

ЕКОНОМІКА

БІЗНЕС- АДМІНІСТРУВАННЯ

ПРАВО



**«ЕКОНОМІКА,
БІЗНЕС-
АДМІНІСТРУВАННЯ,
ПРАВО»**

Випуск №4 (4)

Київ - 2018

*©Журнал Київського університету ринкових відносин
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018*

УДК 33 65 519.86 34

Журнал Київського університету ринкових відносин:

"Економіка, бізнес-адміністрування, право" - Випуск № 4(4). - 2018. - 365 с.

Journal of Kyiv University for Market Relations: Economics. Business Administration. Law

Žurnal Kiivs'kogo unìversitetu rinkovih відносин: ekonomika, biznes-adminìstruvannâ, pravo

Редакційна колегія:

Храпкіна Валентина Валентинівна - головний редактор, доктор економічних наук, професор (Київ, Україна);

Бєлікова Олена Юрійвна - доктор економічних наук, професор (Київ, Україна);

Глушков Валерій Олександрович – доктор юридичних наук, професор (Київ, Україна);

Гончар Ольга Іванівна - доктор економічних наук, професор (Хмельницький, Україна);

Гушко Сергій Валерійович - доктор економічних наук, професор (Кривий Ріг, Україна);

Дерій Жанна Володимирівна – доктор економічних наук, професор (Чернігів, Україна);

Дудченко Микола Андрійович - доктор економічних наук, професор (Київ, Україна);

Ківенко Надія Василівна - доктор філософських наук, професор (Київ, Україна);

Коваленко Юлія Михайлівна - доктор економічних наук, професор (Ірпінь, Україна);

Коверга Сергій В'ячеславович - доктор економічних наук, професор (Слов'янськ, Україна);

Левицька Алла Петрівна – доктор економічних наук, професор (Комрат, Молдова);

Медвідь Вікторія Юрійвна - доктор економічних наук, професор (Суми, Україна);

Мошовський Тарас - кандидат філософських наук, доцент (Познань, Польща);

Нейкова Лідія Іванівна - доктор економічних наук, професор (Київ, Україна);

Румянцев Анатолій Павлович - доктор економічних наук, професор (Київ, Україна).

Затверджено рішенням Вченої ради Вищого навчального закладу "Київський університет ринкових відносин", протокол № 1/18 від 29.01.2018 року.

Науковий журнал виходить два рази на рік

Адреса редакції: 02152 м. Київ, вул. Березняківська, 26-Б, Тел. (044) 553-66-07

E-mail: Economics_kuro@ukr.net

Відповідальність за достовірність фактів, власних імен, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій. Відповідно до Закону про авторські права при використанні наукових ідей, та матеріалів цього випуску посилання на авторів і видання є обов'язковим

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ НА МАКРО- ТА МІКРОРІВНЯХ

Матвієць М.В., Лиженко Д.С. Трушкіна Н.В.	Формування ринку високих технологій у сучасному вимірі Обґрунтування доцільності застосування мережевого підходу до організації збутової діяльності вугільних підприємств	7 18
Жарлінська Р.Г., Мищук А.А., Телегузова О.А. Наумова М. А., Коваленко А. В.	Реклама в системі маркетингу медичних послуг: правові та економічні аспекти Особливості регулювання заробітної плати в Україні	34 50
Гринюк І. М.	Оборотний капітал як складова активів підприємства	62
Шульський М.Г.	Аграрне виробництво у сферах рослинництва на стику епох: минуле, сучасне і майбутнє	69
Лазарєва О.В.	Новітній вектор розвитку планування землекористування на основі форсайту	85
Охріменко І.В.	Економічна ефективність використання земель сільськогосподарського призначення	95
Савенко Г. Є.	Сучасні тенденції розвитку світового ринку генетично модифікованої аграрної продукції	102
Хамініч С.Ю., Радченко О.Р.	Сучасні тенденції формування ринку соків в Україні	113
Зимбалець Ю.В.	Формування системи брендингу на підприємствах в сучасних умовах	125
Попова А.М., Коваль О.О.	Трансформація язичницької семіотики в сучасному екотуризмі як секторі світової економіки	139

ФІНАНСОВЕ ТА ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

Одрехівський М. В.	Проблеми побудови системи облікового забезпечення інноваційних підприємств	149
Герасименко В.В.	Регулювання фінансового ресурсного потенціалу банку на основі управління грошовими коштами, що осідають на рахунках підприємств	164
Вакулич М.М., Піддубна М.Ю.	Облік і контроль основних засобів та аналіз ефективності їх використання на підприємстві	174
Скаско О. І., Пилипенко С. М., Мороз В. П.	Інформаційні потреби користувачів фінансової звітності	184

<i>Винятинська Л.В.</i>	Інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємства в умовах ринку	193
<i>Стасіневич С.А., Колеснік Г.В.</i>	Біржові товари: проблеми біржового ринку України	207
<i>Вакулич М.М., Рак Л.А.</i>	Організація обліку, аналізу, аудиту наявності та руху основних засобів в умовах автоматизації обліку на залізничному транспорті	217
<i>Лісовська Н.В.</i>	Вдосконалення єдиного податку в Україні та механізм його адміністрування	225
<i>Гурська Л.Л.</i>	Удосконалення стилю керівництва та методів управління на підприємстві (на прикладі ДП «Антонов»)	234
<i>Вовк С.М., Длугоканська В.Е.</i>	Система охорони здоров'я як об'єкт державного управління	246
<i>Хім М. К., Василевська І. В.</i>	Розробка ефективної інноваційної системи мотивації державних службовців на основі досвіду розвинутих країн	262
<i>Андрушків Б.М., Храпкіна В.В., Кирич Н.Б., Шерстюк Р.П., Паляниця В.А., Погойдак О.Б.</i>	Не загнуждана видавнича діяльність або інтелектуальні, золоті бомби у поліграфічному смітті	269
НОВА ПЕДАГОГІЧНА ДУМКА		
<i>Гнізділова О.А., Стрельников М.В.</i>	Розвиток підприємницької компетентності магістрантів бізнес-адміністрування	281
<i>Лебедик Л.В.</i>	Удосконалення форм педагогічної підготовки магістрів економіки	290
<i>Стрельников В. Ю.</i>	Критерії якості підготовки бакалаврів економіки	301
<i>Петришин Л.Й.</i>	Ключові компоненти медіаторської компетентності фахівця соціальної сфери	309
ПРАВОВІ ДОКТРИНИ		
<i>Дорохіна Ю.А.</i>	Окремі проблеми кваліфікації злочинів проти власності	321
<i>Кіріка Д. В.</i>	Проблеми та перспективи розвитку договірного права України в умовах євроінтеграції	329
<i>Литвинець Ю.І.</i>	Протидія внутрішньокорпоративному шахрайству в агробізнесі	340
<i>Кульчицький Т.Р.</i>	Нормативно-правове забезпечення соціального захисту внутрішньо переміщених осіб	348
<i>Кравчук О.О., Горбонос Т.В.</i>	Нові тенденції загальноєвропейського регламенту захисту персональних даних	358

CONTENT

ECONOMIC PROCESSES ON MACRO AND MICROLEVELS

<i>Matviets M., Lyzhenko D. Trushkina N.</i>	Formation of the high-tech market in the modern dimension	7
	Substantiation of expediency of application of the network approach to the organization of marketing activity of the coal enterprises	18
<i>Zharlinska R., Mishchuk A., Teleguzova A.</i>	Advertising in the marketing system of medical services: legal and economic aspects	34
<i>Naumova M., Kovalenko A.</i>	Peculiarities of regulation of employment payment in Ukraine	50
<i>Hryniuk I.</i>	Current capital as composition of the assets of the enterprise	62
<i>Shulskyi M.</i>	Agricultural production in the field of planting on the bar of epoches: the past, the present and the future	69
<i>Lazarieva O.</i>	The newest vector of development of planning of land-tenure is on the basis of foresight	85
<i>Okhrimenko I.</i>	Economic efficiency of use of agricultural land	95
<i>Savenko G.</i>	Modern trends in global market genetically modified agricultural products	102
<i>Khaminich S., Radchenko O.</i>	Modern trends in the formation of the market of juices in Ukraine	113
<i>Zymbalevska Y.</i>	Forming of the branding system at enterprises under the modern conditions	125
<i>Popova A., Koval O.</i>	Transformation of pagan semiotics in modern eco-tourism sector as the global economy	139

FINANCIAL AND ACCOUNTING AND ECONOMIC PROVIDING SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ECONOMY AND MANAGEMENT

<i>Odrekhivskyi M.</i>	Problems of the institution of the accounting system of provision of the innovative enterprises	149
<i>Gerasymenko V.</i>	Regulation of the bank's financial resource potential on the basis of money resources management considering on the accounts of enterprises	164
<i>Vakulich M., Pidubna M.</i>	Accounting and control of fixed assets and analysis of the efficiency of their use at the enterprise	174
<i>Skasko O., Pylypenko S., Moroz V.</i>	Information requirements for users of financial accounts	184
<i>Vyniatynska L.</i>	Institution of analysis of the financial stand of the fundamentals in the mind of risk	193

Stasinevych S., Kolyesnik G.	Stock commodities: problems of the exchange risk of Ukraine	207
Vakulich M., Rak L.	Organization of account, analysis and audit (control) of presence, motion of the fixed assets, is in the conditions of automation of account on a railway transport	217
Lisovskaya N.	Improving the uniform tax in Ukraine and the mechanism of its administration	225
Gurska L.	Improving the style of management and methods of management at the enterprise (in an apple state Antonov)	234
Vovk S., Dlukoganskaya V.	Health system as an object of public administration	246
Khim M., Vasylevska I.	Development of an efficient innovation system of motivation of public workers on the experience of developed countries	262
Andrushkiv B., Khrapkina V., Kirich N., Sherstiuk R., Palianytsia V., Pogaidak O.	Not curtailed publishing activities or implied bolts of the bomb in a polygraphic miscellaneous	269

A NEW PEDAGOGICAL OPINION

Gnizdilova O., Strelnikov M.	Development of enterprise competence of business administration masters	281
Lebedyk L.	Improving forms of pedagogical preparation masters of economics	290
Strelnikov V.	Quality criteria for training of economic bachelors	301
Petryshyn L.	Key components of the mediatorian competency of the factor of social sphere	309

LAW DOCTRINS

Dorokhina Iu.	Selected problems of qualification of crimes against property	321
Kirika D.	Problems and prospects for development of Ukraine's contract law in the conditions of euro integration	329
Lytvynets J.	Resistance to internal corporate fraud in agribusiness	340
Kulchytsky T.	Normative legal provision of social protection of internally movable persons	348
Kharchuk A., Gorbonos T.	The borders of the new EU general data protection regulation	358

ЕКОНОМІЧНІ ПРОЦЕСИ НА МАКРО- ТА МІКРОРІВНЯХ

УДК 330.341.1.338.28(477)

Матвієць Максим Володимирович

кандидат економічних наук, керівник групи стратегічного планування самостійної науково-дослідної лабораторії ДП «КБ «ПІВДЕННЕ» ім. М. К. Янгеля



Лиженко Дмитро Сергійович

магістр Дніпровського університету імені Олеся Гончара



ФОРМУВАННЯ РИНКУ ВИСОКИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ВИМІРІ

Матвієць М.В., Лиженко Д.С.

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОМ ИЗМЕРЕНИИ

Матвиец М.В., Лыженко Д.С.

FORMATION OF THE HIGH-TECH MARKET IN THE MODERN DIMENSION

Matviets M.V., Lyzhenko D.S.

Розглянуто сутність і значення світового ринку високих технологій. Досліджено інноваційний розвиток промислових підприємств на ринку високих технологій. Запропоновано шляхи формування ринку високих технологій в Україні.

***Ключові слова:** ринок високих технологій, інновації, інноваційний розвиток, науково-технічний прогрес, наукоємні галузі.*

Abstract. Essence and significance of the world market of high technologies. Investigated innovative development of industrial enterprises in the market of high technologies. Proposed ways of formation of the high-tech market in Ukraine.

*©Журнал Київського університету ринкових відносин
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018*

technologies. Suggested ways of shaping the market of high technologies in Ukraine.

Keywords: market, high technology, innovation, innovative development, scientific and technological advances, Science Bran

Рассмотрена сущность и значение на мировом рынке высоких технологий. Исследовано инновационное развития промышленных предприятий на рынке высоких технологий. Предложены пути формирования рынка высоких технологий в Украине.

Ключевые слова: рынок, высокие технологии, инновации, инновационное развитие, достижений науки и техники, наукоёмные отрасли.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Провідна роль наукоємних галузей національного господарства у забезпеченні соціально-економічного розвитку економіки України та підвищення конкурентоспроможності пов'язана не лише ключовими позиціями у процесі впровадження інновацій, нововведень та розробок науково-технічного прогресу, але й вагомим чинником інтеграції України на світовий ринок високих технологій. В умовах глобалізації високі технології трактуються як частина технологічної бази в усіх галузях національного господарства. Впровадження сучасних досягнень науково-технічного прогресу відкриває нові, сучасні можливості та перспективи для вирішення соціально-економічних та політичних проблем і, тим самим, підвищення якості життя населення держави. Дослідження формування і розвиток ринку високих технологій є актуальним питанням, бо рівень, стан та конкурентоспроможність економіки будь-якої держави прямо пропорційно залежить від рівня та стану ринку високих технологій.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Дослідженню теоретичних та методичних засад інноваційного розвитку суб'єктів господарювання державного регулювання інноваційної діяльності, формування механізму прийняття стратегічних рішень на ринку високих технологій присвячено велика кількість наукових праць зарубіжних вчених, як: Й. Шумпетер, П. Друкер, К. Ерроу, Е. Менсфілд тощо, та вітчизняних вчених: В. Базилевич, З. Варналій, В. Геєць, В. Журило, О. Жилінська, В. Тарасевич, С. Хамініч тощо. Вирішенню проблеми та визначенню перспектив провадження інноваційних розробок, нововведень, досягнень науково-технічного прогресу займалися достатня кількість науковців, але ряд питань все ще потребують висвітлення та подальших досліджень.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Відзначаючи цінність результатів досліджень сучасних вчених і наукових розробок для теорії і практики формування сучасного ринку високих технологій, слід зауважити, що окремі аспекти зазначеної проблеми

залишаються недостатньо вивченими і досить актуальними. Незважаючи на ґрунтовні розробки щодо представленої проблематики, деякі важливі та прикладні питання все ще потребують висвітлення та подальших досліджень, а саме: розроблення теоретичних основ формування українського ринку високих технологій; надати шляхи формування ринку високих технологій в Україні на засадах використання міжнародного досвіду. Усі ці обставини зумовили вибір проблематики представленого дослідження.

Мета статті (Main purpose of the article). Розглянути сутність ринку високих технологій та запропонувати шляхи формування ринку високих технологій в Україні.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). В умовах інтеграції у глобалізаційний процес національних економік відбувається інтенсифікація переходу до нового типу економічного розвитку, в якому ключове місце посідають такі інноваційні фактори, як науковий рівень виробництва та нові технології. Сучасні процеси міжнародної передачі технологій створюють додаткові можливості для економічного розвитку країни й формування ринку високих технологій. В умовах глобалізаційних викликів будь-яка країна світу не може залишатися поза процесів, що відбуваються на світовому ринку високих технологій.

Термін «високі технології» перебуває у вжитку, починаючи з кінця 60-х років XX ст., коли його почав використовувати журналіст Роберт Мец в своїй авторській колонці в газеті «New York Times» [2].

Автори вважають, що найбільш чітке визначення поняття сучасності «високі технології» подано у Законі України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферту технологій», а саме: «Високі технології – технології, які розроблені на основі новітніх наукових знань, за своїм технічним рівнем перевищують кращі вітчизняні та іноземні аналоги і спроможні забезпечити передові позиції на світовому ринку наукомісткої продукції. Високі технології – систематизовані передові знання на певний момент часу, спрямовані на випуск продуктів чи створення процесу, які є принципово новими (тими, що не мають аналогів) або новими в певній області знань, застосування яких дозволить отримати монопольне положення на міжнародному ринку або покращити конкурентні позиції того, хто їх розробляє чи застосовує, та отримати високу додану вартість» [15].

У цьому ж документі визначається, що ринок – сукупність відносин купівлі-продажу товарів і послуг, спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінових сигналів [15].

Ринок високих технологій – це, перш за все, інновації та інноваційна діяльність суб'єктів господарювання на ринку товарів та послуг.

Інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні,

виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу.

Інноваційна діяльність – вид діяльності, пов’язаний із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт введений на ринок, в оновлений чи вдосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до реалізації соціальних послуг, їх адаптацію до актуальних вимог суспільства [14].

Світовий ринок високих технологій – це сукупність міжнародних економічних відносин з приводу прибуткового використання прав власності на його об’єкти: технології продуктів, процесів та управління. Об’єкти цього ринку можуть мати уречевлений або неуречевлений вигляд. До уречевлених належить товарна продукція виробничої сфери, яка переміщується між країнами каналами міжнародної торгівлі [5, с. 153].

Товари (продукція, послуги тощо) на ринку високих технологій з’являються у процесі реалізації новітніх досягнень науки і техніки, впровадження досягнень науково-технічної революції та сприяють підвищенню якості життя й реалізації інтересів як суспільства загалом так і окремого індивіда, що спрямовані на задоволення потреб споживача на ринку товарів та послуг.

Специфіка та особливості високотехнологічної продукції визначають характер формування і функціонування ринку високих технологій. До ключових особливостей відносяться:

- високий рівень ризику, пов’язаний з розробкою і виведенням продукту на ринок;
- висока динамічність ринкових процесів;
- інтенсивна конкуренція;
- підвищена значущість іміджу виробника;
- слабкість ринкової сили покупця;
- низька значущість цінового чинника для споживача при купівлі високотехнологічного продукту [4; 8; 9].

По-перше, проведення наукових і ринкових досліджень, розробка і виробництво технологічно складних виробів потребують вкладення значних фінансових коштів (високі витрати виробника також під час просування нового товару на ринок; споживачам складно оцінювати товари, якими вони раніш не користувалися, особливо якщо ці товари призначені для задоволення їх прихованих потреб; чим унікальніший високотехнологічний виріб, тим більше змінюється поведінка споживачів у процесі його використання; розробнику важко передбачити реакцію споживача на нову продукцію та його подальшу поведінку; виробникові нелегко спрогнозувати швидкість і масштаби поширення нового товару, місткість потенційного ринку, а також наміри і поведінку конкурентів [4].

По-друге, через стрімке прискорення технологічного прогресу значно скорочується час переходу від наукових досліджень до комерціалізації. Вже

через невеликий проміжок часу порівняно з існуючою на ринку з'являється прогресивніша технологія, що надає споживачеві нових переваг. Разом з новою технологією з'являються нові продукти і ринки, а застарілі ринки або «вмирають», або стають масовими і традиційними. У зв'язку з цим на продукти високих технологій, а також їх ринки відчутно впливає фактор часу, тому вони найчастіше характеризуються короткими життєвими циклами. Висока динамічність ринкових процесів змушує виробника постійно інвестувати кошти у наукові дослідження і розробки, систематично здійснювати ринковий аналіз, приділяти значну увагу [4].

По-третє, прибутковість на ринку високих технологій набагато вища, ніж в інших галузях національного господарства.

