesty derehuliatysiu biznesu, Tyzhden'. – 9 zhovtnia 2014, available at: <http://tyzhden.ua/Economics/120449>.
7. Indeks ekonomichnoi svobody / Heritage, available at: <http://www.transparency.org/cpi2014/results>.
8. Indeks spriyannia koruptsii, available at: <http://www.transparency.org/cpi2014/results>.
9. Zakon Ukrainy “Pro vnesennia zmin do Biudzhethnoho kodeksu Ukrainy” // Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy. – 28.12. 2014 r. – № 50-51, st. 572, available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/79-19>.
10. Zakon Ukrainy “Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy schodo podatkovoi reformy”, available at <http://www.golos.com.ua/Article.aspx?id=370432>.
11. Lanovyy V. Oliharkhichnu model' potribno transformuvaty u vil'nyj rynek, Tyzhden'. – 24 sichnia 2013, available at: <http://tyzhden.ua/Economics/69981>.
12. Norhaard O. (2007), *Ekonomichni instytutsii ta demokratychna reforma. Porivnial'nyj analiz postkomunistychnykh krain*, Nika-Tsentr, K., 424 s.
13. Nort D., Uollis D. and Vajngast D. (2011), *Nasilie i social'nye porjadki. Konceptual'nye ramki dlja interpretacii pis'mennoj istorii chelovechestva*, Izdatel'stvo Institutu Gajdara, M., 479 s., available at: http://bib.convdocs.org/docs/32/31761/conv_1/file1.pdf.
14. Prohrama diial'nosti KМУ vid 11.12.14 / Uriadovyy portal, available at: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=247809587&cat_id=246711250.
15. Fisun, O. A. Dynamika demokratychnykh perekhodiv: tranzytolohichna interpretatsiia, available at: <http://referatu.net.ua/newreferats/207/183335>.
16. Yak Ukraini vidshovkhnutysia vid dna rejtynhu ekonomichnoi svobody / Indeks ekonomichnoi svobody // Robocha hrupa voxukraine, available at: <http://voxukraine.org/2016/03/10/index-of-economic-freedom-ua/>.
17. Barnes A. Cognitive Theft: Context and Choice in the Hungarian, Czech and Russian transformations 1989-2000, *East European and Societies*, № 3, 533-65 pp.
18. Hellman J. (1998), *Winers take all: The politics of partial Reform in Post-communist Transitions*, *World Politics*, № 50(2), 203-234 pp.
19. Svejnar J. Transition economies performance and Challenges, *Journal of Economic Perspectives*, vol 16, no. 2.

REFERENCES

1. Asemoglu D., Dzhonson S. and Robinson Dzh. (2006), *Instituty kak fundamental'naja prichina dolgo-srochnogo jekonomicheskogo rosta; Institut privatizacii i menedzhmenta*, available at: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/ecowest/2006n1r01.pdf>.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА ТА ЕКСПЕРТИЗИ ТОВАРІВ

УДК 677.07.8

Галик І. С.,

к.т.н., проф. кафедри товарознавства непродовольчих товарів, Львівська комерційна академія, м. Львів

Семак Б. Д.,

д.т.н., проф. кафедри товарознавства непродовольчих товарів, Львівська комерційна академія, м. Львів

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОГРАМИ РИНКОВОГО НАГЛЯДУ ПРОДУКЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО ТЕКСТИЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

***Анотація.** У зв'язку з реалізацією Угоди із СОТ і Угоди про асоціацію України з ЄС виникає необхідність переорієнтації вітчизняної продукції у відповідності з вимогами європейських міжнародних стандартів. Необхідних змін вимагають системи державного технічного регулювання та стандартизації у різних галузях промислового виробництва. В роботі висвітлені нові підходи у сфері державної політики щодо подальшого вдосконалення системи технічного регулювання, стандартизації, сертифікації, оцінки відповідності, ринкового нагляду та інших нормативно-правових актів. Особлива увага приділена обґрунтуванню об'єктів, напрямків та специфіці ринкового нагляду та контролю безпечності текстильних матеріалів та виробів в Україні. Запропоновано створити серію нових стандартів для оцінювання рівня безпечності текстильних матеріалів та виробів різних способів виробництва та призначення.*

Ключові слова: ринковий нагляд, стандартизація, сертифікація, рівень якості, безпечність, текстильні матеріали, оцінювання відповідності.

Galyk I. S.,

Ph.D, Professor, Professor of the Department of Commodity Research of Non-food Products, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Semak B. D.,

Doctor of Engineering, Professor, Professor of the Department of Commodity Research of Non-food Products, Lviv Academy of Commerce, Lviv

IMPLEMENTATION OF THE PROGRAM FOR MARKET SURVEILLANCE OF PRODUCTS OF DOMESTIC TEXTILE PRODUCTION

***Abstract.** Because of the implementation of the WTO agreement and the Association Agreement of Ukraine with the EU there is a need to reorient domestic products in accordance with the requirements of European and international standards. The need for change is required for the state system of technical regulation and standardization in various branches of industrial production. The new approaches in public policy to further technical regulation system improvement, standardization, certification, conformity assessment, market supervision and other regulatory legal acts have been shown in the article. Special attention is paid to the justification of objects, directions and market oversight specifics and security control of textile materials and products in Ukraine. A series of new standards for textile materials and products safety level evaluation of various ways of production and usage are suggested.*

Keywords: market supervision, standardization, certification, quality, safety, textile materials, conformity assessment.

Постановка проблеми. Як відомо, на Міністерство економічного розвитку і торгівлі України покладено відповідальність за формування та реалізацію державної політики у сферах стандартизації, сертифікації, оцінки відповідності та управління якістю, а також державного ринкового нагляду й захисту прав споживачів та контролю за їх виконанням [1]. У даній роботі ми обмежимося тільки розглядом питань, пов'язаних із реалізацією Закону України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції” від 2 грудня 2010 року №2735-VI на прикладі продукції вітчизняної текстильної промисловості.

Необхідність реалізації Угоди із СОТ, Угоди про асоціацію України з ЄС, переорієнтація вітчизняної промислової продукції на вимоги європейських і міжнародних стандартів обумовили суттєві зміни у системах державного технічного регулювання та стандартизації в різних галузях промислового виробництва товарів, включаючи і вітчизняну текстильну та легку промисловість. Окрім цього, відбулися суттєві зміни у керівних органах системи стандартизації. Так, замість ліквідованого Держспоживстандарту України створено окрему Державну інспекцію України з питань захисту прав споживачів.

Функції формування та реалізації державної політики у сфері технічного регулювання покладено на Департамент Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Національним органом з питань стандартизації в Україні призначено державне підприємство – Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості (ДП “УкрНДНЦ”), на який покладено відповідальність за реалізацію державної політики у сферах стандартизації, метрології та підтвердження відповідності [2].

На реалізацію нових підходів у сфері державної політики щодо подальшого вдосконалення системи технічного регулювання, стандартизації, сертифікації, оцінки відповідності, ринкового нагляду та інших нормативно-правових актів націлені прийняті в останні роки відповідні документи, а саме:

- Закон України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції” від 2 грудня 2010 року №2735-VI;

- Закон України “Про загальну безпечність нехарчової продукції” від 2 грудня 2010 р. №2736-VI;

- Закон України “Про технічні регламенти та оцінку відповідності” від 15 січня 2015 р. №124-VIII;

- Указ Президента України “Про Міністерство економічного розвитку і торгівлі України” від 31 травня 2011 р. №634;

- Постанова Департаменту технічного регулювання Міністерства економічного розвитку і торгівлі України “Про припинення дії на території України стандартів колишнього СРСР”, затверджених до 1992 року.

Цілком зрозуміло, що у перерахованих нормативно-правових актах наведені тільки загальні положення щодо технічного регулювання, стандартизації, сертифікації, оцінки відповідності та ринкового нагляду продукції. Як ми вже зазначали, в даній роботі ми обмежимося тільки деталізацією

шляхів реалізації Закону України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції” на прикладі продукції вітчизняної текстильної промисловості.

Вибір саме даної галузі як об'єкта ринкового нагляду і контролю безпечності продукції вітчизняних текстильних підприємств мотивується низкою причин. Назвемо основні з них [3, 4]:

- вітчизняна текстильна промисловість нині знаходиться у затяжній економічній кризі;

- на ринку текстилю та одягу України вже тривалий час домінує продукція зарубіжних компаній;

- частка експортної продукції у вітчизняному текстильному виробництві ще незначна;

- формування асортименту, рівня якості та безпечності вітчизняних текстильних матеріалів і виробів в основному базується на застарілих стандартах колишнього СРСР;

- імплементація вимог європейських і міжнародних стандартів у практику роботи вітчизняної текстильної промисловості ще не набула системного характеру;

- від потреб текстильного виробництва суттєво відстає і галузева стандартизація, про що переконливо свідчить кількість розроблених у цій галузі нових і гармонізованих із європейськими та міжнародними стандартів.

Безумовно, з допомогою одного тільки ринкового нагляду текстильної продукції вирішити підняті питання нереально. Тут потрібні, на наш погляд, докорінні зміни державної політики щодо технічного регулювання у даній галузі та відповідна державна підтримка текстильних підприємств. Тому органам ринкового нагляду в сфері вітчизняного текстильного виробництва, торгівлі текстильними товарами при їх митному оформленні доцільно зосередитися на вирішенні наступних завдань:

- запровадження єдиного порядку визначення безпечності текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення та способів виробництва;

- встановлення відповідальності виробників і реалізаторів текстильної продукції за її безпечність;

- контроль за виконанням вимог національних, європейських і міжнародних стандартів щодо забезпечення рівня безпечності текстильної продукції, що знаходилися в обігу на ринку;

- контроль за реалізацією у сфері текстильного виробництва вимог міжнародних екологічних стандартів, оскільки відсутність екологічного сертифікату щодо відповідності вимогам міжнародних стандартів обмежує доступ вітчизняної продукції на зарубіжні ринки.

При цьому слід підкреслити, що Кабінетом Міністрів України затверджено перелік тих видів нехарчової продукції України, яка вважається найбільш небезпечною для її споживачів і підлягає обов'язковому ринковому нагляду. Це стосується продукції, на яку затверджені технічні регламенти [5].

Що стосується продукції вітчизняної текстильної промисловості, то порядок її ринкового нагляду визначається тільки одним регламентом – “Технічний регламент щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів”, затверджений

Постановою Кабінету Міністрів України від 14 січня 2009 року №13.

Враховуючи сучасний стан розвитку вітчизняної текстильної промисловості та ситуацію на нинішньому ринку текстилю, вважаємо доцільним:

- розширити перелік тих видів текстильної продукції, яка підлягає обов'язковому ринковому нагляду;

- розробити та затвердити необхідні технічні регламенти на дані види текстильної продукції.

Це стосується передусім нових видів текстильної продукції (екотекстиль, нанотекстиль, біотекстиль, медтекстиль, геотекстиль та ін.), рівень безпеки яких ще недостатньо досліджено, а норми та критерії на неї ще не регламентовані та стандартизовані [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як відомо, останніми роками в Україні прийнято ряд законів, що гармонізують систему технічного регулювання України з європейською. Це передусім стосується Законів України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції” і “Про загальну безпеку нехарчової продукції”. Реалізація даних законів націлена на усунення загроз здоров'ю та безпеці споживачів або навколишньому середовищу в процесі промислового виробництва чи інших галузей економіки.