По-четверте, підвищена значущість іміджу виробника обґрунтовується тим, що приймаючи рішення про покупку, споживач відчуває невпевненість, оцінюючи переваги одного високотехнологічного товару порівняно з іншими. Така невпевненість виникає через низьку компетентність покупця, а також практичну неможливість збагнути всі тонкощі й особливості технологічно складного продукту. Очевидно, що в цій ситуації споживач віддає перевагу продукції того виробника, який має на ринку високу репутацію та імідж технологічного лідера. Високий імідж компанії значно знижує невпевненість покупця щодо здійснюваної ним покупки, привертає його увагу до нових розробок, викликає довіру до продукції цієї компанії. Прихильність споживачів слід постійно підтримувати, і якщо виробник не може підтверджувати імідж технологічного лідера, він дуже швидко втрачає свої позиції [8].

По-п'яте, на відміну від ринку товарів масового попиту, де позиції споживача набагато сильніші, ніж позиції продавця, ринок продуктів високих технологій характеризується слабкістю позицій покупця, що пояснюється унікальністю високотехнологічної продукції та здатністю задовольняти потреби споживачів. Оскільки товари, раніше запропоновані споживачеві, не змогли задовольнити його нагальні потреби, то ці потреби стають дедалі актуальнішими і значущими для нього. Незадоволена потреба змушує споживача продовжувати пошук і робить його особливо вразливим щодо її задоволення. Тому виробник, який запропонував необхідний продукт, має певну ринкову силу і може диктувати покупцю свої умови на ринку [8].

По-шосте, слабка позиція покупця на ринку високих технологій може обумовлюватись незначним впливом цінового чинника. Найважливішою для споживача є здатність високотехнологічного товару задовольнити його нагальну потребу. Споживачі менш чутливі до ціни, якщо товар, який купується, має унікальні особливості або виняткові властивості. Тому ціна істотно не впливає на прийняття рішення про покупку. Крім того, найчастіше покупець готовий свідомо сплачувати завищену ціну за задоволення своїх потреб. Особливістю розвитку ринку високих технологій в Україні є його істотне відставання як від ринків високорозвинутих країн, так і від світового ринку загалом. Основною причиною, на думку експертів, є цілковите

підпорядкування протягом тривалого часу високотехнологічного сектора військово-промислового комплексу. Внаслідок цього нині відсутній механізм залучення інвестицій у високотехнологічні галузі, не розвинена інфраструктура ринку інтелектуальної власності, у підприємств, що спеціалізуються на розробці та виробництві наукомісткої продукції, практично немає досвіду та навичок роботи у ринкових умовах господарювання [9].

Прискорення НТР призвело до утворення у другій половині ХХ ст. нового світового ринку – технологічного, що функціонує поряд зі світовими ринками товарів, праці й капіталу. Матеріальною основою виникнення і функціонування цього ринку є міжнародний поділ технології, тобто історично сформоване або набуто зосередження цього фактору виробництва в окремих країнах. У міжнародній економіці технології зазвичай розглядаються як розвинутий фактор виробництва, що має міжнародну мобільність, а саме поняття «технологія» трактується як сукупність науково-технічних знань, які можна використовувати при виробництві товарів та послуг [16].

Якщо основним напрямом соціально-економічної політики будь-якої країни – є конкурентоспроможність її національної економіки та підвищення якості життя її населення, то пріоритетним напрямом стратегічної безпеки держави – є формування і розвиток ринку високих технологій на засадах впровадження інновацій та новітніх розробок науково-технічного прогресу, унікальних технологій тощо.

До унікальних технологій відносять винаходи й інші науково-технічні розробки, захищені патентами або такі, які містять ноу-хау, що унеможлиблює їх використання конкуруючими організаціями. Основними рисами унікальної технології є: має новизну, найвищий технічний рівень, і може бути використана у виробництві на умовах виняткової монополії; створюється в результаті НДДКР і винахідницької діяльності фахівців; при визначенні ціни такої технології на ринку враховується її спроможність створювати максимальний додатковий прибуток. До прогресивної технології належать розробки, що мають новизну і техніко-економічні переваги порівняно з технологіями-аналогами, що використовуються потенційними покупцями нової технології і їхніми конкурентами. Основні риси прогресивної технології: на відміну від унікальної технології, що має абсолютну перевагу над будь-якою технологією у відповідній галузі, переваги прогресивної технології є відносними; прогресивність тієї або іншої технології може виявлятися в межах окремих країн, різних підприємств, у різних умовах її застосування; зазначені технології не захищаються патентами і не мають яскраво виражених ноу-хау, але забезпечують досить високі виробничі переваги, що гарантують їх покупцям одержання додаткового прибутку; такі технології можуть бути створені в результаті не тільки науково-технічної і винахідницької діяльності вчених та інженерів,

але й «еволюції» унікальних нововведень, що поступово втрачають свою новизну [13].

Для порівняння інноваційного розвитку країн світу використовують рейтинг Bloomberg Innovation Index (див. Додаток 1). Глобальний інноваційний індекс складений Всесвітньою організацією інтелектуальної власності, Корнелльського університету та міжнародної бізнес-школою «Insead». Всього в рейтингу представлені 143 країни. Індекс інновацій Bloomberg складається з семи показників: витрати на інновації і дослідження, продуктивність, присутність в економіці високотехнологічних компаній, поширеність вищої освіти, додана вартість товарів, число реєстрованих патентів і число дослідників (табл. 1).

Таблиця 1.

Рейтинг країн світу за глобальним інноваційним індексом

Місце	Країна	Місце	Країна
1	Південна Корея	6	Сінгапур
2	Швеція	7	Японія
3	Німеччина	8	Данія
4	Швейцарія	9	США
5	Фінляндія	10	Ізраїль

Складено авторами за даними [1].

На сучасному світовому ринку технології функціонують суб'єкти всіх структурних рівнів міжнародної економіки:

на моно- і мікрорівнях – університети та наукові заклади, бізнес-центри, венчурні фірми, інноватори-індивідуали, частка яких становить до 2/3 світового обсягу «чистих» новацій;

на мезорівні – транснаціональні та багатонаціональні корпорації, національні компанії й науково-технічні комплекси (дослідницькі, технологічні парки та ін., які є провідними патентувачами та забезпечують комерційну і виробничу реалізацію до 2/3 світового обсягу інновацій;

на макрорівні – держави і національні науково-технічні системи, роль яких в еволюції цього ринку є визначальною;

на мегарівні – міждержавні утворення та інтеграційна діяльність підприємств на світовому ринку, в межах яких зусилля зосереджуються на окремих ключових напрямках НТР;

на метарівні – міжнародні організації, насамперед системи ООН, серед численних функцій яких слід особливо вирізнити технічне сприяння країнам, що розвиваються (некомерційна дифузія технологій) [5, с. 154].

Для світового ринку високих технологій 2017 рік став одним з найбільш вдалих, з'явилися сучасні технологічні новинки, а саме: роботи-асистенти і роботи-прибиральники в аеропортах, флешка-нейромережа з продуктивністю 100 гігафлопс, модульний смартфон від Facebook, поїзд на

сонячних батареях, Сан-Марино повністю переходить на 5G-покриття, реалізація автомобілів на електродвигунах тощо.

Україна належить до країн, де на державному рівні задекларовано курс на євроінтеграцію та модернізацію національної економіки на інноваційній основі як основних передумов вирішення нагальних соціально-економічних проблем країни.

Водночас слід зазначити, що під впливом структурно-технологічних зрушень, що відбулися в роки незалежності, основні механізми зростання продовжують концентруватися серед галузей, чия конкурентоспроможність в основному залежить від використання екстенсивних факторів виробництва і потребує відносно невисокого рівня інноваційної активності, ґрунтуючись на експорті сировинних товарів і продукції нижчих виробничих переділів. Це обумовлює в цілому негативні стартові позиції для майбутніх перетворень.

З іншого боку, в українській економіці існує певний потенціал у науково-технічній та інноваційній сфері, який може бути використаний для проведення змін.

На відміну від світу в Україні реалізація масштабних інноваційних структурних змін у сфері реального виробництва відбувається вкрай повільно. Це, по-перше, безапеляційно свідчить про неефективність вжитих виконавчою владою заходів стосовно розв'язання зазначеної проблеми; по-друге, вимагає від нового складу Кабінету Міністрів України розробки виваженої промислової політики, основним завданням якої стає забезпечення необхідних економічних передумов для випереджаючих темпів розвитку наукоємних виробництв.

До основних високотехнологічних галузей промисловості відносять:

- виробництво фармацевтичної продукції, біотехнології;
- виробництво літальних апаратів та космічної техніки;
- виробництво апаратури для засобів масової інформації: для радіо, телебачення та зв'язку;
- виробництво медичної техніки, засобів вимірювання, оптичних приладів та апаратури;
- виробництво офісної апаратури та обчислювальної техніки, програмного забезпечення;
- керування, розроблення і використання ресурсів Інтернету [3].

Для сектору високих технологій в Україні наукові та науково-технічні роботи відіграють визначну роль. Саме у високотехнологічному секторі виконується більше половини всіх наукових та науково-технічних робіт (рис. 1).

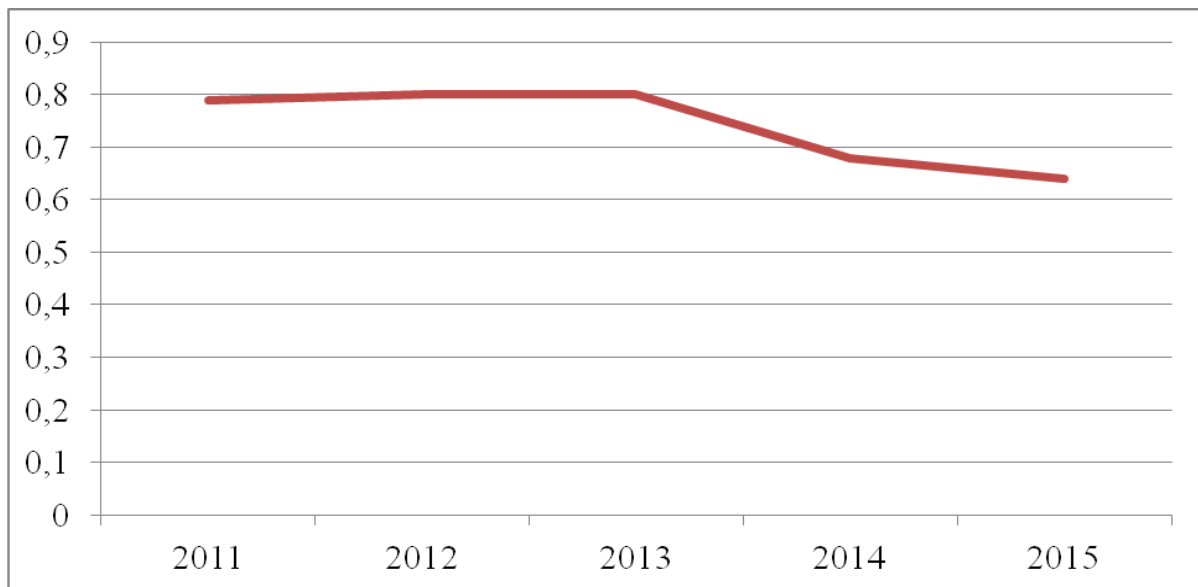


Рисунок 1. Питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП за 2011-2015 рр. в Україні, %

Складено авторами за даними [6].

Низька питома вага виконання наукових і науково-технічних робіт у ВВП України свідчить про те, що сектор високих технологій в Україні не є пріоритетним.

Кількість організацій, які здійснювали наукові дослідження і розробки також мають тенденцію до спаду. Упродовж 2016 року наукові дослідження і розробки (НДР) в Україні виконували 972 організації, 46,6% з яких належали до державного сектору економіки, 37,7% – до підприємницького, 15,7% – вищої освіти [6].

Найбільша кількість організацій була підпорядкована Національній академії наук України (181). Міністерству освіти і науки України – 119, Національній академії аграрних наук України – 86, Міністерству аграрної політики та продовольства України – 51, Міністерству охорони здоров'я України та Національній академії медичних наук по 35, Міністерству економічного розвитку і торгівлі України – 34, Національній академії педагогічних наук – 12 організацій [6].

Майже третина загальної кількості наукових організацій розташована у м. Києві, 16,5% – у Харківській, 7,5% – Львівській, 6,0% – Дніпропетровській та 4,8% – в Одеській областях (табл. 2).

Отже, здійснення наукових досліджень і розробок в Україні в останні роки скорочується в усіх сферах життєдіяльності. Це може бути пов'язано з впливом світових глобалізаційних процесів на економіку України, зокрема з відсутністю можливості фінансувати сферу розробки високотехнологічної продукції.

Таблиця 2.

Організації, які здійснювали наукові дослідження і розробки, за секторами діяльності

Організації, які здійснювали наукові дослідження і розробки, за секторами діяльності	2010	2015	2016
1	2	3	4
Усього	1303	978	972
державний сектор	514	433	453
підприємницький сектор	610	394	366
сектор вищої освіти	178	151	153
приватний неприбутковий сектор	1	—	—

Складено авторами за даними [6].

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

У сучасних умовах глобалізованих викликів розвиток і конкурентоспроможність економік деяких країн світу істотно залежать від формування ринків високих технологій, рівня розвитку високотехнологічних галузей та ринків наукомісткої продукції. Роль технологічних інновацій мають впевнену тенденцію до зростання у забезпеченні сталого економічного розвитку держав, галузей, корпорацій як суб'єктів господарювання національних економік, тощо.

На сьогоднішній день можна констатувати, що ринок високих технологій в Україні – недосконалий. На жаль, основні причини цього – недостатнє фінансування наукоємних галузей, високі ризики, нерозвинена інноваційна інфраструктура, а також соціально-економічні та політичні проблеми.

Наукові дослідження на ринку високих технологій необхідно направити на формування та розвиток української високотехнологічної продукції.

Таким чином, забезпечення конкурентоспроможності країни на всіх рівнях державного регулювання визначає основні напрями по удосконаленню формування ринку високих технологій, а саме: розробка перспективних заходів державної підтримки кластеру високих технологій, залучення інвестицій, удосконалення нормативно-правової бази галузі високих технологій, трансфер інновацій, достатнє фінансування, інтелектуалізація національної економіки.

Список використаних джерел (RefereANCES):

1. Bloomberg [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/graphics/2015-innovative-countries/>
2. Metz R. Market Place: Collins Versus The Middle Man // The New York Times. – April 24, 1969. – с. 64.
3. Васильєва Н.В. Китай: формування інноваційної системи розвитку держави [Електронний ресурс] / Н.В. Васильєва // Науковий вісник Академії

©Журнал Київського університету ринкових відносин

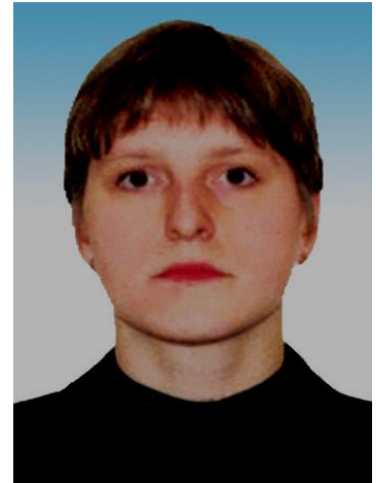
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

- муніципального управління. Серія «Управління» : зб. наук. пр. – 2011. – № 2. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_upravvl/2011_2/10.pdf.
4. Глазков В. Високі технології і державна безпека //Безпека життєдіяльності. – 2004. – № 1. – С. 36-42.
 5. Дахно І. Міжнародна економіка: Навч. посіб./ Іван Дахно, Юлія Бовтрук; Міжнар. акад. управл. персонал. – К.: МАУП, 2008. – 214 с.
 6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 7. Жуйков Д. Британія ставить на біотех [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=17703.
 8. Журило В. Особливості розвитку ринку продуктів високих технологій / В. Журило //Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 2. – С.62-65.
 9. Загальнодержавна комплексна програма розвитку високих наукоємних технологій // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 32. – С. 1274-1277.
 10. Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава. Програма економічних реформ на 2010-2014 роки [Електронний ресурс] // Комітет з економічних реформ при Президентові України. – Режим доступу: http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf.
 11. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник / За ред. П. Микитюка. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
 12. Козик В. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник / Василь Козик. 9-те вид., стереотипне. – К.: Знання-Прес, 2013. – 469с.
 13. Концептуальні орієнтири розвитку світового ринку високотехнологічної продукції / С.Г. Мікаелян // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 68-73.
 14. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] / Ю.В. Лаврова – Харків: Изд-во ХНАДУ, 2012. – 227 с.
 15. Офіційний портал Верховної Ради України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>.
 16. Передерій О. Міжнародні економічні відносини: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 273 с.
 17. Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій: Закон від 9 квітня 2004 року № 1676-ІУ/ Україна. Закон // Урядовий кур'єр. – 2004. – 7 травня. – С. 10.
 18. Солошенко В.В. Науково-технічне та інноваційне співробітництво України з країнами Європи // Слов'янський вісник: збірник наукових праць. Серія «Історичні та політичні науки» – Рівне: РІС КСУ, 2011. – Випуск 11. – С. 118-121.

УДК 658.81:622.3

Трушкіна Наталія Валеріївна

Кандидат економічних наук, Науковий співробітник відділу проблем перспективного розвитку паливно-енергетичного комплексу Інституту економіки промисловості НАН України (м. Київ)



ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖЕВОГО ПІДХОДУ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУГІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Трушкіна Н.В.

SUBSTANTIATION OF EXPEDIENCY OF APPLICATION OF THE NETWORK APPROACH TO THE ORGANIZATION OF MARKETING ACTIVITY OF THE COAL ENTERPRISES

Trushkina N.V.

ОБОСНОВАНИЕ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СЕТЕВОГО ПОДХОДА К ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УГОЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Трушкина Н.В.

Досліджено особливості функціонування вугледобувних підприємств з точки зору організації збутової діяльності. Уточнено суть і зміст поняття «збутова мережа». Доведено доцільність застосування мережевого підходу до організації збутової діяльності вугледобувних підприємств на основі розробки трьох можливих моделей збутових мереж.

Ключові слова: *вугледобувне підприємство, збутова діяльність, організація, нестабільність попиту, збутова мережа, канал збуту, електронна біржова платформа, синдикат.*

Performance features of coal mining enterprises in terms of organization of the marketing activity were studied. The essence of the concept «marketing activity of coal-mining enterprise» is specified, taking into account the specifics of its performance and detected changes and development trends of the institutional environment. The author's interpretation of the term «sales network» has given.

Network approach to organization of the marketing activity of coal mining enterprises is proposed, which main point is the development of three models of sales networks.

Keywords: coal-mining enterprise, marketing activity, organization, irregular demand, sales network, channel of distribution, electronic exchange platform, syndicate.

Исследованы особенности функционирования угледобывающих предприятий с точки зрения организации сбытовой деятельности. Уточнены сущность и содержание понятия «сбытовая сеть». Доказана целесообразность применения сетевого подхода к организации сбытовой деятельности угледобывающих предприятий на основе разработки трех возможных моделей сбытовых сетей.

Ключевые слова: угледобывающее предприятие, сбытовая деятельность, организация, нестабильность спроса, сбытовая сеть, канал сбыта, электронная биржевая платформа, синдикат.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Дослідження свідчать про існування різних наукових шкіл, які здійснюють розробки щодо обґрунтування доцільності формування збутових мереж, а саме щодо створення раціональної структури каналів розподілу продукції, розвитку збутової політики й упровадження ефективної маркетингової політики розподілу на промислових підприємствах.