Конкретизуємо цей тезис. Наприклад, вітчизняні стандарти у галузі текстильної й легкої промисловості, як і в інших галузях промислового виробництва, вимоги до обов'язкової сертифікації їх продукції, технічні умови в Україні ще не гарантують виробництва безпечної продукції, оскільки вони більш пов'язані з технічними характеристиками продукції, ніж із її безпекою. Тому, на думку автора [1], систему доринкового ринкового нагляду та контролю товарів, які регулюються нормами ЄС, слід замінити на систему ринкового нагляду, що відповідає європейським принципам.

Авторами роботи [2] відзначається, що країнами ЄС підписано Директиву “Про загальну безпеку продукції”, яка передбачає створення системи попередження про небезпечні для споживача товари – системи RAPEX. З метою реалізації Закону України “Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції” України рекомендується приєднатися до названої європейської системи.

В роботі [3] розглядається широке коло завдань щодо формування та оцінювання екологічної безпеки текстильних матеріалів і виробів різного волокнистого складу, призначення та способів виробництва. Розкрито роль вітчизняної екологічної стандартизації, сертифікації, аудиту та експертизи у формуванні та оцінюванні рівня екологічної безпеки названих товарів. Запропоновано нові підходи до вибору та обґрунтування критеріїв та методів оцінки екологічної безпеки цих товарів. Обґрунтовано доцільність удосконалення методів оцінки рівня екологічної безпеки нових видів текстильних матеріалів і виробів (екотекстилю, нанотекстилю, текстилю елітного та технічного призначення, медтекстилю та ін.).

Автори роботи [4] обґрунтовують доцільність впровадження в сфері текстильної й легкої промисловості України екологічної сертифікації продукції, оскільки її відсутність негативно впливає та істотно обмежує вихід нашої продукції на зарубіжні ринки і не відповідає вимогам міжнародних екологічних стандартів. Окрім цього, екологічна сертифікація продукції вітчизняної легкої промисловості сприятиме підвищенню її конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжних ринках. Для реалізації цього завдання авторами розроблені методологічні засади впровадження у сферу названих галузей промисловості системи екосертифікації продукції.

Постановка завдання. Враховуючи актуальність піднятих проблем та на основі аналізу літературних джерел і чинних в Україні нормативно-правових актів, основним завданням цієї статті є виявлення та обґрунтування об'єктів та специфіки ринкового нагляду та контролю безпеки текстильних матеріалів і виробів.

Викладання основного матеріалу дослідження. Як відомо, згідно з Постановою Кабінету Міністрів України “Про затвердження переліку органів державного ринкового нагляду та сфер їх відповідальності” від 1 червня 2011 року №573 національним органом у сфері державного ринкового нагляду промислової продукції, включаючи продукцію вітчизняної текстильної промисловості, призначено Держспоживінспекцію та її регіональні органи. Згідно з Положенням про Державну інспекцію України з питань захисту прав споживачів (Держспоживінспекцію), затвердженим Указом Президента України від 22.02.2012 року №465, регіональні органи Держспоживінспекції з метою реалізації державної політики з ринкового нагляду продукції вітчизняної текстильної промисловості можуть виконувати наступні види робіт:

- здійснювати моніторинг причин і кількості звернень користувачів текстильних виробів про захист їх права на безпеку цих виробів та заподіяну шкоду здоров'ю у результаті експлуатації чи утилізації цих виробів;

- проводити експертизу безпеки текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення та способів виробництва;

- контролювати дотримання вимог до рівня безпеки текстильних матеріалів і виробів при проведенні виставок, ярмарок та ін.;

- знімати з виробництва ті види текстильної продукції, які в процесі контролю їх безпеки виявилися непридатними та небезпечними для використання;

- своєчасно інформувати споживачів про виявлені органами державного ринкового нагляду небезпечні види текстильної продукції, які вимагають зняття її з продажу та утилізації;

- узагальнювати результати здійснення ринкового нагляду текстильної продукції й виявляти причини появи неякісної та небезпечної продукції [5].

Окрім перерахованих процедурних змін і шляхів пошуку вдосконалення ринкового нагляду віт-

чизняної текстильної продукції, представляється доцільним більш детально розглянути й інші проблеми і невирішені питання щодо ринкового нагляду текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення та способів виробництва.

По-перше, з метою підвищення ефективності існуючої у нашій країні системи державного ринкового нагляду текстильної продукції побутового та технічного призначення та контролю рівня її безпечності, на наш погляд, назріла потреба розробки нового технічного регламенту щодо оцінювання відповідності названої продукції вимогам діючих державних стандартів, а також нового міжгалузевого державного стандарту щодо формування, обґрунтування та оцінки різних видів безпечності текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення, а також критеріїв і методів їх оцінки [3, 6].

Необхідність безвідкладного вирішення порушених питань диктується низкою причин. Назвемо основні з них:

- єдиний у сфері текстильного виробництва України “Технічний регламент щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів”, затверджений Постановою Кабінету Міністрів України 14 січня 2009 року №13, виявився недостатнім і вузькоінформативним для здійснення державного ринкового нагляду з оцінювання відповідності вимогам стандартів текстильної продукції й контролю її безпечності (особливо це стосується нових видів текстильних матеріалів і виробів, які з’явилися на вітчизняному ринку в останні роки);

- у названому технічному регламенті практично відсутня інформація, яку можна використати при ринковому нагляді для оцінки відповідності текстильних матеріалів і виробів різних способів виробництва та цільового призначення вимогам вітчизняних гармонізованих із ними європейських і міжнародних стандартів.

По-друге, суттєвої конкретизації щодо потреб здійснення державного ринкового нагляду продукції текстильної промисловості вимагає процедура оцінювання рівня її безпечності. Така необхідність також обумовлена низкою причин, а саме:

- у Законі України “Про загальну безпечність нехарчової продукції” при її ринковому нагляді мова йде тільки про додержання загальних вимог щодо безпечності цієї продукції при її ввезенні на митну територію України;

- щодо контролю різних видів безпечності текстильних матеріалів і виробів (хімічної, біологічної, механічної, термічної, санітарно-гігієнічної, екологічної та ін.), то вони при ринковому нагляді текстильної продукції, як правило, поки не контролюються;

- першочергову увагу, на нашу думку, слід приділити контролю тих видів безпечності текстильних матеріалів і виробів при їх ринковому нагляді, які визначають і відсутність загрози життю та здоров’ю людини, виключають негативний вплив на самопочуття і працездатність людей на підприємствах, гарантують безпечність текстильної продукції та технологій і виробництва, мінімізують негатив-

ний вплив цієї продукції та технологій її виробництва на довкілля.