На думку зарубіжних вчених, «...у сучасному світі відбувається зміщення фокусу ключових компетенцій від окремої компанії до мережі» [1, с. 81]. До стратегічних правил, що визначають маркетингову політику підприємства, віднесено «організацію діяльності збутової мережі, умов і гарантій при реалізації товарів» [2, с. 53].

Як стверджують науковці, «...для підприємств вибір збутової мережі, тобто каналів розподілу, є стратегічним рішенням, яке має бути сумісним не тільки з очікуваннями у цільовому сегменті, але і з власними цілями суб'єктів господарювання...» [3, с. 271].

Отже, на даному етапі нестійкого розвитку національної економіки необхідним є формування збутових мереж з урахуванням особливостей функціонування підприємств різних видів економічної діяльності.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Проблемам організації збутової діяльності підприємств, пошуку шляхів підвищення її ефективності присвячено значну кількість робіт зарубіжних і вітчизняних учених. Обґрунтуванню науково-методичних засад удосконалення організації збутової діяльності підприємств на основі створення збутових мереж приділяють увагу багато дослідників, серед яких: Л. Балабанова, А. Балабаниць, І. Білозерцева, В. Гамалій, П. Гаврилко, М. Гончаренко, В. Дерій, Д. Дубівка, М. Єрмошенко, А. Ключник, І. Ляшко,

М.Окландер, П.Орлов, О.Падухевич, Т.Притиченко, С.Романчук, А.Севіян, Г. Холодний, С. Хрупович, С. Шпилик, В. Щетинін.

Інституціональне, організаційне та інформаційне забезпечення управління збутовою діяльністю підприємств, а також науково-методичні підходи до оцінки ефективності функціонування збутових мереж висвітлено в наукових працях зарубіжних учених: П. Аллена, Г.Дж. Болта, Ю. Вітта, Дж. Вуттена, Є. Голубкова, Р.В. Джексона, П. Друкера, П. Зав'ялова, Ч. Фатрелла, Р.Д. Хісріка, Л. Штерна; вітчизняних: О. Амоші, О. Белоусової, І. Булеєва, Н. Брюховецької, О. Варченка, М. Григорак, Ю. Залознової, О. Клименка, О. Кошика, О. Кривешко, І. Кулиняка, Н. Лагоцької, К. Лещини, О. Олефіренко, І. Паски, С. Розумей, О. Смоляник, І. Соловйової, Н. Терент'євої, О. Трифоновой, Д. Череватського, Н. Чухрай.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). У сучасних умовах господарювання проблема створення збутових мереж особливо актуальна для вугільних підприємств, на яких спостерігається тенденція недостатньо ефективної організації процесів збутової діяльності.

Тому, незважаючи на широкий спектр досліджень з обраної проблематики, наразі недостатньо наукових розробок щодо застосування мережевого підходу до організації збутової діяльності вітчизняних підприємств вугільної промисловості, який би враховував умови нестабільності попиту на вугільну продукцію та сучасні тенденції розвитку інституціонального середовища. Актуальність і значущість цих питань обумовили вибір теми даного дослідження, його мету та завдання.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). У теорії менеджменту мережа розглядається у двох аспектах: як «новая форма организации корпорации» та «концепция развития сетевого/ виртуального предприятия – сети предприятий, которые формально независимы, но объединяют свои ресурсы для формирования дополнительных компетенций, необходимых в рамках цепочки создания потребительской ценности» [4, с. 26].

На основі аналізу зарубіжних та вітчизняних наукових джерел виявлено, що вчені використовують різні терміни для визначення суті та змісту збутової мережі (рис. 1).

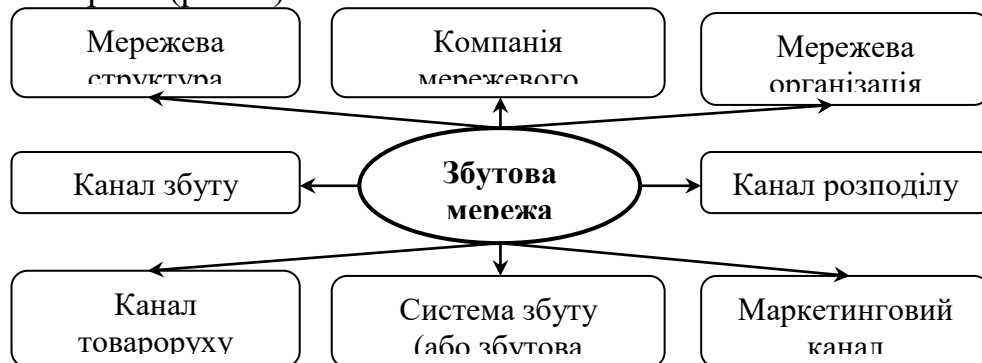


Рис. 1. Поняття, які ототожнюються з терміном «збутова мережа»
(власне опрацювання)

Як правило, науковці ототожнюють поняття «канал збуту», «канал товароруху» і «канал розподілу», розуміючи під ними сукупність організацій, які беруть участь у просуванні продукції від виробника до споживача.

З точки зору вчених, «...відмінності думок дослідників відносно понять «канал збуту» і «канал розподілу» більше мають семантичний характер, ніж сутнісний» [5, с. 12]. Деякі науковці зазначають, що в маркетингу синонімом терміна «канал товароруху» може бути «маркетинговий канал» (рис. 2).

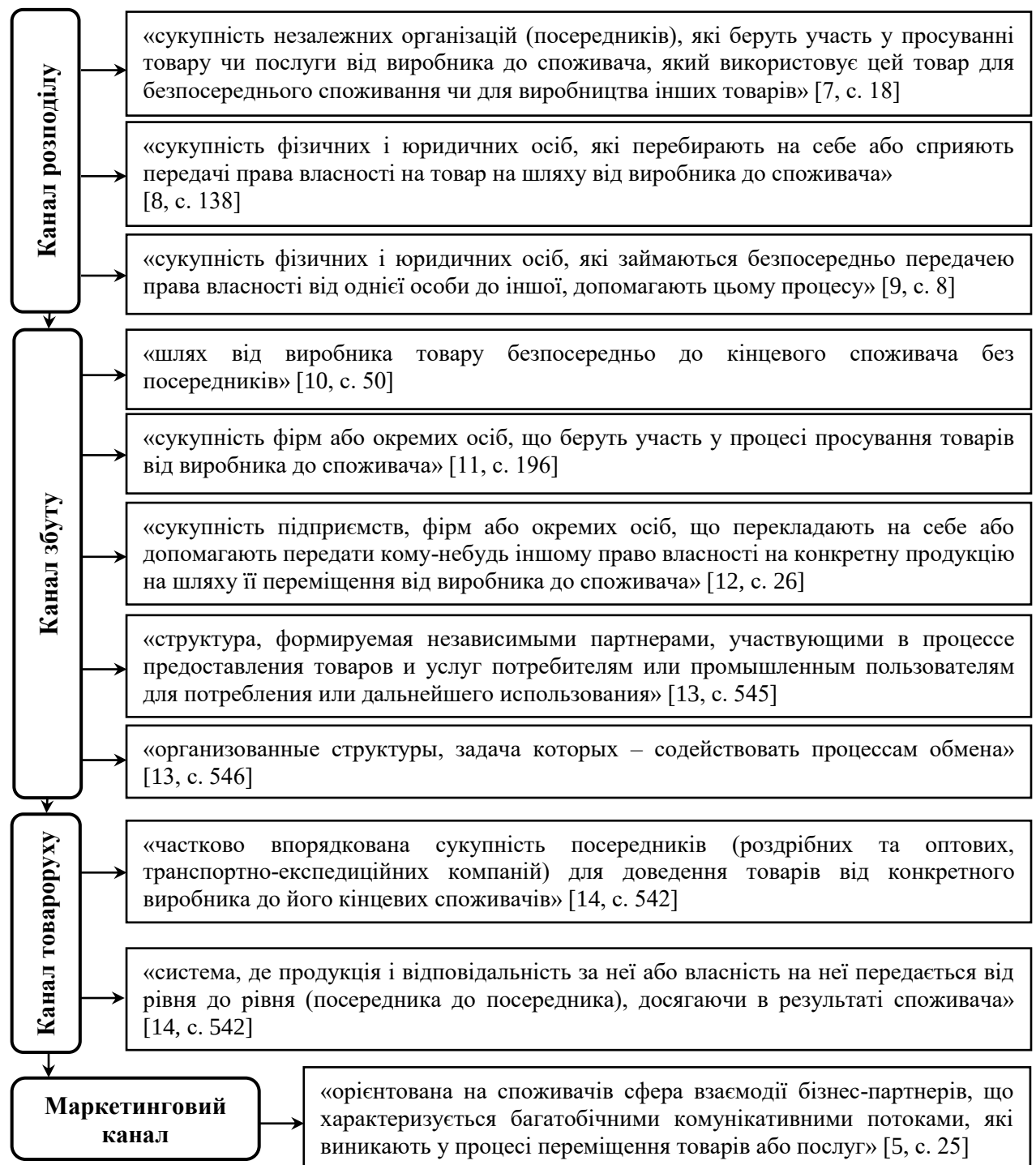


Рис. 2. Підходи до визначення термінів «канал розподілу», «канал товароруху», «канал збуту» і «маркетинговий канал»

(побудовано автором)

Науковці розглядають збутову мережу як систему збуту або збутову систему підприємства (рис. 3).

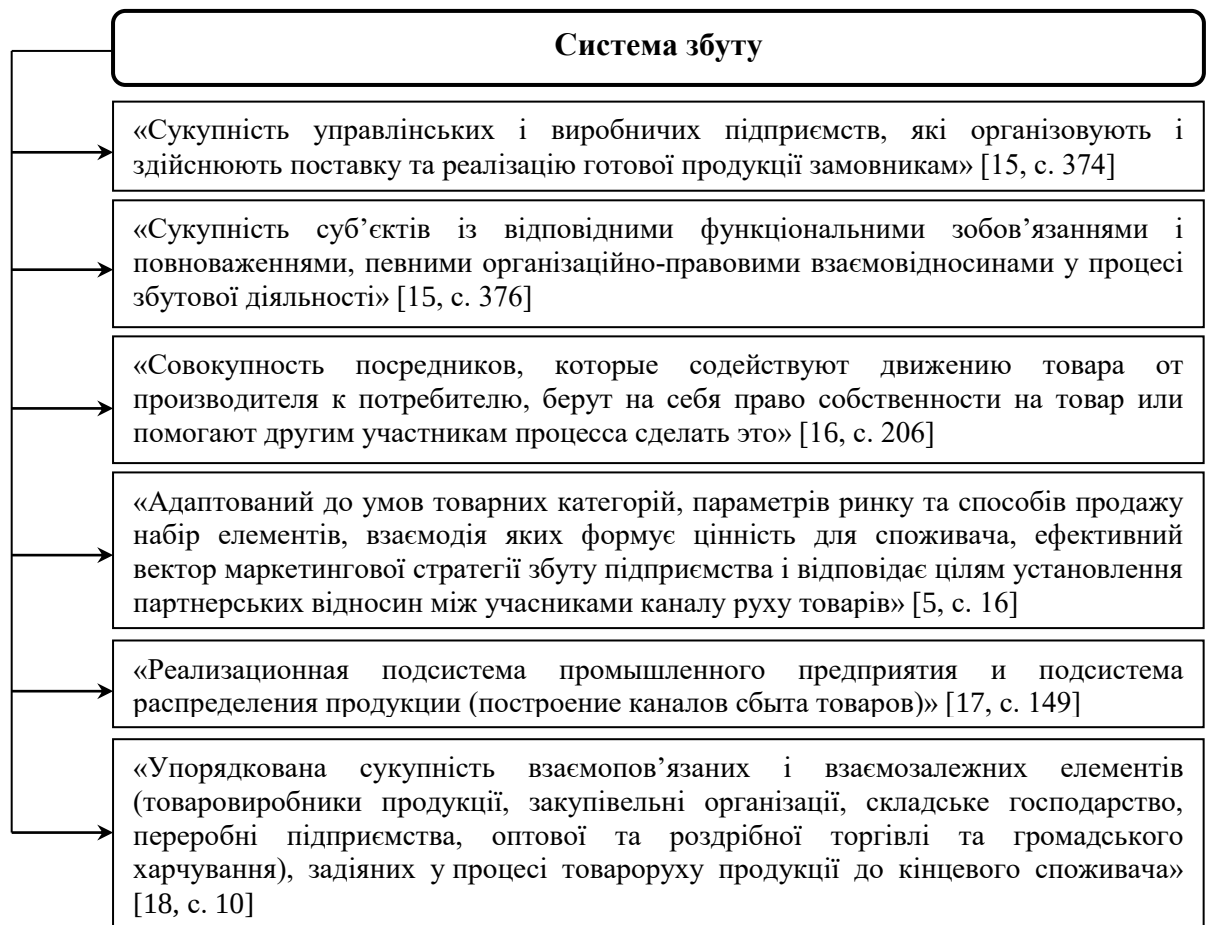


Рис. 3. Наукові підходи до визначення поняття «система збуту»

(побудовано автором)

При цьому дослідники розглядають різноманітні види систем збуту. Так, багатоканальна система збуту полягає в «использовании как прямых, так и косвенных каналов сбыта, позволяющих организациям добиваться мультипликации доходов и прибыли от продаж продукции» [6, с. 157].

Проста система збуту припускає наявність у збутовому ланцюжку, як правило, двох ланок: виробника і споживача, тобто відсутність спеціалізованих посередницько-збутових організацій. Складна система збуту надана багаторівневими ланками, що включають мережу власних збутових філій і дочірніх компаній, незалежних збутових посередників, оптових і роздрібних фірм. Подвійна система каналів руху товару – коли виробник на одному й тому самому ринку використовує два самостійних або взаємопов'язаних канали збуту [12, с. 26].

«...Ефективна робота системи збуту дозволяє не тільки прискорити обіг капіталу виробника, але й отримати додаткові ресурси для фінансування нових проектів, збільшення обсягу продукції, розширення її асортименту для повнішого задоволення потреб споживачів...» [19, с. 251].

Групою IMP (The Industrial Marketing and Purchasing Group) запропоновано «мережеву модель взаємовідносин», що наочно демонструє, як розвиваються взаємовідносини між значною кількістю компаній і як ці відносини посилюються через створення мереж» [20, с. 3].

У спеціальній літературі зустрічається термін «багаторівневий маркетинг», який передбачає «створення незалежних підприємницьких структур на шляху дистрибуції продукції від виробника до споживача». Мережевий маркетинг характеризує «створення певної мережі на кожному рівні дистрибуції» [21, с. 104].

В. Пилипчук і О. Данніков визначають мережевий маркетинг як «маркетингову концепцію, що передбачає створення мережевої (багаторівневої) організації, мета якої – просувати товари та послуги від виробника до споживача» [22, с. 40].

Т. Амблер під мережевим маркетингом розуміє «використання персональних контактів як для організації збуту, так і для створення неформальних організаційних структур» [23, с. 213].

Різні наукові підходи до визначення змісту поняття «мережева структура» наведено на рис. 4.

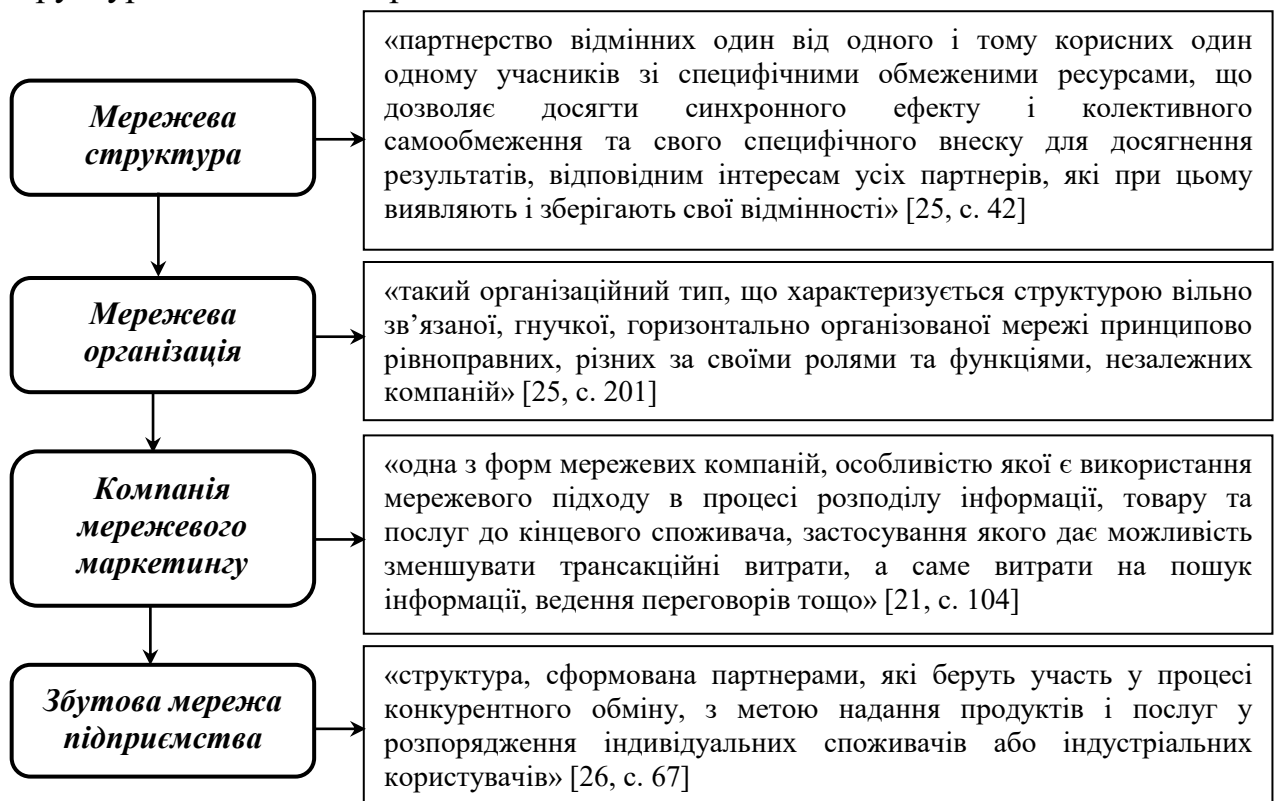


Рис. 4. Суть терміна «мережева структура»

(побудовано автором)

У роботі [24, с. 97] обґрунтовано, що «співвідношення підприємств державного сектору вугільної промисловості та їх контрагентів –

енергогенеруючих компаній і металургійних корпорацій – доцільно організувати на принципах економічних мереж».

Отже, узагальнено різні наукові підходи до визначення змісту вищезазначених понять:

✓ канал розподілу – це сукупність незалежних організацій, які беруть участь у просуванні товару від виробника до споживача; сукупність фізичних і юридичних осіб, які здійснюють безпосередньо передачу права власності від однієї особи до іншої, допомагають цьому процесу;

✓ канал товароруку являє собою частково впорядковану сукупність посередників для доведення товарів від виробника до кінцевих споживачів; систему, де продукція і відповідальність за неї або власність на неї передається від посередника до посередника, досягаючи в результаті споживача;

✓ канал збуту є шляхом від виробника товару безпосередньо до кінцевого споживача без посередників; сукупністю фірм або окремих осіб, що беруть участь у процесі просування товарів від виробника до споживача; сукупністю підприємств або окремих осіб, що перекладають на себе або допомагають передати іншому право власності на конкретну продукцію на шляху її переміщення від виробника до споживача; організованою структурою, завдання якої полягає у сприянні процесу обміну;

✓ маркетинговий канал являє собою орієнтовану на споживачів сферу взаємодії бізнес-партнерів, що характеризується багатобічними комунікативними потоками, які виникають у процесі переміщення товарів або послуг;

✓ система збуту – це використання прямих і непрямих каналів збуту, які дозволяють організаціям досягати мультиплікації доходів і прибутку від продажу продукції; набір елементів, взаємодія яких формує цінність для споживача, ефективний вектор маркетингової стратегії збуту підприємства й відповідає цілям установавання партнерських відносин між учасниками каналу руху; реалізована підсистема реалізації та розподілу продукції (побудова каналів збуту товарів).