Судячи з аналізу літературних джерел [4, 6, 7, 9, 10] і результатів наших досліджень [3, 8], при державному ринковому нагляді вітчизняної текстильної продукції доцільно більшу увагу приділити формуванню, оцінюванню та контролю екологічної безпечності текстильних матеріалів і виробів одягового, інтер’єрного, медичного та технічного призначення. Це обумовлено декількома причинами, а саме:

- постійним зростанням популярності та сфер застосування категорії екологічної безпечності текстильних матеріалів і виробів при експортно-імпорتنних операціях даної групи товарів;

- використанням даної характеристики вітчизняної текстильної продукції як основного критерію її запуску на зарубіжні ринки;

- об’єктивністю, достовірністю та простотою визначення показників екологічної безпечності текстильних матеріалів і виробів.

Як відомо, екологічна безпечність текстильних матеріалів і виробів в нашій країні визначається у відповідності з вимогами ДСТУ 4239:2003. Матеріали та вироби текстильні і шкіряні побутового призначення. (Основні гігієнічні вимоги), гармонізованого з міжнародним екологічним стандартом Екотекс-100 [3]. Згідно з вимогами даних стандартів екологічна безпечність різних за призначенням, волокнистим складом і способами виробництва текстильних матеріалів і виробів визначається за такими основними критеріями:

- вмістом вільного і здатного частково виділятися з текстильних матеріалів чи виробів формальдегіду, апретованих формальдегідовмісними обробними препаратами;

- залишками важких металів (миш’яку, свинцю, кадмію, хрому, ртуті, кобальту, міді, нікелю), здатних до екстрагування з текстильних матеріалів і виробів, які потрапляють у них із хімічних волокон, синтетичних барвників, обробних препаратів та інших хімікатів текстильного призначення;

- вмістом пестицидів, які використовуються при вирощуванні рослинних текстильних волокон;

- вмістом токсичних марок синтетичних барвників (особливо азобарвників);

- вмістом різноманітних токсичних речовин (пентахлорфенолу, хлорорганічних носіїв та ін.), які використовуються у практиці текстильного обробного виробництва.

При цьому слід підкреслити, що названі препарати можуть безпосередньо чи опосередковано з одягу потрапляти в організм людини і спричинити погіршення стану її здоров’я, викликати ті чи інші види захворювання, а також сприяти забрудненню довкілля.

Тому не випадково у практиці зарубіжного текстильного виробництва при ринковому нагляді за безпечністю текстильної продукції першочергова увага приділяється саме контролю рівня екологічної безпечності цієї продукції [3, 8].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сформульовано та обґрунтовано напрямки розвитку системи державного ринкового нагляду щодо оцінки відповідності та контролю безпечності текстильної продукції в Україні. Обґрунтовано необхідність розроблення та затвердження нового технічного регламенту щодо визначення відповідності текстильної продукції вимогам вітчизняних стандартів, гармонізованих із європейськими та міжнародними стандартами та контролю якості текстильної продукції України. Обґрунтовано доцільність для потреб державного ринкового нагляду створення нового міжгалузевого ДСТУ щодо оцінювання та контролю різних видів безпечності текстильних матеріалів: виробів різного волокнистого складу, призначення та способів виробництва.

ЛІТЕРАТУРА

1. Криштоф Н. Реформи державного управління в системі технічного регулювання – запорука забезпечення виходу української продукції на зовнішні ринки / Н. Криштоф // Вісник Національної академії державного управління. – 2013. – №1. – С. 113-123.
2. Артюх Т. М. Стан системи технічного регулювання одягу спеціального призначення в Україні / Т. М. Артюх, Л. І. Савицька // Вісник КНУТД. – 2015. – №3(86). – С. 173-178. – (Серія “Технічні науки”).
3. Галик І. С. Проблеми формування та оцінювання екологічної безпечності текстилю : монографія / І. С. Галик, Б. Д. Семак. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 488 с.
4. Слізков А. М. Проблеми екологічної сертифікації продукції текстильної та легкої промисловості і шляхи їх вирішення / А. М. Слізков, Н. І. Упірова // Вісник КНУТД. – 2015. – №2(84). – С. 221-226. – (Серія “Технічні науки”).
5. Перелік видів продукції, щодо яких здійснюється державний ринковий нагляд // http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246968706.
6. Катрич В. Безпечність взуття для дітей / В. Катрич // Товари і ринки. – 2012. – №2. – С. 211-216.
7. Пушкар Г. О. Інтер’єрний текстиль: товарознавчі аспекти формування асортименту та якості : монографія / Г. О. Пушкар. – Львів : “Магнолія-2006”, 2013. – 176 с.
8. Галик І. С. Роль текстильного товарознавства у формуванні та оцінюванні екологічної безпечності текстильних матеріалів і виробів / І. С. Галик, Б. Д. Семак // Вісник КНУТД. – 2013. – №2. – С. 91-98.
9. Бойко Т. Формалізація нормування вимог для потреб оцінювання якості та відповідності продукції / Т. Бойко, М. Микийчук, Т. Рябкова // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2014. – №1. – С. 49-55.
10. Григоренко І. В. Стан стандартизації взуттєвих товарів в системі технічного регулювання України / І. В. Григоренко, А. В. Стрелко // Вісник КНУТД. – 2015. – №1(82). – С. 138-143.