У результаті дослідження виявлено, що для вітчизняної вугільної галузі характерні специфічні особливості організації процесів збутової діяльності, до яких віднесено:

- ✓ постійні коливання кон'юнктури ринку вугільної продукції;
- ✓ економічну чутливість до нестабільності попиту на вугілля (профіцит або дефіцит), вплив чинника сезонності на формування матеріального потоку вугільної продукції;
- ✓ нерівномірний розвиток процесів споживання та видобутку вугілля;
- ✓ скорочення обсягів товарної та реалізованої вугільної продукції, зростання залишків вугілля на складах державних вугледобувних підприємств;

- ✓ відвантаження вугілля тільки трьома категоріям споживачів (велико-, середньо- та дрібнооптовим), хоча прямі поставки вугільної продукції є оптимальним каналом збуту;
- ✓ зміни контрактних взаємовідносин між підприємством і споживачами вугільної продукції;
- ✓ заборгованість за реалізовану вугільну продукцію;
- ✓ обмеження фінансових ресурсів державних вугледобувних підприємств.

На основі узагальнення існуючих наукових розробок щодо понятійного апарату і аналізу його відповідності сучасним умовам розвитку вітчизняної вугільної промисловості уточнено зміст терміна «збутова мережа» як моделі партнерських взаємовідносин між учасниками ринку вугілля (вугледобувні підприємства та різні категорії споживачів вугільної продукції – теплоелектростанції, посередницькі організації та ін.) при організації процесів збутової діяльності.

Виходячи з особливостей організації збутової діяльності вугільних підприємств обґрунтовано доцільність застосування мережевого підходу, суть якого полягає в розробці трьох моделей збутових мереж.

Перша модель (прямий канал збуту) полягає в домовленості вугледобувних підприємств із теплоелектростанціями на основі укладання контрактів на поставку вугільної продукції. Від вугледобувного підприємства до ТЕС відбувається рух матеріального потоку у вигляді поставки вугільної продукції, а від ТЕС до вугільного підприємства – рух фінансового потоку у вигляді сплати за відвантажене вугілля (рис. 5).

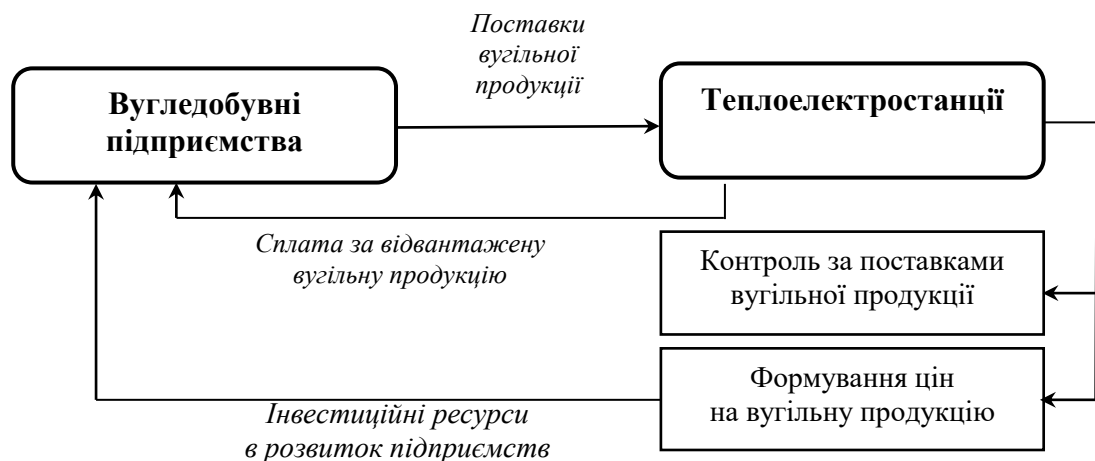


Рис. 5. Механізм реалізації першої моделі збутової мережі
(запропоновано автором)

Друга модель збутової мережі – електронна біржова платформа, головне призначення якої полягає в наданні послуг централізованого укладання біржових контрактів шляхом проведення електронних біржових торгів вугільною продукцією (рис. 6).

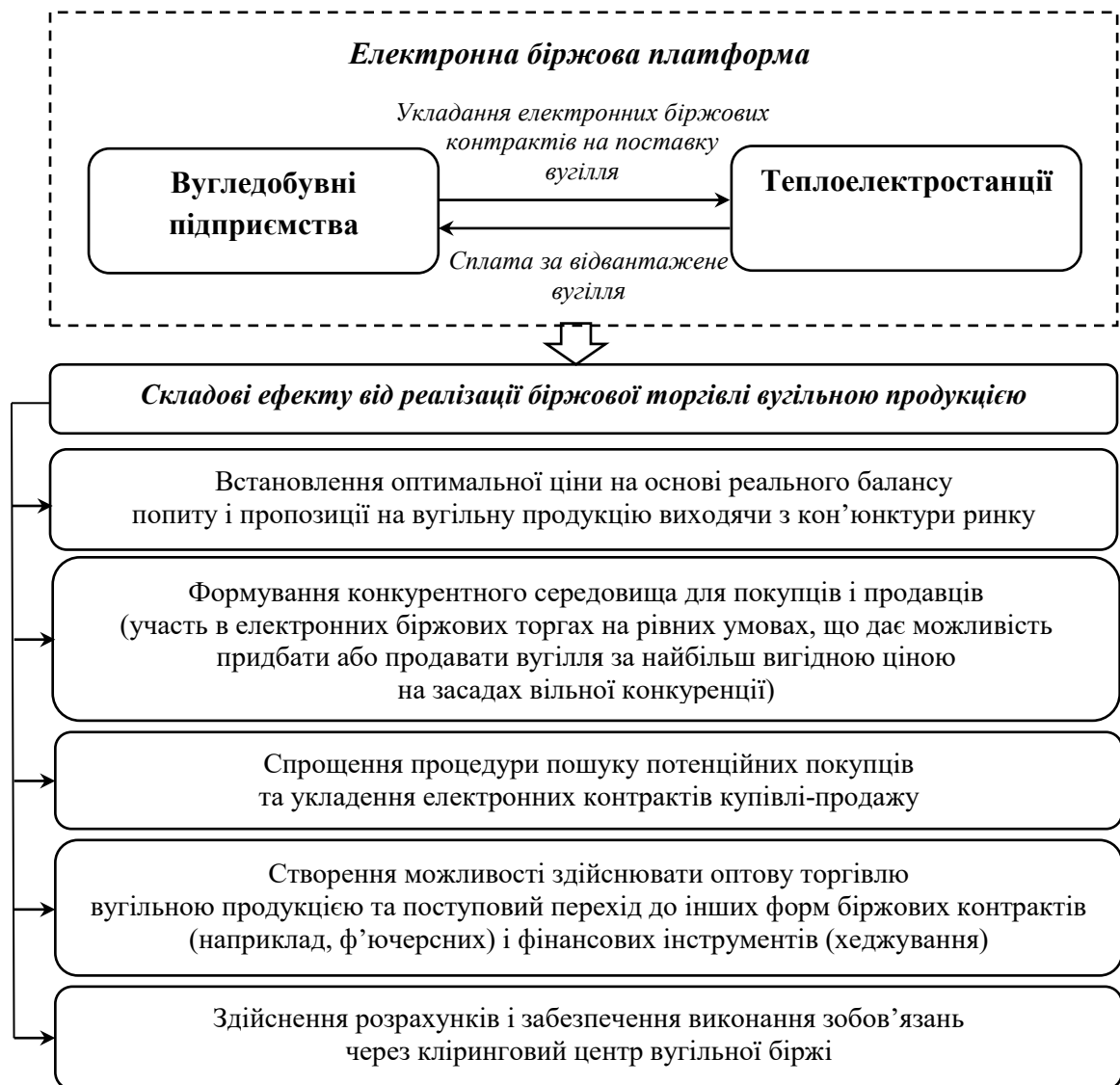


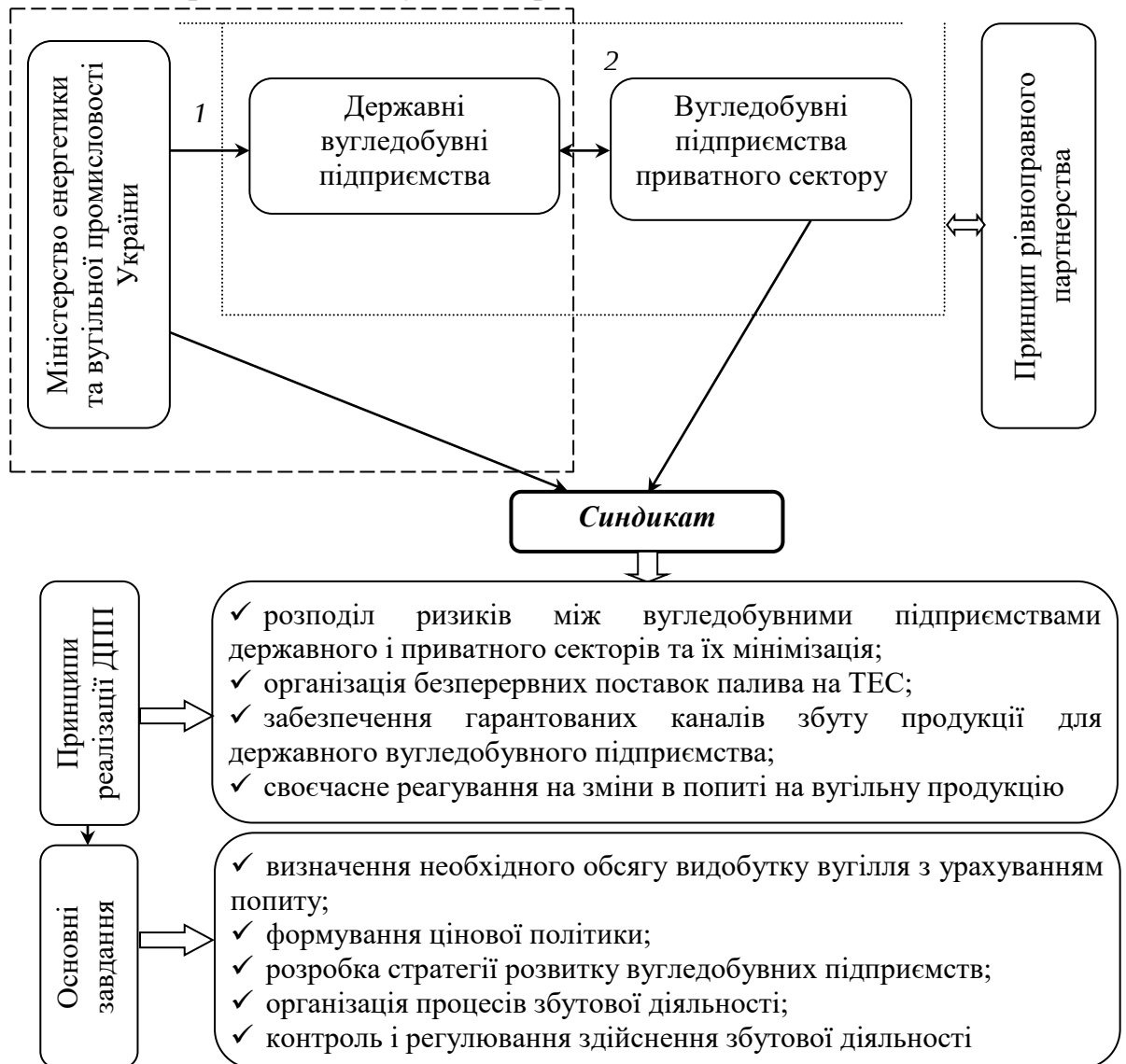
Рис. 6. Механізм організації електронної біржової торгівлі вугільною продукцією
(побудовано автором на основі [31; 32; 33; 34])

Як зазначають провідні вчені, «... абсолютно ринковим зразком є товарні або фондові (торгівля контрактами) біржі, які застосовуються, зокрема, в системі ринкових взаємовідносин між виробниками і споживачами вугільної продукції, але вони не є основними, а сприяють головним чином здійсненню спотових угод» [27, с. 13].

Розвиток електронної біржової торгівлі вугіллям не суперечить чинному законодавству України, у якому регулюються питання управління біржовою діяльністю та функціонування товарної біржі. Серед етапів модернізації та реформування вугільної промисловості, як зазначено в Енергетичній стратегії України до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність», визнано «...запровадження біржової торгівлі вугільною продукцією та допуск на ринок імпортного вугілля...» [28, с. 59].

У проекті Закону України «Про ринок вугільної продукції» вказано, що «торги на вугільній біржі можуть проводитися виключно в електронній

формі за допомогою програмно-технічних засобів» [29]. Це відповідає Плану дій Уряду України, у якому наголошується на налагодженні процедури продажу вугільної продукції та можливості створення електронного «майданчику», на якому мають здійснюватися публічні торги вугіллям [30]. Третя модель збутової мережі полягає у створенні синдикату на основі домовленості вугледобувних підприємств різних форм власності з метою організації, контролю і регулювання спільної збутової діяльності на засадах державно-приватного партнерства (рис. 7). Це не суперечить чинному законодавству України, у якому зазначено про можливість об'єднання підприємств за галузевим принципом.



Примітки: 1 – договір про управління майном; 2 – договір про спільну діяльність.

Рис. 7. Механізм реалізації державно-приватного партнерства при управлінні збутовою діяльністю вугледобувних підприємств на основі організаційно-правової форми синдикату
(авторська розробка)

Оскільки державні вугледобувні підприємства належать до сфери управління Міненерговугілля України, то відносини між ними мають регулюватися на основі укладеного договору про управління майном. Це відповідає Положенню про Міністерство енергетики та вугільної промисловості України, ст. 1029 Цивільного кодексу України, ст. 5 Закону України «Про державно-приватне партнерство».

Згідно із ст. 1029 Цивільного кодексу України за договором управління майном одна сторона (установник управління – у даному випадку Міненерговугілля України) передає другій стороні (управителеві – створеному вугільному синдикату за участю ДТЕК) в управління майно ДП «Львіввугілля» на певний строк, а друга сторона зобов'язується за плату здійснювати від свого імені управління цим майном в інтересах установника управління або вказаної ним особи (вигодонабувача).

Відповідно до ст. 5 Закону України «Про державно-приватне партнерство» дохід між учасниками синдикату слід розподіляти за умовами договору про спільну діяльність. У рамках державно-приватного партнерства синдикату передається функція управління збутовою діяльністю.

Отже, кожна з трьох запропонованих моделей збутових мереж має ряд переваг і недоліків, які наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки запропонованих моделей збутових мереж

Моделі збутових мереж	Переваги	Недоліки
1	2	3
Прямий канал збуту вугільної продукції	Оптимальний рівень цін на вугілля за рахунок організації прямих поставок	✓ вузькоспрямованість марки вугілля; ✓ можливі зриви у відвантаженні вугілля на ТЕС унаслідок виникнення непередбачуваних форс-мажорних обставин (наприклад, аварія на вугледобувному підприємстві); ✓ високий рівень впливу на дану модель партнерських взаємовідносин кризових явищ у національній і глобальній економіці, нестабільної політичної ситуації та погіршення фінансово-економічного стану
Електронна біржова платформа реалізації вугільної продукції	Встановлення оптимальної ціни на основі реального балансу попиту і пропозиції на вугільну продукцію виходячи з кон'юнктури ринку	✓ невідповідність товарної біржової торгівлі в Україні загальноприйнятим міжнародним стандартам; ✓ відсутність зацікавленості учасників ринку вугілля у веденні прозорого бізнесу та гарантій з боку біржі
Вугільний синдикат	✓ організація безперервного процесу купівлі вугілля у вугледобувних підприємств і його поставок на ТЕС;	✓ синдикат може встановлювати завищені ціни на ринку вугілля; ✓ недостатньо ефективний контроль за цінами на вугілля;

Моделі збутових мереж	Переваги	Недоліки
1	2	3
	✓ налагодження довгострокових взаємовідносин із постійними споживачами вугілля	✓ високий рівень ризиків при організації виробничої та збутової діяльності вугледобувних підприємств (немає поставки вугілля на ТЕС – немає руху фінансових потоків між синдикатом і вугледобувними підприємствами); ✓ виникнення непередбачуваних форс-мажорних обставин; ✓ постійні коливання кон'юнктури ринку вугілля

Складено автором.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Отже, у результаті дослідження уточнено суть і зміст поняття «збутова мережа» як моделі партнерських взаємовідносин між учасниками ринку вугілля (вугледобувні підприємства та різні категорії споживачів вугільної продукції – теплоелектростанції, посередницькі організації та ін.) при організації збутової діяльності.

Обґрунтовано доцільність застосування мережевого підходу до організації збутової діяльності вугледобувних підприємств, який полягає в розробці трьох можливих моделей збутових мереж:

перша модель – формування партнерських взаємовідносин між вугледобувним підприємством і теплоелектростанцією на основі укладання контрактів на поставку вугільної продукції;

друга модель збутової мережі – формування електронної біржової платформи реалізації вугільної продукції;

третя модель – створення синдикату як форми партнерства вугледобувних підприємств для організації, контролю та регулювання спільної збутової діяльності.

З метою підвищення ефективності організації збутової діяльності підприємств вугільної галузі України доцільно внести ряд змін і доповнень до законодавчих і нормативно-правових актів, що регулюють процедури здійснення біржової торгівлі, а саме:

✓ до розділу VI «Біржові операції та правила біржової торгівлі» Закону України «Про товарну біржу» включити механізм організації та регулювання електронної біржової торгівлі з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій;

✓ проект Закону України «Про ринок вугільної продукції» доповнити інформацією про впровадження електронної системи біржових торгів вугіллям, яка має віддалений доступ для учасників, із цифровим та електронним ступенем захисту, що здійснює кліринг і забезпечує розрахунки;

✓ Енергетичну стратегію України до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» доцільно розширити інформацією стосовно технологій, процедур та інструментарію для організації та реалізації електронних біржових торгів вугіллям;

✓ до проекту Концепції Державної цільової економічної програми реформування вугільної промисловості на період до 2020 року включити пункт «упровадження електронної біржової торгівлі вугіллям».

Для забезпечення ефективної діяльності синдикату в умовах вітчизняного паливно-енергетичного комплексу Міністерству енергетики та вугільної промисловості України доцільно внести зміни та доповнення до нормативно-правових документів, а саме:

✓ ст. 1 Закону України «Про ринок вугільної продукції» (проект) – включити визначення синдикату як організаційної форми, що об'єднує вугледобувні підприємства задля організації та регулювання спільної збутової діяльності на засадах державно-приватного партнерства, а також викладення правових основ функціонування синдикату;

✓ Енергетична стратегія України до 2035 року – розширити мету «Розвиток енергетичних ринків» таким формулюванням: «формування і функціонування синдикату як інструменту запровадження ринкової моделі функціонування енергетичних ринків і задоволення потреб національної економіки власною вугільною продукцією в необхідних обсягах із залученням приватного сектору»;

✓ ст. 4 Гірничого закону України – включити такий об'єкт гірничих відносин, як управління збутової діяльності гірничих підприємств (організація, контроль та регулювання);

✓ Концепція Державної Цільової економічної програми реформування вугільної промисловості на період до 2020 року – включити комплекс заходів щодо управління збутовою діяльністю вугледобувних підприємств на засадах державно-приватного партнерства.