REFERENCES

1. Kryshstof N. (2013), Reformy derzhavnoho upravlinnya v systemi tekhnichnoho rehulyuvannya – zaporuka zabezpechennya vykhodu ukrayins'koyi produktsiyi na zovnishni rynky, *Visnyk Natsional'noyi akademiyi derzhavnoho upravlinnya*, #1, s. 113-123.
2. Artyukh, T. M. and Savyts'ka, L. I. (2015), Stan systemy tekhnichnoho rehulyuvannya odyahu spetsial'noho pryznachennya v Ukrayini, *Visnyk KNUVD*, #3(86), s. 173-178.
3. Halyk, I. S. and Semak, B. D. (2014), *Problemy formuvannya ta otsynuyannya ekolohichnoyi bezpechnosti tekstylyu*, Vydavnytstvo L'vivs'koyi komertsiy-noyi akademiyi, L'viv, 488 s.
4. Slizkov, A. M. and Upirova, N. I. (2015), Problemy ekolohichnoyi sertyfikatsiyi produktsiyi tekstyl'noyi ta lehkoyi promyslovosti i shlyakhy yikh vy-rishennya, *Visnyk KNUVD*, #2(84), s. 221-226.
5. Perelik vydiv produktsiyi, shchodo yakykh zdiysnyuyet'sya derzhavnyy rynkovyy nahlyad, available at: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=246968706.
6. Katrych V. (2012), Bezpechnist' vzuttya dlya ditey, *Tovary i rynky*, #2, s. 211-216.
7. Pushkar, H. O. (2013), *Inter'yernyy tekstyl': tovaroznavchi aspekty formuvannya asortymentu ta yakosti*, “Mahnoliya-2006”, L'viv, 176 s.
8. Halyk, I. S. and Semak, B. D. (2013), Rol' tekstyl'noho tovaroznavstva u formuvanni ta otsynuyanni ekolohichnoyi bezpechnosti tekstyl'nykh materialiv i vyrobiv, *Visnyk KNUVD*, #2, s. 91-98.
9. Boyko T., Mykyychuk M. and Ryabkova T. (2014), Formalizatsiya normuvannya vymoh dlya potreby otsynuyannya yakosti ta vidpovidnosti produktsiyi, *Standartyzatsiya, sertyfikatsiya, yakist'*, #1, s. 49-55.
10. Hryhorenko, I. V. and Strelko, A. V. (2015), Stan standartyzatsiyi vzuttyevykh tovariv v systemi tekhnichnoho rehulyuvannya Ukrayiny, *Visnyk KNUVD*, #1(82), s. 138-143.

Лебединець В. Т.,

к.т.н., доц. кафедри товарознавства продовольчих товарів, Львівська комерційна академія, м. Львів

Буряченко Л. Ю.,

здобувач, Львівська комерційна академія, м. Львів

МОРСЬКІ ВОДОРОСТІ – УНІКАЛЬНА СИРОВИНА ДЛЯ ЗБАГАЧЕННЯ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ

Анотація. Один із шляхів вирішення проблеми йододефіцитних захворювань – включення в раціон продуктів, що містять йод. Авторами проаналізовано шляхи превентивної корекції йододефіциту, охарактеризовано природні йодовмісні харчові продукти. У статті проведений детальний аналіз харчової та біологічної цінності морських водоростей. Досліджено і проаналізовано хімічний склад ламінарії та цистозіри, яку добувають у Чорному морі. Наведено порівняння амінокислотного і мінерального складу ламінарії та цистозіри. Доведено можливість використання морських водоростей при виробництві харчових продуктів, збагачених йодом та іншими біологічно цінними речовинами. При цьому одночасно показано, що споживання продуктів із використанням морських водоростей здійснює позитивний і корисний вплив на організм людини.

Ключові слова: морські водорості, ламінарія, цистозіра, хімічний склад, амінокислотний і мінеральний склад, йод.

Lebedynets V. T.,

Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commodity Research of Food Products, Lviv Academy of Commerce, Lviv

Buriachenko L. Yu.,

Postgraduate, Lviv Academy of Commerce, Lviv

SEAWEEDS - A UNIQUE RAW MATERIAL FOR FOODSTUFFS ENRICHMENT

Abstract. One of the ways to solve the problem of iodine deficiency disorders – inclusion in to the diet the iodine containing foodstuffs. The authors analyzed the ways of preventive correction of iodine deficiency, characterized natural iodine-containing foodstuffs. In the article a detailed analysis of nutritional and biological value of seaweeds is conducted. Investigated and analyzed the chemical composition of Cystoseira and Laminaria, which are received from the Black Sea. The possibility of using seaweeds in the production of foodstuffs enriched with iodine and other biologically valuable substances is substantiated. Herewith simultaneously showed that consumption of foodstuffs with seaweeds provides positive and beneficial effect on the human body.

Keywords: seaweeds, Laminaria, Cystoseira, chemical composition, aminoacid and mineral content, iodine.

Постановка проблеми. Правильне харчування сприяє профілактиці захворювань, продовженню життя та створенню умов для підвищення здатності організму протидіяти несприятливим впливам навколишнього середовища. На даний час кожна інформована людина знає, наскільки харчування і середовище проживання впливають на стан її здоров'я, і прагне запобігти несприятливому впливу навколишнього середовища на організм.

Люди завжди прагнули до здорового способу життя, а тому надавали перевагу всьому, що позитивно впливає на їх здоров'я. Скільки би людина не споживала їжі рослинного і тваринного походжен-

ня, у ній все рівно недостатньо тих чи інших вітамінів і мікроелементів, які необхідні нашому організму, в тому числі і йоду. Саме тому повноцінне харчування є одним із пріоритетних факторів збереження та зміцнення здоров'я людини.

Один із напрямів у харчовій промисловості – створення харчових продуктів із заданою біологічною активністю на основі традиційних технологій. Найбільш поширеним видом порушення раціону харчування є його незбалансованість за основними харчовими мікронутрієнтами, особливо за вмістом йоду [1].