Реалізація запропонованих моделей збутових мереж сприятиме скороченню кількості посередників на ринку вугільної продукції, створенню рівних умов для вугледобувних підприємств державного і приватного секторів, прозорому формуванню ціни на вугілля на основі змін і коливань кон'юнктури, оптимізації витрат на організацію збутової діяльності, мінімізації фінансових ризиків тощо. Це, у свою чергу, дозволить забезпечити національну економіку власним вугіллям різних марок у достатніх обсягах і за оптимальними цінами, а також підвищити рівень та якість обслуговування споживачів вугільної продукції.

Список використаних джерел (References):

1. Prahalad C. Co-opting Customer Competence / C. Prahalad, V. Ramaswamy // Harvard Business Review. – 2000. – January-February. – P. 79-90.
2. Корінев В.Л. Концептуальний підхід до прийняття управлінського рішення в умовах маркетингу / В.Л. Корінев // Вісник економічної науки України. – 2014. – № 1. – С. 52-56.

3. Пашкевич М.С. Проблеми та перспективи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві / М.С. Пашкевич, О.С. Чернишева // Економічний простір. – 2012. – № 67. – С. 270-277.
4. Катенев В.И. Перспективы развития сетевой экономики в условиях формирующегося общества знаний / В.И. Катенев // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 2 (22). – С. 24-32.
5. Шталь Т.В. Управління процесами взаємодії підприємств у каналах збуту в умовах глобалізації: монографія / Т.В. Шталь, Н.Л. Савицька, Ю.Б. Доброскок. – Харків: Вид-во «Лідер», 2015. – 202 с.
6. Ильин С.Ю. Современные тенденции развития маркетинговой деятельности организаций / С.Ю. Ильин, И.А. Кочеткова // Вісник економічної науки України. – 2015. – № 2. – С. 156-157.
7. Крикавський Є.В. Маркетингова політика розподілу / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, А. Чубала. – Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2012. – 260 с.
8. Пшенична М.В. Концепція побудови ефективного організаційно-збутового механізму діяльності переробних підприємств / М.В. Пшенична // Вісник університету «Україна». – 2011. – № 1. – С. 136-140.
9. Петропавловська С.Є. Маркетингова політика розподілу / С.Є. Петропавловська, В.Є. Командровська, О.В. Хмельницька. – Київ: НАУ, 2008. – 48 с.
10. Логістика: теорія та практика / В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Смоляник. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
11. Виноградська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: монографія / А.М. Виноградська. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 808 с.
12. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку: монографія / П.А. Орлов, Г.О. Холодний, М.А. Борисенко, Т.І. Притиченко та ін. – Харків: ХНЕУ, 2008. – 232 с.
13. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен; пер. с англ. под. ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2007. – 800 с.
14. Економіка логістики / Є.В. Крикавський, О.А. Похильченко, Н.В. Чернописька та ін.; за заг. ред. Є.В. Крикавського, О.А. Похильченко. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2014. – 640 с.
15. Пилипчук В.П. Маркетингові аспекти управління продажем / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ir.kneu.kiev.ua.8080/bitstream/2010/1337/1/Pylypchuk.pdf>.
16. Бланк И.А. Торговый менеджмент / И.А. Бланк. – Киев: Эльга, Ника-центр, 2004. – 784 с.
17. Гончаренко М.Ф. Организация системы сбыта продукции на промышленных предприятиях с учетом отраслевых особенностей рынка / М.Ф. Гончаренко // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 2. – С. 146-149.

18. Атаманчук Ю.М. Політика збутової діяльності підприємств агропродовольчої сфери / Ю.М. Атаманчук // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2015. – Вип. 1 (26). – С. 3-10.
19. Царук О.О. Загальні принципи встановлення та розвитку збутових систем / О.О. Царук // Науково-інформаційний вісник. Економіка. – 2012. – № 5. – С. 251-255.
20. Anderson I. Dyadic Relationships Within a Business Network Context / I. Anderson, H. Hakansson, J. Johanson // Journal of Marketing. – 1994. – Vol. 58. – № 4. – Р. 1-15.
21. Сохацька О. Засади функціонування та особливості маркетингової комунікативної політики компаній мережевого маркетингу / О. Сохацька, Т. Демкура // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2014. – № 1. – С. 100-110.
22. Пилипчук В. Формування та тенденції розвитку мережевого маркетингу / В. Пилипчук, О. Данніков // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3 (49). – С. 40-45.
23. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер; пер. с англ. под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2000. – 680 с.
24. Розвиток інституціонального середовища промислового виробництва з урахуванням галузевої специфіки: монографія / Л.Л. Стариченко, Д.Ю. Череватський, Ю.С. Залознова та ін.; за заг. ред. акад. НАН України О.І. Амоші. – Київ: ІЕП НАН України, 2016. – 160 с.
25. Войчак А.В. Особливості сучасної організації маркетингу на підприємстві / А.В. Войчак // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип.: Сучасні проблеми теорії і практики маркетингу. – Київ: КНЕУ, 2005. – С. 37-214.
26. Огієнко С.О. Удосконалення ефективності збутової діяльності торговельного підприємства / С.О. Огієнко, А.А. Мижирицька [Електронний ресурс] // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2013. – № 2. – С. 65-68. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2013_2_15.pdf.
27. Стариченко Л.Л. Щодо поширення ринкових відносин у вугільній промисловості України / Л.Л. Стариченко, Д.Ю. Череватський, Д.Д. Чейлях // Уголь Украины. – 2014. – № 10. – Октябрь. – С. 12-17.
28. Енергетична стратегія України на період до 2035 р. «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/doccatalog/list?currDir=50358>.
29. Про ринок вугільної продукції: Закон України (проект) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245086454>.
30. Назріла потреба оновлення шахт [Електронний ресурс] // Урядовий кур'єр. – 2017. – № 47 (5916). – С. 1. – Режим доступу: <http://ukurier.gov.ua/uk/news/nazrila-potreba-onovlennya-shaht/>.

31. Дутова Н. Підвищення ефективності управління збутом продукції металургійних підприємств засобами електронних торговельних майданчиків / Н. Дутова // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2013. – № 2. – С. 81-90.

32. Про схвалення Концепції переходу на біржову форму продажу вугілля: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 26.10.2011 р. № 1070-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1070-2011>.

33. Зернопацкий В. Уголь – на биржу / В. Зернопацкий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaenergy.com.ua/post/10287/ugol-na-birzhu/>.

34. Рябич О.М. Забезпечення конкурентоспроможності вугледобувних підприємств в умовах сталого розвитку / О.М. Рябич // Економічний вісник ДВНЗ «УДХТУ». – 2016. – № 1 (3). – С. 21-24.

UDC 614.2:657.6:339.138
ID: 0000-0002-6135-4211

Жарлінська Раїса Григорівна

к.е.н., доцент, завуч кафедри патологічної анатомії, судової медицини та права Вінницького національного медичного університету ім. М.І.Пирогова



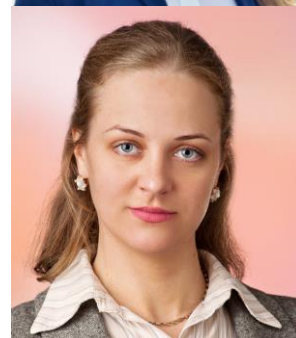
Телегузова Олександра Анатоліївна

студентка 5 курсу медичного факультету Вінницького національного медичного університету ім. М.І.Пирогова



Міщук Анастасія Андріївна

аспірант, старший викладач кафедри маркетингу Донецького національного університету імені Василя Стуса



ADVERTISING IN THE MARKETING SYSTEM OF MEDICAL SERVICES: LEGAL AND ECONOMIC ASPECTS

Zharlinska R., Mishchuk A., Teleguzova A.

РЕКЛАМА В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ МЕДИЧНИХ ПОСЛУГ: ПРАВОВІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ

Жарлінська Р.Г., Міщук А.А., Телегузова О.А.

РЕКЛАМА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ: ПРАВОВЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Жарлинская Р.Г., Мищук А.А., Телегузова А.А.

Визначено характерні риси маркетингу в системі охорони здоров'я в Україні, окреслено особливості реклами медичних послуг. Проаналізовано законодавче регулювання реклами медичних послуг. Запропоновано етапи

формування маркетингової та рекламної стратегії в заклади охорони здоров'я.

Ключові слова: *ринок медичних послуг, маркетинг, реклама, конкуренція, конкурентна стратегія, заклад охорони здоров'я.*

The authors attempt to find the essence of new marketing relations in Ukrainian system of the public health services relations, to present their possible formalized concepts, the logic of interrelations of elements of the marketing systems of public health services. To introduce the elements of the general marketing and of the marketing of medical services, law regulation, information technologies in public health services, imitating modeling of industrial and financial processes of system of public health services.

Keywords: *medical services market, competition, marketing, advertising, competitive strategy, healthcare institution.*

Определены характерные черты маркетинга в системе здравоохранения в Украине, выделены особенности рекламы медицинских услуг. Проанализировано законодательное регулирование рекламы медицинских услуг. Предложены этапы формирования маркетинговой и рекламной стратегии учреждения здравоохранения.

Ключевые слова: *рынок медицинских услуг, маркетинг, реклама, конкуренция, конкурентная стратегия, учреждение здравоохранения.*

Introduction. The law of Ukraine "On amendments to some legislative acts of Ukraine regarding improvement of legislation on issues of the activities of institutions of health care" adopted by Verkhovna Rada of Ukraine on 06.04.17, No. 2002-VIII, provides for the implementation of measures to reform the health care system in Ukraine with the aim of establishment of a network of state and community owned health care institutions having sufficient level of independence to provide efficient and timely medical care for the people. According to the document, health care institutions have been offered the opportunity to gain financial and administrative autonomy in terms of providing financial, material and technical resources for the health care system. In this connection, pursuant to Article 49 of the Constitution of Ukraine, the existing network of state and community owned health care institutions will not be reduced. Also, the document provides for a simplified procedure for restructuring the health care institutions, both state and community owned, into public enterprises and communal non-commercial enterprises. This reorganization of the health care structure will entail changes in the approaches to the work of medical institutions. At the same time, the definition of "medical service", "medical care" and "providers of health services", regulated by the Laws of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Improvement of Legislation on the Activities of Health Institutions" (№2002-VIII of 06.04.2017) and "On State Financial Guarantees for the Provision of Medical Services and Medicines" (No. 2168-VIII of October 19, 2017), turns Ukrainian medicine from the command

control to the market economy governed by the Commercial Code of Ukraine [2]. In this regard, the role of marketing of health services for health care institutions, and especially its component such as advertising, becomes more important. The most important strategic goal of a healthcare institution as a company is to increase competitiveness, which is the basis of the company's marketing strategy, which unites in a single system the strategy in relation to the product, to the market, to the consumer. Marketing strategies are based on market research that helps to understand the opportunities for market development, the characteristics of the target audience and the motives of consumers' behavior. Advertising as one of the most important communicative aspects of marketing is addressed directly to the consumer; therefore, the success of the company's activity in a competitive market largely depends on the effectiveness of advertising communications.

Analysis of recent researches and publications. Advertising is an integral part of marketing and an instrument of creating an external competitive advantage that consumers evaluate. It is impossible to imagine the work of a modern clinic without advertising activities. Advertising - only part of the target marketing system, and therefore can not be considered separately. The foundation of the modern enterprise management system is certainly marketing, which transforms the company's goals into a strategy of its behavior on the market. The visual embodiment and direct continuation of marketing strategies is the advertising activity of the company, which is directly addressed to the consumer.

Domestic and foreign scientists had made a significant scientific contribution to the study of the problems in creating and implementing an advertising strategy at the enterprise: Bukley R., Voinarenko S., Krasnoslobodtseva A., Latisheva O., Okhrimenko G., Perks K., Pipko E., Polyakov V., Romanishin S., Reed R., Romat E., Striy L., Tavakoli I., N. Ialovega, etc. Separate problems of medical marketing were investigated by Buzdugan Ya., Vyalkov A., Gabueva L., Galatsan O., Zhalilo L., Zatsna L., Isakova L., Kakorin K., Kucherenko V., Oleinik M., Pakulin S., Rozhkova I., Togunov I., Semchenko G., Solonenko I., Shamshurina N., Shevchuk I., Shipova V., Shchepin O.

Previously unsettled problem constituent. Despite numerous publications of both fundamental and applied nature, the study of the medical marketing specifics of and advertising of health care institutions in the conditions of the industry reform in Ukraine and the transition to market relations is incomplete and requires a separate comprehensive study of both legal and economic aspects of the problem. There are gaps in the advertising legislation of Ukraine, which are related to the specifics of the medical services of their advertising; unresolved problems include the introduction of modern marketing concepts in the activities of medical institutions, the development of innovative approaches to planning marketing and advertising strategies in health care.

Main purpose of the article. The main purpose of this study is to learn the legal support for the advertising activities of health care institutions, as well as the

theoretical and methodological foundations for effective planning of the medical institution advertising strategy based on marketing strategies in the current conditions of the medical services market in Ukraine. To achieve the goals, the following tasks were set and successfully solved: Ukrainian legislation in the sphere of advertising and international legal standards of advertising activities were studied; the analysis of features of medical marketing, medical services is carried out, their classification is generalized; the approach to planning advertising strategy of public health establishment services is offered.

Results and discussions. According to paragraph 1, art. 3 of the Economic Code of Ukraine: "Economic activity in the sphere of social production is understood as activities aimed at manufacturing and selling products, performing works or providing services of a value character that have price certainty" [3]. Consequently, the legal economic order in Ukraine is formed on the base of the optimal combination of market self-regulation and state regulation of macroeconomic processes. It is important to note that the general principles of economic activity, according to art. 6 of the same Code are the provision of economic diversity of services and freedom of business. Competition is a struggle for the most profitable conditions for the production and sale of goods and services. The presence of competition is one of the indicators of normal economic development. According to the theory of the competitive advantage of the country M.Porter one of the main properties (determinant) of the economy, forming a competitive macro environment, such structural elements as the strategy of companies, their structure and rivalry [4]. Marketing strategies, incl. advertising, play an important role in providing competitive advantages. Due to the advertising, market participants are able to attract a larger percentage of consumers.

According to Art. Seven of the Law of Ukraine "On Advertising" "advertising should not undermine the public's confidence in advertising and must meet the principles of fair competition" [5]. Thus, there is a need to consider the concept of advertising in the new for Ukraine sphere of functioning of the medical services market and reading the international experience of medical marketing through the prism of Ukrainian realities.

Speaking about the healthcare sphere in Ukraine and in foreign countries, we should note that due to the social significance, the freedom to enter the market of health care providers is limited. To some extent, the state is responsible for the health of its citizens and must limit the entry of producers whose services do not meet a certain level of quality. At the same time, the mechanisms regulating state intervention in the sphere of activity of medical organizations are legal regulation (ie, the availability of appropriate regulations), economic (amount of financing, tax policy), administrative and legal (permissive or prohibitive sanctions, financial control,). The most widespread mechanism of state regulation in the provision of medical services is the procedures for licensing, accreditation, and certification, an increasing distribution that are found by clinical or medical audit. In addition, it we can note that in the US and some other countries, professional medical associations are the artificial "deterrent" to the growth of the competitor's number, which are

entrusted with the functions of licensing and accreditation. One of the main goals of the current reform of medicine is the adaptation of the health care system to the conditions of market relations. The market mechanism functions in all spheres of the social and economic life of society. In foreign countries, the marketing concept of production and sales management has become widespread. The issue of reforming the healthcare sector is complex and affects a lot of aspects of healthcare. Using a marketing activities we can get the necessary information about which medical services are in demand by patients, how much they are willing to pay for them, where the highest demand for specific medical services, how to increase the volume and quality of medical services that will enable higher incomes than competitors.

First, we define the essence of marketing, its capabilities and the main directions of use in the practical work by medical institutions and enterprises. A well-known American expert in marketing, Philip Kotler, defines marketing as "a kind of human activity aimed at satisfying needs and needs through exchange" [6]. In modern interpretation, the concept of marketing includes the processes of planning and implementing the idea, pricing, promotion and implementation of ideas, goods and services through an exchange that meets the goals of individuals and organizations. In the field of healthcare, the American Medical Association defined marketing as "an integrated process of planning, economic justification and management of the production of health services, pricing policy in the field of treatment and prevention, promotion of services (medical products) to consumers, and management of their implementation." It is important to note that the subjects of the medical business produce specific goods in the form of health services. In turn, medical services differ from most others, for example, by the ratio of supply and demand. The organization of advancement of paid medical services is specific.

These circumstances give rise to the need of applying marketing communications in the medical business industry. The author Y. Sharabichev formed [7], five branches of marketing in the health care system: 1) promotion of medical services; 2) promotion of medicines; 3) promotion of medical equipment; 4) promotion of modern medical technologies; 5) promotion of scientific ideas.

The most effective use of the marketing concept can be achieved only with a holistic approach, which assumes a marketing mix ("marketing mix," four P ") and includes: Product, Price, Promotion and place (distribution). Advertising is included in the sub complex of promotion of medical services. Promotion of medical services is understood as a set of various activities to bring information about the merits and usefulness of medical services to potential consumers and to stimulate their desire to become consumers of medical services. Advertising in the medical field is aimed at promoting the human body as an object of medical activity and the target effect on the health status as an object. Since we are talking about advertising medical services, it should be noted that art. 49 of the Constitution of Ukraine fixes the right of every citizen to protect health and medical care, the content of which, in particular, constitutes the right to medical services. In the Fundamentals of Health Legislation, there are finally definitions of

medical care, medical services. A medical service is defined as a service that is provided to a patient by a health care institution or a natural person who is an entrepreneur who has been registered and received a license to conduct economic activities in medical practice in accordance with the procedure established by law, and is paid for by the customer [1].

In fact, this definition does not disclose the distinctive features of services. In our opinion, the convenient nature of services, in our opinion, is the position of Antonov S.V. [8]. Thus, a medical service is a kind of professional or economic activity of medical institutions (organizations), individual entrepreneurs, who are engaged in private legal practice, including the application of special measures in relation to health (which result in improvement of the general condition, functioning of individual organs or body systems) or aimed at achieving certain aesthetic changes in appearance. Some scientists define a medical service as a technological process that goes beyond medical assistance, which is provided on a fee basis at the request of an individual [9].

To disclose the essence of advertising a medical service, we will use a definition that, in our opinion, most clearly reflects the essence of the term. Medical service - a medical intervention or a set of medical interventions aimed at the prevention, diagnosis and treatment of diseases, medical rehabilitation and having an independent finished value, as indicated by the contract or law.

There are a number of classifications of medical services. Consider the most complete of them with the help of Table 1 [10, p.73-74].

Table 1

Classification of medical services

Criterion of classification	Types of services
1	2
By level of service	- services of public health institutions; - services of public health institutions; - services of private health care institutions
By the level of the health care institution and the type of medical care which is provided	- emergency services; - primary care services; - second aid services; - services of tertiary assistance; - quaternary services; - services for medical rehabilitation; - services for hospice and hospice care; - home care and public health services
By source of funding	- services from the state and local budgets; - services rendered in the framework of obligatory medical insurance; - services provided in the framework of voluntary medical insurance; - services provided by direct financing
By functional type	- medical; - pharmaceutical; - sanitary, etc.

Criterion of classification	Types of services
1	2
By the nature of influence	- information; - consulting; - educational
By complexity	- simple; - complex; - integrated.
By the status of the consumer	- public; - collective; - individual
By appointment	- preventive; - medical; - improving; - rehabilitation.
By place in the service sector	- public health services; - private health services
По цели	- commercial; - non-commercial
By the degree of contact with the patient	- high contact; - low contact
By the status of the service provider	- services of the health care institution; - private doctor; - services in networks of automated systems
By the level of the service provider qualification	- services requiring high qualification; - services requiring low qualification
By target orientation	- preventive; - medical and diagnostic; - social
As planned	- planned nature; - emergency nature
By subjects of punishment	- pre-hospital; - medical
By the degree of interaction between the performer and the consumer of the medical service	- consulting services; - services in the form of invasive intervention; - services in the form of non-invasive interventions

This classification can serve as a guide for managers, health care organizers and marketers in their work.

Based on the analysis of literature sources [4, 6-10], one can draw a conclusion about such features of medical services that characterize it as a special legal and economic phenomenon.

1. Transforming, useful role of activity, which has a material value.
2. The impossibility of guaranteeing the achievement of a positive result.
3. The inalienable nature of the process of providing the service from the medical worker, and the beneficial effect - from the patient.
4. Irrevocability of the service.

5. Exclusivity.
6. Provision of services in direct contact.
7. Confidentiality of the activity in the provision of medical services.
8. The result can be assessed only after the provided service, but the desired result for the parties may not occur, even if the service is properly provided.

This list of features is important from the point of view of the medical service as the main element of the marketing complex in its connection with advertising. Since in accordance with the Law of Ukraine "On Advertising", advertising information about a person or goods, distributed in any form and in any way and intended to generate or maintain the awareness of consumers of advertising and their interest in such persons or goods [5]. It should be noted that, despite the coincidence of the term "consumer", the consumer of advertising medical services and the consumer of health services proper - from a legal point of view, not the same person, regardless of the fact that the legal status of both can coincide within one personality, which often happens. The status of the consumer of medical advertising is determined exclusively by the profile legislation on advertising; the rights of the consumer of advertising are expressed by the legislator through the duties of other participants in the "advertising process".

It should be noted that the legislation on the protection of consumer rights, the citizen is endowed with the status of the consumer and in the event that he has the intention to purchase a service, including a medical one. The intention to purchase a medical service is expressed, among other things, in acquaintance with information materials that are not only informational, but also advertising. Thus, the citizen-consumer in the sense of the legislation on the rights of consumers simultaneously becomes the consumer of advertising. In this case, the consumer citizen has, first, the right to information about the service and its executor. However, the obligation to provide such information lies not with the advertising producer and advertising distributor, but with the advertiser - the medical institution, etc. - as on the person ordering the production and placement of a certain advertising material; in this case, the advertiser performs in relation to the consumer his duty to provide reliable and complete information about himself and the proposed service. Of course, the consumer of advertising at some point can acquire the rights of the consumer of the service itself, in particular, the right to quality and security of service, but it can do this only simultaneously with the acquisition of the service itself. At the same time, the object of advertising can be a product (work, service), a means of its individualization, a manufacturer or seller of goods, the results of intellectual activity or an event (including sports competition, concert, competition, festival based on the risk of play, betting), to attract attention to which advertising is directed.

Ukraine ratified the International Code of Advertising Practice in 1986, the fundamental principle of which regards freedom exchange of information (established by Article 19 of the UN International Convention on Civil and Political Rights) [11]. The main goal of this Code is to ensure high ethical

standards of marketing in the framework of national laws and international rules, according to which the basic principles of advertising are:

- legality, accuracy, reliability, use of forms and methods that do not bring damage to stakeholders;
- advertising should not undermine the trust of the society and must comply with the principles of fair competition;
- advertising should not contain information or images that violate ethical, humane, moral principles;
- advertising should take into account the special sensitivity of children and not harm them.

The general requirements for advertising medical services are not formulated in the legal acts of Ukraine, however, the fifth paragraph of the sixth part of Article 21 of the Law of Ukraine "On Advertising" establishes that advertising should not contain statements that accompany the emergence or development of fear of getting sick or the worsen state of health because of non-use of medical services which are advertised. This, according to paragraph seven of Article 1 of the Law of Ukraine "On Advertising", can be interpreted as unfair advertising - advertising that introduces or can mislead consumers of advertising, cause harm to individuals, the state or society due to inaccuracy, unreliability, ambiguity, exaggeration, silence [5]. According to international legal acts, it is possible to determine the characteristics of unfair advertising of medical services.

Therefore, unfair advertising of medical services is advertising, which:

1) contains incorrect comparisons of the advertised service with the services in circulation, which are performed by other performers. We should note that the answer to the question of "correctness" or "incorrectness" of this or that comparison is not universal and is always evaluative in nature. Legislation defines the circle of persons authorized to make a decision on the correctness of the advertising material or information contained in it;

2) defames the honor, dignity or business reputation of a person, including a competitor. The concepts of honor, dignity and business reputation now do not have a legal, legislative definition and are solely doctrinal, that is, scientific in nature. Legislation only indicates that honor, dignity of the person and business reputation relate to personal non-property rights, belong to the citizen from birth or, by force of law, are inalienable and not transferable in any other way. At the same time, goodwill can belong not only to individuals (citizens), but also to legal entities. The doctrinal definition of honor and dignity characterizes them as a recognition for a person of the highest value as a being endowed with reason, will and feelings, regardless of what he thinks about himself and how others evaluate him. Thus, the difference between honor and dignity is that the individual's honor is determined through the evaluation of the person from outside, by other members of society, while the dignity is a self-evaluation of the person regardless of external evaluation. A person's business reputation is an external evaluation of his business, professional, entrepreneurial qualities, as well as other qualities and properties expressing the realization of a physical or legal person in professional activity;

3) is the advertisement of a service whose advertising is prohibited in this way, at a given time or place, if it is carried out under the guise of advertising another service, the trademark or service mark of which is identical or similar to confusion with the trademark or service mark, in respect of advertising of which the relevant requirements and restrictions are established, and also under the guise of advertising the performer of such a service. However, the law on advertising does not contain an indication of the legitimacy of the very use of a trademark or service mark. That is, it does not regulate cases when an organization that carries out several activities, including a medical one, has registered the registration of a trademark or service mark, having registered such trademark for several classes of the International Classifier of Goods and Services (ICGS), including medical services .;

4) is an act of unfair competition in accordance with the antimonopoly legislation. According to Art. One of the Law of Ukraine "On Protection from Unfair Competition" [12], unfair competition is any action in competition, contrary to trade and other honest customs in economic activities. According to the said normative act, entrepreneurial activity, including medical, must be carried out on a competitive basis, and unfair competition is not allowed.

In accordance with Art. 26, 27 of the Law of Ukraine "On Advertising" the infringement by the advertiser, advertisement producer or advertising distributor of advertising legislation (improper advertising or refusal of counter advertising) is punishable by an administrative fine in the amount of 5 times the cost of the placed advertisement [5]. The Law of Ukraine "On Protection from Unfair Competition" contains rules on responsibility for the dissemination of misleading information (Article 151) [12]. Often such information takes place in advertising, especially relative to the manipulation of the results of the demand for a limited number of people, etc. Such information puts the advertiser in a more convenient position compared with the contract. Now the law provides for responsibility for misleading through not only unreliable information, but also inaccurate or incomplete information (for example, pulled out of the context), which create an erroneous impression regarding certain goods or services. Interesting is the experience of a single court case initiated on the fact of violation of the law "On advertising" concerning medical services. Therefore, on the example of the decision of The Supreme Economic Court of Ukraine from 07.02.2017 in the case No. 926/1778/15, we can analyze the most significant violations of the Law "On Advertising", which should be supplemented in connection with the health care reform. Regarding the resolution, the case of advertising "Clinic of eye microsurgery" "Your View", anti-competitive actions were applied in a highly competitive market, as the center's advertisements used references to the exclusivity of clinic services that did not correspond to reality. For example: «We are the only ones possessing all modern cataract treatments ». The court ordered the clinic to publicly refute this information in the newspapers "Our City", "Vid i Do", "ZR inform" - that corresponded to article 21 of the Law of Ukraine "On Advertising". Legislative advertising of medical services is not prohibited and

practically not regulated in Ukraine, that gives imaginary freedom for health care organizers. Remember the main principles of advertising in accordance with the International Code. Thus, using the "from back" method - "starting from the opposite", we formulate a number of provisions that can improve the advertising legislation of Ukraine with the purpose of full-fledged and legal functioning of advertising of medical services:

- Advertising medical services, clinics, methods of diagnosis, prevention, treatment and rehabilitation should be done in such a way that it was clear that the presented message is advertising, and the product is curative.

- Advertising should not contain references to therapeutic effects on diseases that are not amenable to treatment or difficult to treat.

- Advertising should not contain statements that the therapeutic effect is guaranteed.

- Advertising should not contain changes in the human body or its parts in the wake of injuries, illness. That is especially important in the conditions of plastic surgery of the wounded during the fighting.

- Advertising should not contain references to the uniqueness, exclusivity of the service / clinic and the greatest effectiveness among identical services.

- Advertising should not contain images, names of popular people, characters of film, television and animation films, authoritative organizations. These provisions may not be extended to advertising, which is placed in specialized publications intended for medical institutions and doctors, and distributed at seminars, conferences, symposiums of medical direction. Since different means of marketing communication can, as a rule, complement each other effectively, in real market situations, it is usually most expedient to use integrated marketing communications that combine several elements of the marketing complex. In addition to legal proposals, we also offer an innovative approach to medical marketing, which is a composite model of the world's best practices and developed for the Ukrainian market of medical services, therefore, does not contradict the legislative framework and improves the quality of advertising services, the multi-line approach of health workers to marketing and attracting customers. At the same time, we have to remember that the main thing in marketing is advertising of high-quality products that will benefit the client. For the advancement of medical services, as well as for any other commodity, an integrated approach is needed, i.e. a combination of various advertising media - television, radio, print media and outdoor advertising, promotion on the Internet and, possibly, other methods. This approach becomes relevant due to the high competition and the abundance of advertising messages. The approach we recommend to planning a marketing strategy in healthcare includes the basis of a "full policy circle" that must be continuous and permanent. For effective marketing, the manufacturer of services should take into account seven consecutive steps that are aimed at a full-fledged market analysis (Fig. 1).

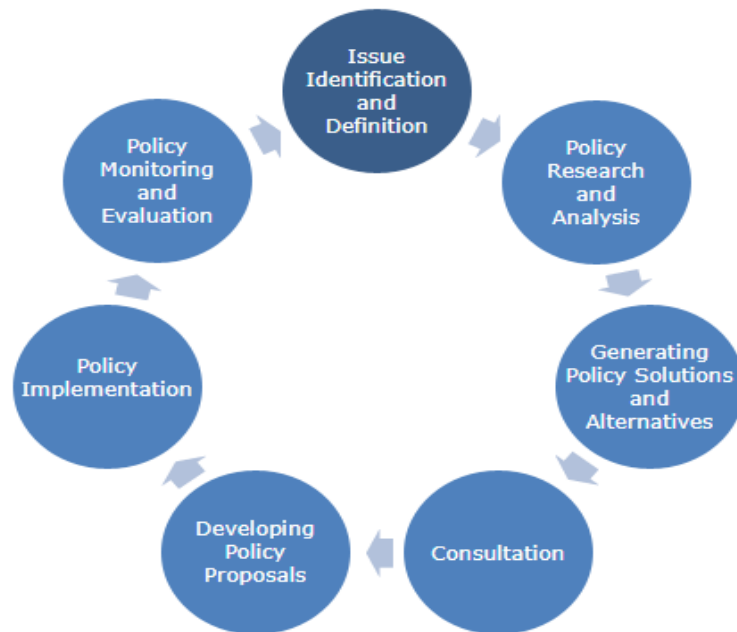


Fig. 1. Stages of market analysis

These stages of marketing analysis contribute to increasing the level of congruence of the "good" to the market demand. The first stage is the identification and analysis of the problem. The provider of health services should analyze the demand market and determine the basic needs of "buyers". Then the sources of information should be selected. The researcher must collect secondary and primary data, or both. The next step - gathering information and storing it - is carried out in accordance with the research program and is a technical moment. It is better to store information in the form of databases. After the initial screening of problems and demand, it is necessary to make a second stage - a thorough and in-depth analysis of the situation and answer the following questions: will the product (goods / service) be able to solve the problem of locus buyers? what can attract the buyer's attention to the product (product / service); which methodologies of product promotion should be applied in the locus. The third stage is generating tasks and solutions. Based on the information obtained earlier, it is worth designing the final goal, which will correspond to the solution of the chosen problem. At this stage, the producer of the product (goods / services) must take into account the alternatives that the competitor can offer. It is important to remember the process of decision-making "decision-making process". The fourth stage is consultation. It is extremely important not to forget that counseling must take place not only with colleagues and with like-minded people. The product manufacturer is obliged to cover such a circle of stakeholders, which will be as informative as possible. Consultations with stakeholders can take place in various forms: online survey, personal interviews, public meetings and discussions. In the health care system, it is customary to consider doctors and patients as stakeholders. However, in marketing this concept becomes much broader, as the producer of the product must take into account / hear the opinion of professional marketers, specialists of other

spheres who are not exposed to health care. The fifth stage is the development of proposals and advertising moves. Qualitative visual, verbal and non-verbal products, which are created in accordance with the legislation - guarantee a successful marketing campaign. The creative approach to making advertising messages is generally very effective, but it may not always be appropriate to promote medical services. To advertise any preventive, innovative or simple dental services, the use of such tools will be beneficial; and when we talk about the promotion of something more serious, it is better to focus on the professionalism and solidity of the company. If the company has sufficient resources, it will be extremely useful to conduct market research of the market in order to more accurately and definitely identify the target audience, which determines the further tools and methods of promotion. A correct and reasonable choice of advertising media and methods significantly increases the effectiveness of the advertising campaign and reduces its budget. The sixth stage is direct advertising activity, which is necessarily accompanied by monitoring and analysis with a flow reaction. At the end of the advertising period, it is necessary to screen the results achieved and start analyzing the subsequent problems. These steps to improve the advertising of the product of medical services are an integral part of medical (clinical) audit. An audit of an activity / clinic, in fact, resembles a competent diagnosis in the process of working with patients. Perhaps it takes a little more time and requires a high level of professionalism of the doctor, but later it saves time and money on the empty treatment of symptoms. It's the same with the medical business - you can spend a lot of time and money on pinpointing patients and individual promotional tools, but this will not solve the global problem with the number of patients and will not be able to bring the clinic to a new level of work. Only a holistic view of where the clinic is now, how patients perceive it and where it wants to "come" will help make real changes and a jump in the income level of the clinic. Effectively selected advertising can support the formation of trust in patients to a medical facility (doctor) and medical personnel.

The sociological survey of residents in Vinnytsia (the total number of respondents was 250 people, elder then 18, gender equality of sex ratio observed) was held during November-December of 2017. It was found that 38% of respondents choose a clinic or doctor where they plan to get treatment, on the advice of friends, relatives;

24% - follow the advertisement on city boards and advertisements about services in municipal transport; 12% of respondents use the Internet to find a doctor or clinic; 26% of respondents found it difficult to answer, since they use their family doctor for more than 3 years. Based on these results, it can be concluded that 36% of respondents trust the means of advertising in the search and selection of medical services. At the same time, data on self-treatment of patients is interesting: 45% of respondents at least once were treated independently (without the supervision of a doctor), 51% - are regularly treated independently and only in extreme cases they turn to doctors, 4% - never treated without a doctor's supervision. This shows, on the one hand, the low level of confidence in medical

workers, and on the other hand, the low level of control and effectiveness of government programs to increase the mandatory provision of medical services for the population. Nevertheless, we managed to find out that effective advertising of a medical, diagnostic service can attract a patient.

In the poll: "What do you pay attention to in advertising of medical services, goods first of all?" : 43% of respondents answered - the content and context of the semantic message; 21% - on color registration and design decision of advertising; 24% - on price actions and offers; 12% - do not pay attention to advertising, because don't trust it. Based on the polls conducted, we formed a vision of effective marketing tools for health care in Ukraine in the context of health care reform.

The general direction of the marketing campaign directly depends on the status and size of the clinic. Various discount programs benefit in the middle price segment, but under the VIP status they are inappropriate. Unexpected gifts or bonuses when buying a service will enhance the company's appeal in the eyes of the consumer. With the advancement of the clinic with a widespread network of branches, it is worth emphasizing the image of the brand. When advertising is a small cabinet, whose clients are mostly residents of the district - on the schedule of work and convenience of location. The advertising messages themselves should also be placed in the nearest stores and organizations, or, if selected in the Internet, include a territorial feature. Every advertising campaign in the modern world should include elements of promotion in the Internet, and this is especially true for the promotion of medical services. When choosing a doctor, most people are guided, first, by the recommendations of friends and acquaintances, or, if it is inconvenient or inappropriate, it seeks advice on forums and reviews about clinics in the Internet. This habit opens up the widest opportunities for the advancement of medical services in the network. Hidden advertising on the forums of the relevant direction, in communities or social networks is becoming increasingly popular now. When choosing this method, the main thing is not to "overdo it" - advertising should be accurate, unobtrusive and timely, which involves regular visits to the mentioned portals. You can bring some insignificant flaw or unnecessary details in order to increase the plausibility of the message. The online consultations with doctors, which can be placed on the official website of the company or at a specialized forum, mentioning the name of the doctor, his position, academic rank and place of work, are great benefit. Even if the client currently does not intend to go to the clinic, but simply examines the symptoms or treatments, he will remember the name of the organization and is more likely to use its services, if necessary, rather than competitors. At the same time, it is important that the articles are written in an understandable simple for consumer language and are devoted to quite interesting topics. You can also place the above-mentioned online consultations or a reception appointment, talk about participation in charity events or sponsorship, if any. It is necessary to use the optimization of the site for search engines - this increases the number of visitors, and at a qualitative level: according

to various sources, from 70 to 90% of those who visited the site are part of the target audience.

Conclusions. In connection with the implementation of market reforms in Ukraine, accompanied by the emergence, development and strengthening of competition among economic entities involved in medical, preventive production activities, they have to learn new methods of working in the market of medical goods and services in order to use resources which make work more efficiently, increase profits and more fully satisfy the growing demands of consumers. Advertising of medical services has a number of features, which are worth remembering, in particular: regulatory acts provide for conditions and restrictions on advertising of medical services and medicines. Strict competition among specialized medical institutions and a natural desire to attract as many solvent patients as possible quite often cause violation of the legislation on advertising, as well as the competition legislation of Ukraine.

Summarizing the above, we can conclude that advertising - a powerful tool for competition, the way to offer product, as well as the right to choose the optimal conditions of the manufacturer. It does not stand still, changing all over, is enriched with new forms of information, techniques, tricks that make it more targeted, more convincing. This contributes to the growth of the supply of goods on the market, also obliges the producer to increase the quality of the products and the conditions for their acquisition. Accordingly, the development of healthy competition is achieved when the market is saturated with goods and services. Without competition, market relations are theoretically unthinkable, but practically impossible. Thus, after analyzing the current legislation in the field of advertising of medical services, it can be argued that the advertising legislation has not been sufficiently elaborated and represents the absence of a legal framework in which activities are not only possible but also quite effective. The new law "On Advertising" should take into account the practice of violating the previous legislation on advertising, introduce quite specific restrictions on the advertising of medical services, which in part should be recognized as justified.