У працях багатьох вчених було доведено, що ідеальною йодовмісною сировиною для виробництва харчових продуктів є морські водорості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню харчової та біологічної цінності морських водоростей присвячені багаточисленні праці Корзуна В. Н., Амініної Н. М., Підкоритової А. В., Парац А. М. та інших науковців.

Постановка завдання. Нами було проаналізовано шляхи превентивної корекції йододефіциту, охарактеризовано природні йодовмісні харчові продукти. Досліджено харчову та біологічну цінність морських водоростей, проведено порівняльну оцінку амінокислотного і мінерального складу ламінарії та цистозіри.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для обміну речовин і підтримки здоров'я людини виключно важливе значення має такий мікроелемент, як йод. Біологічна роль йоду пов'язана з його участю в утворенні гормонів щитовидної залози – трийодтироніну і тироксину, які необхідні для біосинтезу білків, росту тканин, нормального розвитку головного мозку. Особливо важливим є йод для розвитку головного мозку плоду, дітей і підлітків. Недостатність йоду в людини призводить до розвитку епідеміологічного зобу, що характеризується порушенням синтезу тиреоїдних гормонів і пригніченням функції щитовидної залози [2].

Однією з серйозних проблем в Україні є нестача в харчуванні йоду. Йод у більшій або меншій кількості міститься в багатьох продуктах харчування. При повноцінному харчуванні йододефіцит практично не загрожує, оскільки правильно складений раціон харчування дає можливість відкоригувати вміст йоду в організмі.

Найбільший вміст йоду в морепродуктах, у той час як у наземних продуктах харчування його мало (табл. 1).

Як видно з табл. 1, вміст йоду в продуктах харчування суттєво коливається, проте комбінація даних продуктів дає можливість забезпечити організм йодом та урізноманітнити раціон харчування. З продуктами харчування надходить до 90% йоду, з яких 57% із їжею рослинного походження і 33% – тваринного.

Отже, вміст йоду в організмі безпосередньо залежить від того, наскільки багаті ним продукти, що використовують у їжу: з ними людина може отримати близько половини добової норми цього елемента. Вміст йоду в звичайних харчових продуктах невеликий (4-15 мкг), але існують продукти харчування, які є носіями великої кількості йоду. Регулярне використання в їжу йодовмісних продуктів, насичення ними нашого раціону дозволить у значній ступені вирішити питання про забезпечення організму достатньою кількістю йоду.

Індивідуальна йодна профілактика передбачає використання продуктів із підвищеним вмістом йоду (морська риба, моллюски, водорості), а також профілактичних лікарських засобів та харчових добавок, які забезпечують надходження фізіологічної кількості йоду (полівітаміни з мінеральними добавками, препарати йодиду калію).

Тому в усьому світі ведуться пошуки та технологічні розробки зі створення спеціальних йодовмісних продуктів і БАД.

Найкращим способом введення йоду в організм людини вважають використання у їжу природних харчових продуктів, що містять йод разом із іншими необхідними поживними речовинами. До таких продуктів і належать морські водорості.

Таблиця 1

Вміст йоду в деяких продуктах харчування (на 100 г продукту) [3]

Продукт харчування	Вміст йоду (мкг)	Продукт харчування	Вміст йоду (мкг)
Риба та морепродукти:		Рис	2,2
- пікша	416,0	Яйця курячі	9,7
- лосось	260,0	Овочі: - шпинат	20,0
- креветки	190,0	- редис	8,0
- камбала	120,0	- картопля	3,8
- тріска	120,0	- огірки	2,5
- морський окунь	74,0	- огірки	2,5
- палтус	52,0	Фрукти: - яблука	1,6
- оселедець свіжий	66,0	- груші	1,0
- оселедець у соусі	6,0	- вишні	0,3
- тунець	50,0	Молоко:	
- морські водорості	100000-200000	- материнське молоко (з 10-го дня після родів)	6,3
- вугор	4,0	- коров'яче молоко (жирність – 1,5%)	3,7
- форель	3,5	Молочні продукти:	
Хлібобулочні вироби	3,0-8,5	- масло вершкове	4,4
		- згущене молоко	9,9
		- сир (жирність – 40%)	3,4
		твердий	
Крупи	1,5-4,5	- кефір (жирність – 3,5%)	3,7
Борошно пшеничне	2,0-3,0	М'ясо (середньої жирності):	
Житній хліб	8,5	- свинина	3,0
Білий хліб	5,8	- яловичина	3,0
Вівсяні пластівці	4,0	- телятина	2,8

Морські водорості – унікальні рослини, що ростуть у воді і відрізняються від наземних рослин багатьма ознаками, основними з яких є відсутність стебел, листя і коріння. Ламінарієві водорості є перспективними для використання їх як сировини у харчовій промисловості за рахунок наявності у хімічному складі різних елементів, необхідних для нормального функціонування організму людини і зміцнення її здоров'я, таких як полісахариди, вільні амінокислоти, каротиноїди, вітаміни групи В, вітаміни А, Е, С, макро- і мікроелементи, особливо йод і селен.

Найбільшу цінність представляють бурі (Phaeophyta) і червоні (Rhodophyta) водорості – макрофіти, тому що містять зазвичай значні кількості вуглеводів, білка, ліпідів. Так, у бурих водоростях вуглеводів визначають до 70% (від сухої маси), білка – 5-15 %, ліпідів – 1-3 %. Червоні водорості містять вуглеводів до 70%, білків – близько 20%, ліпідів – 1%. Зелені водорості накопичують білків 40-45%, вуглеводів – 30-35% і ліпідів – 10% [4]

Вміст різних органічних і мінеральних речовин у водоростях залежить від видової приналежності водорості, пори року, місця й умов вирощування, віку водорості і т.д.

Бурі водорості містять переважно альгірати, фукоїдин і ламінарин, у той час як червоні водорості – агарони. Ламінарин є інгібітором росту і розвитку багатьох вірусів, а після його етерифікації сірчаною кислотою набуває характерної властивості антикоагулянту. Фукоїдин здатний утворювати виняткової міцності й в'язкості слиз, що використовується у приготуванні стабільних суспензій і емульсій [5].