References

1. On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Improving Legislation on Activities of Health Care Institutions of Ukraine Law of Ukraine No. 200-VIII dated April 6, 2017 // Bulletin of the Verkhovna Rada.-2017.- No. 21.-st.245)
2. On State Financial Guarantees for the Provision of Medical Services and Medicines: Law of Ukraine dated April 10, 2017 [Electronic resource] .- Mode of access: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=61566
3. The Commercial Code of Ukraine: Law of Ukraine No. 36-IV dated 16.01.2003 [Electronic resource] // Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine. - Mode of access: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/436-15>
4. Porter M. Competition. - М .; St. Petersburg; Kiev: Williams, 2nd ed. - 2006 - 608 pp.

-
5. About advertising: Law of Ukraine N 271/96-BP dated 03.07.96 // Bulletin of the Verkhovna Rada of Ukraine .- Mode of access: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0 % B2% D1% 80 / page](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80)
 6. Kotler F., Keller K. L. Marketing Management. - St. Petersburg: Peter, 2007
 7. Sharabchiev Yu. T. Some socio-economic problems of management of healthcare abroad // Health care. Belarus .- 1994.- N3.- P. 35-38.
 8. Romanov A., Kevorkov V. Marketing and competitiveness of the medical organization. -М .: KnorRus, 2013.- 360 p.
 9. Zharlinska R. Medical service: economic and legal content / R.Zharlinska, O.Verlan-Kulenshenko, A.Mishchuk // Economic and Legal Paradigm of Modern society .- 2017.- Issue 2.-S.65-75
 10. International Code of Advertising Practices [Electronic resource] .- Access mode: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/988_010
 11. On Protection Against Unfair Competition: The Law of Ukraine of June 7, 1996 // Vidomosti of the Verkhovna Rada of Ukraine. - 1996. - No. 36. - Art. 164

УДК 331.2

Наумова Марина Анатоліївна

кандидат фізико-математичних наук, доцент,
доцент кафедри математики і математичних
методів в економіці Донецького національного
університету імені Василя Стуса (м. Вінниця)



Коваленко Аліна Віталіївна

студентка Донецького Національного
Університету ім. Василя Стуса (м. Вінниця)



ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В УКРАЇНІ

Наумова М. А., Коваленко А. В.

PECULARITIES OF REGULATION OF EMPLOYMENT PAYMENT IN UKRAINE

Naumova M. A., Kovalenko A. V.

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ В УКРАИНЕ

Наумова М. А., Коваленко А. В.

У статті розглянуто актуальні аспекти регулювання заробітної плати та наведено основні визначення цієї категорії з боку державного регулювання. Висвітлено проблеми, що існують на етапі державного регулювання та проаналізовано середній рівень заробітної плати у деяких видах професій в Україні та за кордоном. Наведено порівняння рівнів середньої та мінімальної заробітної плати, а також заборгованості по заробітній платі в Україні за 2014-2016 роки. Побудовано кореляційно-регресійну модель залежності розміру середньомісячної заробітної плати від чинників, які впливають на нього.

Ключові слова: заробітна плата, державне регулювання, мінімальна заробітна плата, заборгованість, дохід, індекс.

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

The article considers the actual aspects of wage regulation and points the main definitions of this category on the part of state regulation. The problems that exist at the stage of state regulation are analyzed and the average wage level is analyzed in some professions in Ukraine and abroad. The comparison of the levels of average and minimum wages, as well as wage arrears in Ukraine for 2014-2016 is given. The correlation-regression model of the dependence of the size of the average monthly wage on its influencing factors is created.

Key words: wage, state regulation, minimum wage, arrears, income, index.

В статті розглянуті актуальні аспекти регулювання заробітної плати та приведені основні визначення цієї категорії з боку державного регулювання. Освітлені проблеми, що існують на етапі державного регулювання та проаналізовані середній рівень заробітної плати в деяких видах професій в Україні та за кордоном. Проведено порівняння рівнів середньої та мінімальної заробітної плати, а також заборгованості по заробітній платі в Україні за 2014-2016 роки. Побудовано кореляційно-регресійну модель залежності розміру середньомісячної заробітної плати від факторів, що на неї впливають.

Ключевые слова: заробітна плата, державне регулювання, мінімальна заробітна плата, заборгованість, дохід, індекс.

Постановка наукової проблеми (Introduction). В умовах кризової ситуації, що існує сьогодні в Україні проблема регулювання заробітної плати є водночас актуальною та складною проблемою. Великий спектр форм власності на найману працю та засоби виробництва зумовлює необхідність регулювання державою відносин з приводу оплати праці через нормативно-правові механізми державних гарантій та оподаткування, та ніяк не через втручання в дану сферу на рівні підприємства чи організації. Задля цього на державному рівні мають бути такі дійові механізми, що могли б забезпечити безпосереднє виконання першочергових вимог законодавчих та нормативних актів та перешкоджали б їх ігноруванню. Проте, у кризовій ситуації, яка склалася на сьогодні в Україні це є практично неможливим. В країнах Європи відсутність державного регулювання не настільки негативно впливає на добробут людей, аніж в Україні.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Дослідженням проблеми регулювання заробітної плати та визначенням ролі держави в цій сфері присвячено роботи таких вчених як Шляга О., Пархоменко Л. [1], Попівняк Р. [2] Соколик М. [3], Чорний А. [4], Козар К. [5], Сьомченко В. [6], Шульгінова Л., Мельот І. [7]. При цьому дослідження рівня заробітної плати та регулювання цієї категорії з боку держави потребує подальшого розгляду.

Метою статті (Main purpose of the article) є аналіз проблеми регулювання заробітної плати в Україні та факторів, які впливають на розмір середньомісячної заробітної плати.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Державне регулювання оплати праці – це сукупність способів визначення правил, процедур, нормативів, норм і гарантій оплати праці на основі ухвалення певних нормативних актів і контролю за їх дотриманням органами влади [8]. Державне регулювання оплати праці визначає встановлення державою потрібних норм оплати праці, що є неодмінними для сторін, які заключають трудовий договір.

Система державного регулювання заробітної плати охоплює:

- визначення мінімального розміру оплати праці;
- збільшення рівня реального значення заробітної плати;
- забезпечення одержання робітником заробітної плати у випадку припинення діяльності роботодавця і його неплатоспроможності;
- державне контролювання і нагляд за цілковитою і вчасною виплатою заробітної плати;
- заборону оплати праці в натуральній формі;
- регулювання розміру податків заробітної плати й інших різновидів трудових доходів;
- гарантію дотримання законодавства у галузі оплати праці [8].

Водночас органи державної влади практично регулюють умови за яких здійснюється оплата праці робітникам, що працюють у бюджетному секторі економіки на підставі законодавчих та інших нормативно-правових актів. У такий спосіб, держава реалізовує заходи щодо регулювання заробітної плати на таких рівнях:

1) визначає державні гарантії, що забезпечують взаємодію всіх роботодавців і працівників в цілях вироблення і узгодження умов оплати праці;

2) безпосередньо здійснює державні гарантії, встановлені працівникам організацій державного сектора економіки, що фінансуються з бюджетів різних рівнів [9].

Як відомо, заробітна плата – це винагорода працівникові за виконану роботу з урахуванням її складності та умов, професійних і ділових якостей виконавця, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [9]. Однією із основних складових регулювання заробітної плати на державному рівні є визначення і гарантія мінімальної заробітної плати. Що ж до мінімальної заробітної плати, то це встановлений розмір заробітної плати за просту, некваліфіковану працю, нижче якого не може проводитися оплата за виконану працівником місячну, а також погодинну норму праці (обсяг робіт) [6]. Розрізняють також номінальну заробітну плату – це сума грошових коштів, що отримує працівник за виконану ним роботу відповідно до кількості та якості результатів праці, та реальну заробітну плату, яка

відображає об'єм матеріальних та духовних благ, які працівник може придбати за номінальну заробітну плату. В свою чергу розмір реальної заробітної плати залежить від розміру номінальної заробітної плати та рівня цін на товари та послуги. Якщо брати до уваги, що метою державного регулювання оплати праці є забезпечення найманим працівникам купівельної спроможності їх заробітної плати, то вплив на мінімальну заробітну плату має стати основою державного регулювання рівня заробітної плати. Не включаються до мінімальної заробітної плати доплати, надбавки, премії та інші компенсаційні виплати.

За даними Кабінету Міністрів України рівень мінімальної заробітної плати змінювався в ретроспективі зі останні десять років таким чином: 2008 рік – 545 грн., 2009 рік – 650 грн., 2010 – 907 грн., 2011 – 985 грн., 2012 рік – 1118 грн., 2013 – 1147 грн., 2014 рік – 1218 грн., 2015 рік – 1378 грн., 2016 – 1600 грн., 2017 рік – 3200 грн [8].



Рис. 1. Динаміка зміни мінімальної заробітної плати в Україні грн. (2008-2017 рр.)

Значно зростає рівень мінімальної заробітної плати в 2017 році – 3200 грн. у порівнянні з 2016 роком – 1600 грн. Проте, таке підвищення рівня мінімальної заробітної плати, а саме подвоєння, не несе позитивних змін і лише збільшує частку населення, що живе за межею бідності. Адже, підвищуючи рівень мінімальної заробітної плати, притягується проблема зростання рівня безробіття через те що відбувається скорочення низькокваліфікованих робітників. Наслідки можуть бути ще гіршими, оскільки безробітні потребують матеріальної допомоги, яку зазвичай стягують з додаткових податків, а це в свою чергу тягне за собою відсутність стимулу працювати та створення додаткових робочих місць. Таким чином, збільшення безробіття буде цілком закономірним явищем, у зону ризику та занепаду попадають малі та середні приватні підприємства.

На сьогодні видно, що рівень мінімальної заробітної плати постійно зростає. Проте, це ніяк не каже що добробут населення України покращується, оскільки високий рівень інфляції сильно знецінив українську валюту, а розмір середньої заробітної плати ніяк не покриває витрати на споживчий кошик населення.

Таблиця 1

Порівняння мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму [9]

Період	Мінімальна заробітна плата	Прожитковий мінімум			
		Працевдатні особи	Індекс перевищення прожиткового мінімуму над мінімальною заробітною платою	Загальний показник	Індекс перевищення прожиткового мінімуму над мінімальною заробітною платою
з 01.01.2013 до 31.12.2013	1218,00 грн.	1218,00 грн.	0.00	1176,00 грн.	+42.00
з 01.01.2014 до 31.12.2014	1218,00 грн.	1218,00 грн.	0.00	1176,00 грн.	+42.00
з 01.01.2015 до 31.12.2015	1378,00 грн.	1378,00 грн.	0.00	1330,00 грн.	+48.00
з 01.01.2016 до 31.12.2016	1600,00 грн.	1600,00 грн.	0.00	1544,00 грн.	+56.00
з 01.01.2017 до 30.04.2017	3200,00 грн.	1600,00 грн.	+1600.00	1544,00 грн.	+1656.00
з 01.05.2017 до 30.11.2017	3200,00 грн.	1684,00 грн.	+1516.00	1624,00 грн.	+1576.00

У період з 2012 до 2016 року індекс прожиткового мінімуму не перевищував мінімальну заробітну плату, він прирівнювався до 0. Мінімальна заробітна плата дорівнювала прожитковому мінімуму працевдатних осіб 1218 грн. у 2013 та 2014 роках, 1378 грн. – у 2015 році, 1600 грн. – у 2016 році. Так, позитивна динаміка зміни, а саме додатний індекс прослідковується лише з 2017 року., коли прожитковий мінімум працевдатних осіб склав 1600 грн., а мінімальна заробітна плата зросла до 3200 грн. Аналізуючи загальний показник перевищення індексу прожиткового мінімуму над мінімальною заробітною платою, то можна спостерігати позитивні зрушення: у 2013 та 2014 році він складав +42. У 2015 році +48 та + 56 – у 2016 році. На початок 2017 року загальний індекс перевищення прожиткового мінімуму становив +1656. Та це відбувається лише за рахунок того, що загальний показник прожиткового мінімуму нижчий, аніж показник прожиткового мінімуму працевдатних осіб.

З даних таблиці видно, що в порівнянні із 2014 роком відбувається зростання рівня середньої заробітної плати в усіх видах діяльності. Значно підвищилася середня заробітна плата у сфері інформації та телекомунікацій більш ніж на 4000 грн., на 3000 змінився і розмір середньої заробітної плати у сфері професійної та науково-технічної діяльності та на 2016 рік склав 8060 грн., для порівняння у 2014 році – 5290 грн. Незначні позитивні зрушення відбуваються у розмірі заробітної плати у сфері освіти, лише на 1000 грн., у 2014 році вона становила 2745 грн., на 2016 рік – 3769 грн..

Таблиця 2

Розмір середньої заробітної плати в Україні за 2014-2016 роки у наступних видах діяльності (тис. грн)

Вид діяльності	2014	2015	2016
Усього	34489	46642	60115
Промисловість	3988	4789	5902
Будівництво	2860	3551	4731
Авіаційний транспорт	11967	18470	24688
Інформація та телекомунікації	5176	7111	9530
Професійна, наукова та технічна діяльність	5290	6736	8060
з неї наукові дослідження та розробки	4268	4972	6119
Освіта	2745	3132	3769
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	2463	2853	3435

Джерело: створено авторами на основі [10]

Така ж ситуація спостерігається в сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги, у 2014 році середній розмір заробітної плати на 2014 рік становив 2463 грн., у 2015 відбулося підвищення до 2853 грн., що на 390 грн. більше в порівнянні із 2014 роком, та у 2016 році відбулося збільшення до 3435 грн., що на 582 грн. більше в порівнянні із попереднім роком. Таким чином, можна стверджувати, що найбільш високооплачуваною є праця у сфері авіаційного транспорту – 24688 грн., а найнижчою у сфері освіти та охорони здоров'я, 3769 грн. та 3435 грн. відповідно за показниками 2016 року.

Для прикладу із закордонного досвіду у перерахунку на українську валюту: адміністратор туристичної фірми в Україні отримує 4000-8000 грн, у Латвії – 28000-34000 грн; інженер-електроніки в Україні отримує 6000-12000 грн, а у Німеччині – 60000-90000 грн; зварник в Україні – 4000-8000 грн, а у Польщі – 16000-25000 грн, менеджер по закупівлі – 6000-20000 в Україні, та 20000-32000 – в Казахстані; (Львівська консалтингова група 2016 р.) [11]. Згідно цих даних, рівень середньої заробітної плати в Україні в середньому у 7 разів є нижчим за рівень середньої заробітної плати у країнах Європи.

Грунтуючись на щорічних даних Державної служби статистики України за 1995-2016 рр. [9], проаналізуємо вплив різних чинників на величину середньомісячної заробітної плати (Wage, грн) використовуючи кореляційно-регресійний аналіз.

Динаміку величини середньомісячної заробітної плати за 1995-2016 рр. можемо бачити на рис. 2.

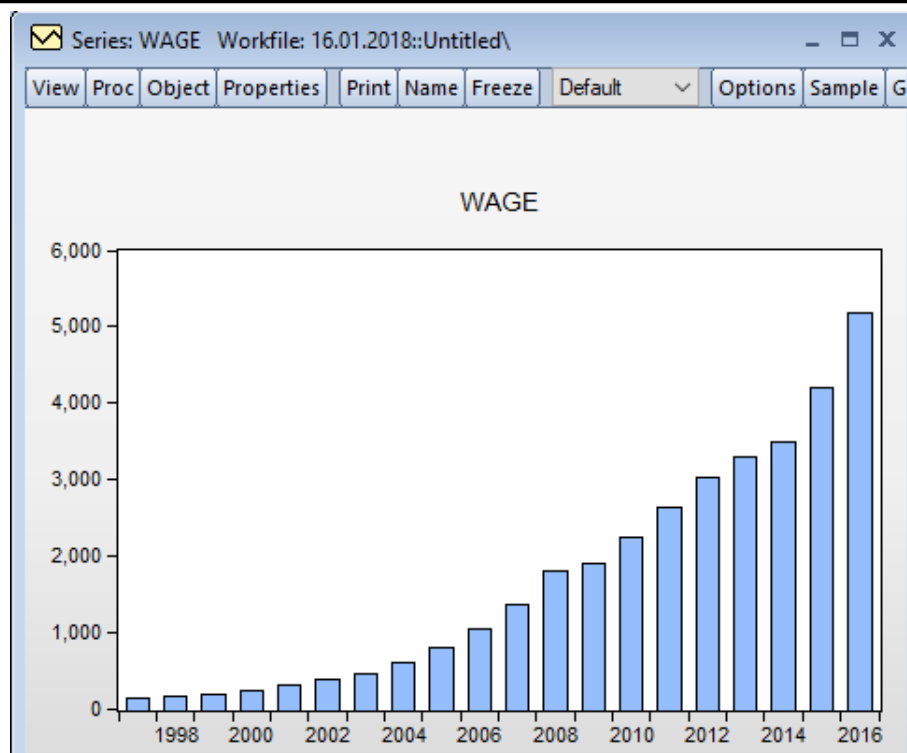


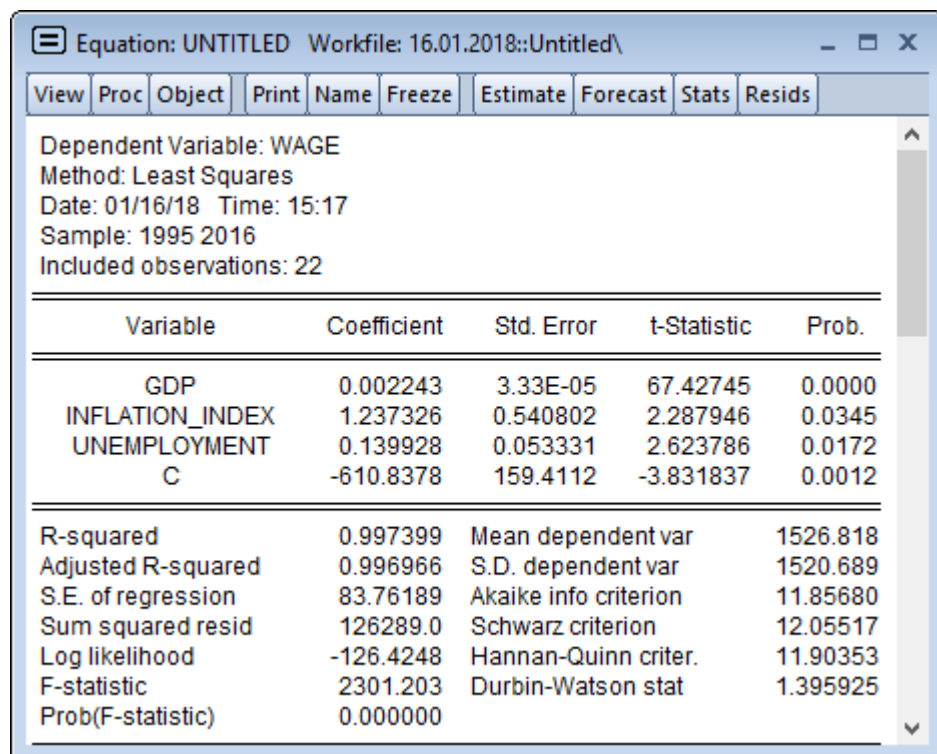
Рис. 2. Динаміка величини середньомісячної заробітної плати за 1995-2016 рр.