Оскільки хімічний склад ламінарії ретельно вивчений багатьма дослідниками, ми більше уваги приділили цистозірі, яку добувають у Чорному морі.

Цистозіра – морська бура водорість – первинний продуцент органічної речовини. Біологічною особливістю є виключна різноманітність, специфічність і неповторність складу біологічно активних речовин [6].

У Чорному морі виростає 310 видів макрофітів, із яких 74 відносяться до бурих водоростей. Серед останніх найбільші промислові скупчення утворюють два види цистозіри: бородата і кошлата. Співтовариства цистозіри мають поясний характер розподілу, виростають у прибережній зоні на глибині 0,5-15 м. Середня біомаса цистозіри в Чорному морі складає 3,4 кг·м⁻², максимальна – 21 кг·м⁻². У межах шельфової зони України найбільш великі зарості цистозіри зосереджені вздовж берегів Криму, де її біомаса в ряді районів досягає 6 кг·м⁻² [6].

Встановлено, що в тканинах цистозіри чорноморської міститься 70-80 % вологи і від 20-30 % сухих речовин, у висушеній – близько 10,0 % вологи і до 90,0 % – сухих речовин (табл. 2). Сухі речовини складаються з мінеральних і органічних речовин. Подібний хімічний склад цих водоростей отримали різні дослідники [6].

Отже, вміст золи, до складу якої входять до 28 макро- і мікроелементів, у цистозірі досягає 17,0 %. Загальний вміст вуглеводів складає 41,0 % від сухої маси, з них полісахаридів близько 39%, у т.ч. альгінової кислоти майже 25,0 %, моносахариду маніту

– до 1,5 %. До складу цистозіри входить також полісахарид фукоїдин, вміст якого досягає 2,0 %. У фукоїдині визначається до 60,0 % фруктози, іншу частину складають уронові кислоти, галактоза, ксилоза. Білків у цистозірі небагато – близько 8 % від сухої речовини. Серед амінокислот - йодовмісні – моно- і дийодтиронін, дийодтирозин, тироксин.

Таблиця 2

Хімічний склад водоростей (% від маси сухих речовин)

Показники	Цистозіра	Ламінарія
Вода	10,4 ± 1,10	7,3 ± 0,5
Мінеральні речовини	16,8 ± 1,12	21,5 ± 1,91
Азотисті речовини	25,4 ± 2,19	19,6 ± 2,02
Вуглеводи, у т.ч.	41,0 ± 2,93	42,1 ± 3,36
Моноцукри	2,2 ± 0,01	1,7 ± 0,11
Водорозчинні (ламінаран, фукоїдин)	5,4 ± 0,04	4,0 ± 0,13
Альгінова кислота	24,4 ± 2,47	33,5 ± 2,96
Альгулоза	4,0 ± 0,70	2,3 ± 0,21
Маніт	6,5 ± 0,20	5,7 ± 0,42
Ліпіди	1,3 ± 0,11	2,7 ± 0,13
Інші речовини	5,1 ± 0,42	4,8 ± 0,71

У цистозірі мало ліпідів – 1,3 % від сухої речовини, з них 70 % – тригліцериди жирних кислот (лінолева, α-ліноленова, арахідонова, ейкозопентаєнова).

Амінокислотний склад ламінарії японської та цистозіри подано в табл. 3.

Таблиця 3

Амінокислотний склад водоростей у відношенні на суху масу, %

Назва амінокислоти	Ламінарія японська	Цистозіра чорноморська
Валін	0,50±0,03	0,51±0,04
Лейцин	0,50±0,02	0,63±0,04
Лізин	0,27±0,02	0,35±0,03
Ізолейцин	0,42±0,004	0,46±0,03
Метіонін	0,18±0,02	0,25±0,02
Треонін	0,20±0,01	0,39±0,02
Цистін	0,20±0,02	0,21±0,01
Фенілаланін	0,45±0,03	0,47±0,04
Аспарагінова кислота	0,60±0,05	0,84±0,07
Серин	0,30±0,04	0,33±0,03
Глутамінова	0,89±0,07	0,19±0,01
Гліцин	0,50±0,04	0,43±0,03
Аланін	0,65±0,07	0,79±0,07
Тирозин	0,19±0,01	0,20±0,01
Цистеїн	0,07±0,01	0,07±0,01
Аргінін	0,30±0,02	0,33±0,03
Пролін	0,30±0,02	0,32±0,03

У цистозірі (порошку) міститься значна кількість низькомолекулярних вуглеводів - в основному багатоатомний спирт – маніт і його похідні, фукоїдин (до 5 г%) – кальцієва сіль фукоїдинової кислоти, а також альгінова кислота та її солі (25,0 %). Такі ж показники отримала А. М. Парац при вив-

ченні цистозіри чорноморської (але іншого шельфу) в 2001 році [6].

Цистозіра містить аналог целюлози – альгулозу (до 4,0 % від маси сухої речовини). Також існує крохмалоподібний полісахарид ламінаран. За здатністю розчинятися у воді розрізняють два його види. Співвідношення нерозчинних до розчинних таке, ж як у амілопектину й амілози в крохмалі. Обидві форми ламінарану при гідролізі дають завжди, крім глюкози, ще й маніт. Наші дослідження виявили, що цистозіра чорноморська, як і інші бурі водорості, має високий вміст макро- і мікроелемен-

Таблиця 4

Мінеральний склад водоростей, мг (на 100 г сухої речовини)

Мінеральні речовини, мг	Ламінарія	Цистозіра
Кальцій	1875±202	2800±213
Фосфор	198±17	180±15
Натрій	2400±206	3070±245
Магній	1102±52	905±71
Калій	5600±497	8200±523
Залізо	28,0±1,45	43,1±2,97
Марганець	2,3±0,22	2,7±0,21
Кобальт	1,9±0,10	1,1±0,15
Йод	230±27	65,8±13,3
Цинк	2,7±0,21	2,9±0,22
Мідь	0,7±0,10	1,2±0,01
Селен	31,0±2,33	33,2±2,27

тів, вітамінів (табл. 4).

Цистозіра багата вітамінами: токоферолі – до 65,0 мкг%; ціанокобаламін – до 2,0 мкг/% сирої водорості; тіамін – 0,22-0,27 мг%; рибофлавін – 0,34-0,37 мг%; нікотинова кислота – 2,3-4,4 мг% на суху речовину, а аскорбінова кислота – 31-54 мг% сирої маси. Подібний хімічний склад має і ламінарія.

Тобто дослідження цистозіри показали, що за хімічним складом вона дещо відрізняється від ламінарії, а за вмістом макро- і мікроелементів, у т.ч. йоду, мало поступається їй.

Потрібно відзначити: 1 грам (сухої речовини) цистозіри забезпечує добову потребу людини в йоді, марганці, селені. За вмістом йоду (65-85 мг·(100г)⁻¹), селену (30-35 мг·(100г)⁻¹), заліза (30-47 мг·(100г)⁻¹), кобальту (1,0-1,5 мг·(100г)⁻¹) і інших мікроелементів цистозіра займає перше місце серед харчових продуктів України, що підтверджують і інші автори [7, 8].

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Таким чином, морські водорості, в тому числі ламінарія і цистозіра, продукують велику кількість різних хімічних сполук, більшість із яких характеризуються вираженою біологічною і фармакологічною дією за відношенням до різних тканин, органів, систем і функцій живих організмів. Завдяки високому вмісту йоду і селену ламінарію і цистозіру рекомендують використовувати як цінну добавку при виробництві різноманітних харчових продуктів профілактичного спрямування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шелкунов Л. Ф. Пища и экология : монография / Л. Ф. Шелкунов, М. С. Дудкин, В. Н. Корзун. – Одесса : ЦСП “Оптимум”, 2000. – 516 с.

2. Сухинина С. Ю. Йод и его значение в питании человека / С. Ю. Сухинина, Г. И. Бондарев, В. М. Поздняковский // Вопросы питания. – 1995. – №3. – С. 12-15.

3. Химический состав пищевых продуктов : справочник / [под ред. И. М. Скурихина, М. Н. Волгарева]. – М. : Агропромиздат, 1987. – 310 с.

4. Справочник по химическому составу и технологическим свойствам водорослей, беспозвоночных и морских млекопитающих. – М. : ВНИРО, 1999. – 200 с.

5. Лоенко Ю. Н. Биологически активные полисахариды морских водорослей / Ю. Н. Лоенко, Г. П. Лямкин, А. А. Артюков // Раст. ресурсы. – 1991. – №3. – С. 150-160.

6. Парац А. М. Гігієнічна оцінка морських водоростей і харчових продуктів з ними, як засобів мінімізації дії радіації та ендемії: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мед. наук: спец. 14.02.01 “Гігієна” / А. М. Парац. – Київ, 2004. – 20 с.

7. Аминина Н. М. Перспективы использования бурых водорослей в лечебно-профилактическом питании / Н. М. Аминина, Т. И. Вишневецкая // Пища, экология, человек : матер. IY Межд. науч.-техн. конф. – М., 2001. – С. 41-42.

8. Корзун В. Використання морських водоростей як необхідного компонента харчування населення / В. Корзун, М. Кравченко, М. Реус // Вісник КНЕУ. – 2003. – №2. – С. 64-71.

REFERENCES

1. Shhelkunov, L. F. Dudkin, M. S. and Korzun, V. N. (2000), *Pishha i jekologija*, CSP “Optimum”, Odessa, 516 s.

2. Cuhinina, S. Ju. Bondarev, G. I. and Pozdnjakovskij, V. M. (1995), Jod i ego znachenie v pitanii cheloveka, *Voprosy pitaniya*, №3, s. 12-15.

3. *Himicheskij sostav pishhevyh produktov*, [pod red. I. M. Skurihina, M. N. Volgareva] (1987), Agropromizdat, M., 310 s.

4. *Spravochnik po himicheskomu sostavu i tehnologicheskim svojstvum vodoroslej, bespozvonochnyh i morskih mlekopitajushhih* (1999), VNIRO, M., 200 s.

5. Loenko Ju. N. Ljamkin G. P., Artjukov A. A. (1991), Biologicheski aktivnye polisaharidy morskih vodoroslej, *Rast. resursy*, №3, s. 150-160.

6. Parats, A. M. (2004), Hihiiienichna otsinka mors'kykh vodorostej i kharchovykh produktiv z nymy, iak zasobiv minimizatsii dii radiatsii ta endemii: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. med. nauk: spets. 14.02.01 “Hihiiiena”, Kyiv, 20 s.

7. Aminina, N. M. and Vishnevskaja T. I. (2001), Perspektivy ispol'zovanija buryh vodoroslej v lecheno-profilakticheskom pitanii, *Pishha, jekologija, chelovek : mater. IY Mezhd. nauch.-tehn. konf.*, M., s. 41-42.

8. Korzun V., Kravchenko M. and Reus M. (2003), Vykorystannia mors'kykh vodorostej iak neobkhdidnoho komponenta kharchuvannia naseleennia, *Visnyk KNEU*, №2, s. 64-71.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ТОРГІВЛЯ, КОМЕРЦІЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО

Збірник наукових праць

Випуск 19

Літературний редактор – Муравицька Н. О.
Коректор – Кашуба М. І.

Комп'ютерний макет – видавництва
Львівської комерційної академії

Підписано до друку 30.09.2015 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
22 др. арк. 20,56 ум. др. арк. 18,17 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 143.

Віддруковано в друк. видавництва Львівської комерційної академії
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 276-07-75. e-mail drook@iac.lviv.ua
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 246 від 16.11.2000 р.