Після відбору факторів за допомогою обчислення коефіцієнтів кореляції та попередньої побудови регресійних моделей, залишилось три фактори: внутрішній валовий продукт (GDP, млн. грн), індекс інфляції (Inflation index, %) та чисельність безробітного населення (Unemployment, тис. осіб) (рис. 3).

Group: UNTITLED Workfile: 16.01.2018::Untitled\				
View	Proc	Object	Print	Name
Freeze	Default	Sort	Edit+/-	
	WAGE	GDP	INFLATION_...	UNEMPLOY...
1995	73	54516	281.7	1437.0
1996	126	81519	139.7	1997.5
1997	143	93365	110.1	2330.1
1998	153	102593	120.0	2937.1
1999	178	130442	119.2	2614.3
2000	230	176128	125.8	2655.8
2001	311	211175	106.1	2455.0
2002	376	234138	99.4	2140.7
2003	462	277355	108.2	2008.0
2004	590	357544	112.3	1906.7
2005	806	457325	110.3	1600.8
2006	1041	565018	111.6	1515.0
2007	1351	751106	116.6	1417.6
2008	1806	990819	122.3	1425.1
2009	1906	947042	112.3	1958.8
2010	2239	1120585	109.1	1785.6
2011	2633	1349178	104.6	1732.7
2012	3026	1459096	99.8	1657.2
2013	3282	1522657	100.5	1576.5
2014	3480	1586915	124.9	1847.6
2015	4195	1988544	143.3	1654.7
2016	5183	2385367	112.4	1678.2

Рис. 3. Вхідні дані моделі за період з 1995 по 2016 роки

Припустимо, що між даними величинами існує лінійний взаємозв'язок, визначимо коефіцієнти рівняння регресії. Для цього скористаємося програмою Eviews (рис. 4).

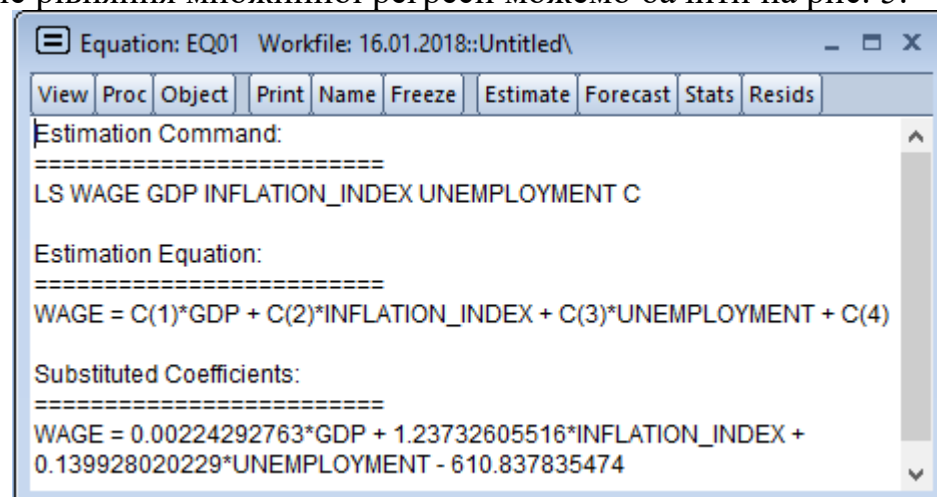


Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
GDP	0.002243	3.33E-05	67.42745	0.0000
INFLATION_INDEX	1.237326	0.540802	2.287946	0.0345
UNEMPLOYMENT	0.139928	0.053331	2.623786	0.0172
C	-610.8378	159.4112	-3.831837	0.0012

R-squared	0.997399	Mean dependent var	1526.818
Adjusted R-squared	0.996966	S.D. dependent var	1520.689
S.E. of regression	83.76189	Akaike info criterion	11.85680
Sum squared resid	126289.0	Schwarz criterion	12.05517
Log likelihood	-126.4248	Hannan-Quinn criter.	11.90353
F-statistic	2301.203	Durbin-Watson stat	1.395925
Prob(F-statistic)	0.000000		

Рис.4. Визначення коефіцієнтів лінійної регресії методом найменших квадратів

Лінійне рівняння множинної регресії можемо бачити на рис. 5.



Equation: EQ01 Workfile: 16.01.2018::Untitled\

View Proc Object Print Name Freeze Estimate Forecast Stats Resids

Estimation Command:

=====

LS WAGE GDP INFLATION_INDEX UNEMPLOYMENT C

Estimation Equation:

=====

WAGE = C(1)*GDP + C(2)*INFLATION_INDEX + C(3)*UNEMPLOYMENT + C(4)

Substituted Coefficients:

=====

WAGE = 0.00224292763*GDP + 1.23732605516*INFLATION_INDEX + 0.139928020229*UNEMPLOYMENT - 610.837835474

Рис. 5. Рівняння множинної регресії

Множинний коефіцієнт детермінації дорівнює: $R^2 = 0,99$. Це означає, що дисперсія результативної ознаки Wage, пояснюється на 99% впливом змінних рівняння. Тобто, зміна величини середньомісячної заробітної плати на 99% пояснюється впливом обсягу внутрішнього валового продукту, індексу інфляції та чисельності безробітного населення, а 1% дисперсії

ознаки Wage пояснюється впливом інших, не врахованих у моделі факторів. Близькість даного коефіцієнту до 1 говорить про досить тісний зв'язок між результативною ознакою і змінними моделі.

Якість побудованої моделі графічно відображена на рис. 6. На цьому ж рисунку можна побачити і графік залишків моделі.

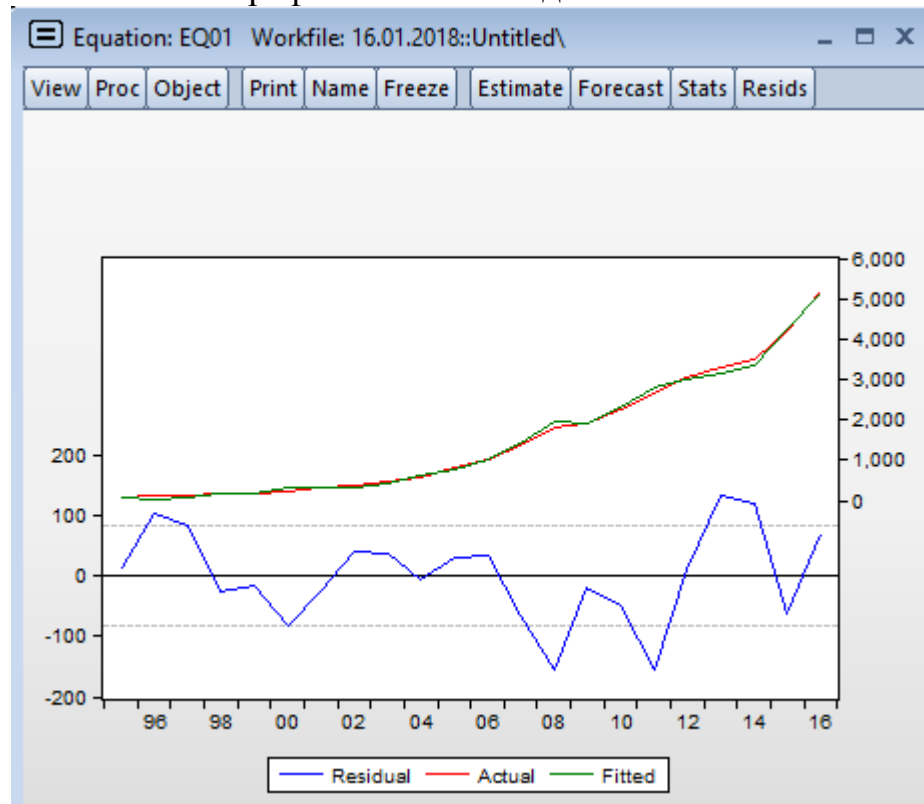


Рис. 6. Графічний аналіз побудованої регресійної моделі

Перевіримо тепер побудовану нами регресійну модель на адекватність за допомогою критерію Фішера. Використовуючи значущість F (Prob (F-statistic)), яка вказує відсоток помилки, з якою розраховано рівняння регресії, у випадку побудованої моделі маємо $\text{Prob (F-statistic)} = 1.9147367046811\text{E-}23 < 0.05$, тобто модель вважається адекватною.

Перевіримо значущість коефіцієнтів регресії за допомогою t -статистики Стюдента. З рис. 4 маємо, що оскільки Prob для всіх коефіцієнтів регресії: $4.28542847873118\text{E-}23$, 0.0344578525277295 , 0.0172154359387384 менше, ніж 0.05 , то можна зробити висновок про їх значущість. Середня відносна помилка апроксимації моделі складає 7.4% , що говорить про хорошу якість моделі.

Для перевірки гіпотези о наявності гомоскедастичності відхилень скористаємося тестом Уайта (рис. 7). Тест Уайта передбачає, що дисперсія помилок регресії є квадратичною функцією від значень змінних. Побудувавши регресію квадратів відхилень моделі на константу, регресори, їх квадрати і попарні добутки, бачимо, що всі змінні цієї моделі не є статистично значимими, оскільки ймовірності прийняття нульової гіпотези більше 0.05 (5%). Регресія в цілому також не значуща, оскільки $P = 0.3443$.

Тобто нульову гіпотезу про гомоскедастичність приймаємо, залишки моделі мають постійну дисперсію.

Equation: EQ01 Workfile: 16.01.2018::Untitled\

ViewProcObjectPrintNameFreezeEstimateForecastStatsResids

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	1.265838	Prob. F(9,12)	0.3443
Obs*R-squared	10.71435	Prob. Chi-Square(9)	0.2958
Scaled explained SS	5.982568	Prob. Chi-Square(9)	0.7417

Test Equation:
Dependent Variable: RESID^2
Method: Least Squares
Date: 01/16/18 Time: 16:38
Sample: 1995 2016
Included observations: 22

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-434953.0	262702.1	-1.655689	0.1237
GDP^2	-1.15E-08	5.63E-09	-2.034329	0.0646
GDP*INFLATION_INDEX	-0.000447	0.000271	-1.652534	0.1243
GDP*UNEMPLOYMENT	-4.72E-05	2.72E-05	-1.738872	0.1076
GDP	0.163980	0.065712	2.495424	0.0282
INFLATION_INDEX^2	-5.376895	3.719442	-1.445619	0.1739
INFLATION_INDEX*UNEMPLOYMENT	-0.782202	0.806800	-0.969512	0.3514
INFLATION_INDEX	3379.732	2602.261	1.298768	0.2184
UNEMPLOYMENT^2	-0.018111	0.015239	-1.188489	0.2576
UNEMPLOYMENT	184.6547	111.4211	1.657268	0.1234

R-squared	0.487016	Mean dependent var	5740.408
Adjusted R-squared	0.102278	S.D. dependent var	7588.755
S.E. of regression	7190.208	Akaike info criterion	20.90178
Sum squared resid	6.20E+08	Schwarz criterion	21.39771
Log likelihood	-219.9196	Hannan-Quinn criter.	21.01861
F-statistic	1.265838	Durbin-Watson stat	3.117750
Prob(F-statistic)	0.344293		

Рис.7. Тест Уайта

Таким чином, побудовану нами лінійну модель множинної регресії можна використовувати для економічного аналізу і прогнозу. Але цю модель ми більшою мірою використали для пояснення взаємозв'язку між регресорами і результирующим показником. Результати розрахунку коефіцієнтів показують, що на динаміку величини середньомісячної заробітної плати, перш за все, впливає показник індексу інфляції, менш істотно впливає чисельності безробітного населення і найменший вплив має обсяг внутрішнього валового продукту, коефіцієнт становить лише 0,0022.

Заробітна плата є не одним, проте головним осередком доходів переважної більшості громадян нашої країни. В часи розпаду економічної кризи заробітна плата виплачувалася не в повному обсязі або ж зовсім не виплачувалася. На 2015 рік за офіційними даними Держстату України заборгованість по заробітній платі становила 21058,1 млн. грн., на 2016 рік заборгованість по заробітній платі зросла на 2453,9 млн. грн. і становила 23512 млн. грн. Що ж до 2017 року, то заборгованість зросла по відношенню до 2016 року на 3396 млн. грн. та становила 268880,9 млн. грн. Зокрема, у

листопаді 2017 року заборгованість скоротилася на 10 млн. грн. порівняно із жовтнем цього ж року (рис.8) [19].

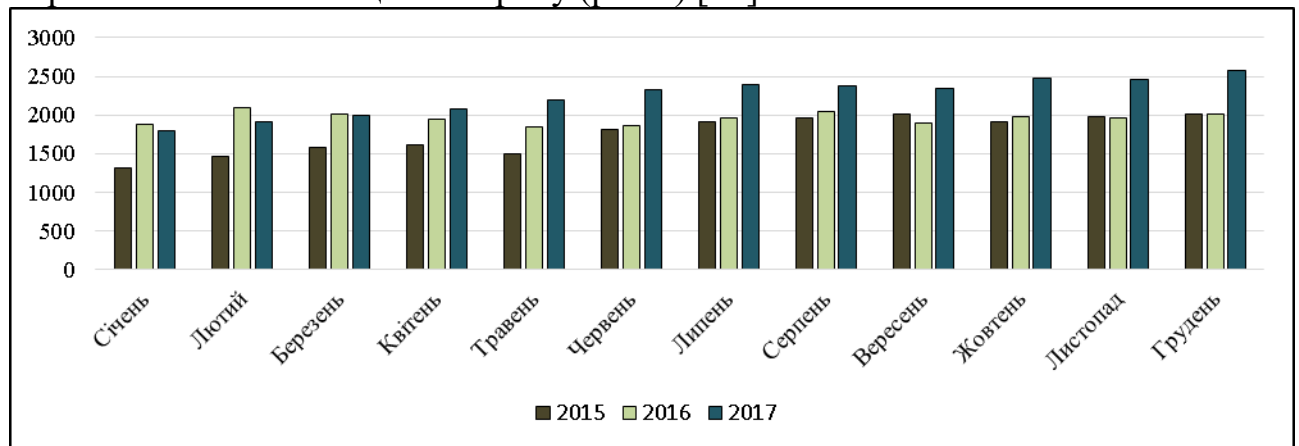


Рис. 8. Аналіз заборгованості по заробітній платі млн. грн. (2015-2017 pp.) [9].

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Проаналізувавши, особливості регулювання заробітної плати в Україні можна відзначити недосконалість механізму та узгодження її лише з мінімальними потребам населення, він не розглядає тенденції продуктивності праці, а також рівень нелегальних заробітків. Рационально покращувати й більш широко досліджувати особливості ефекту мінімальної заробітної плати на прибутки робочої частини населення: відношень мінімальної та середньомісячної зарплати, мінімальної заробітної плати й прожиткового мінімуму, швидкості економічного зростання і зміни розміру мінімальної заробітної плат.

В економічній ситуації, що існує сьогодні в Україні, потрібно в першу чергу переоцінити політику щодо того як відбувається регулювання системи оплати праці й особливу увагу спрямувати на посилення функцій держави, що контролюють за процесом створення та розподілу витрат. Потрібно реально оцінити витрати на різних рівнях національної економіки та розробити методологію щодо збільшення витрат, які реалізуються на оплату заробітної плати в Україні. Ця оцінка має налагодити співвідношення розмірів середньої заробітної плати за різними професіями, а також привести до зменшення надмірної диференціацію доходів, яка спричиняє соціальну нестабільність та низький рівень життя населення.

Список використаних джерел (References):

1. Пархоменко Л.О., Шляга О.В. Шляхи вирішення проблеми заробітної плати в Україні / Л.О. Пархоменко, Шляга О.В. // Запорізька державна інженерна академія. – 2014 р. – №477. – С. 44-52.
2. Попівняк Р.Б. Аналіз співвідношення мінімальної заробітної плати та прожиткового мінімуму / Р.Б. Попівняк // Інноваційна економіка. – 2011. – № 3. – С. 266-269.
3. Соколик М.П. Продуктивність та оплата праці за паритетом купівельної спроможності в Україні та інших країнах: порівняльний аналіз / М. П. Соколик // Економіка і прогнозування. – 2011. – №1. – С.85-103.

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

-
4. Чорний А.Н. Аналіз організації оплати праці / А. Н. Чорний // Проблеми матеріальної культури – економічні науки. – 2009. – №3. – С.72-74.
 5. Козар К.В. Удосконалення системи оплати праці персоналу на підприємстві в сучасних умовах функціонування малого та середнього бізнесу / К. В. Козар // Київський національний університет технології та дизайну. 2013. – №1(6). – С.1-6.
 6. Сьомченко В.В. Заробітна плата як соціально-економічна категорія / В. В. Сьомченко // Запорізький національний університет. – 2016. – №1(29). – С.121-127.
 7. Шульгінова Л.А. Науково-теоретичні аспекти регулювання оплати праці / Л. А. Шульгінова / ХарPI НАДУ. – 2013. – С.1-13.
 8. Кабінет міністрів України [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=247077361
 9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 10. Економічна правда [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2017/05/1/624423/>
 11. Міжнародна організація з питань міграції в Україні / Проблеми регулювання заробітної праці в Україні [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://iom.org.ua/ua>

УДК 338.242.2

Гринюк Ірина Миколаївна

аспірант кафедри обліку і аудиту Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу



ОБОРОТНИЙ КАПІТАЛ ЯК СКЛАДОВА АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Гринюк І. М.

CURRENT CAPITAL AS COMPOSITION OF THE ASSETS OF THE ENTERPRISE

Hryniuk I.

ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Гринюк И. Н.

В статті наведено класифікацію оборотного капіталу та його місце в складі оборотних активів підприємства. Наведено схему кругообігу цих складових у процесі господарської діяльності. Також наведено відмінності у підходах аналізу та управління в Україні та інших країнах світу. Наголошено на взаємозв'язку складових оборотного капіталу із кредиторською заборгованістю та співставленні величини запасів, дебіторської та кредиторської заборгованостей при аналізі та управління у закордонній практиці.

Ключові слова: капітал, оборотний капітал, оборотні активи, кредиторська заборгованість.

The article examines the classification of working capital and its place in the composition of current assets of the enterprise. The circuit of these components in the process of economic activity is presented. Differences in approaches to analysis and management in Ukraine and other countries are also presented. The interrelation of working capital components with account payables and the comparison of stocks, accounts receivable and accounts payable at the analysis and management in foreign practice are also emphasized.

Keywords: capital, working capital, current assets, accounts payable.

В статье приведена классификация оборотного капитала и его место в составе оборотных активов предприятия. Приведена схема круговорота этих составляющих в процессе хозяйственной деятельности. Также приведены различия в подходах анализа и управления в Украине и других странах мира. Отмечено взаимосвязи составляющих оборотного капитала с кредиторской задолженностью и сопоставлении величины запасов, дебиторской и кредиторской задолженностей при анализе и управления в зарубежной практике.

Ключевые слова: капитал, оборотный капитал, оборотные активы, кредиторская задолженность.

Постановка проблеми (Introduction). Не зважаючи на широку вивченість оборотного капіталу, як економічної категорії, значна кількість питань залишаються без однозначної відповіді. Різноманітність підходів до визначення складових оборотного капіталу науковцями та відмінності у методах аналізу та управління спонукають більш детально розглянути взаємозв'язки між різними складовими активів, зобов'язань та капіталу. Саме тому доцільно більш детально вивчити складові оборотного капіталу та їх взаємозв'язки із зобов'язаннями та капіталом, а також підходи, поширені у закордонній практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій (Analysis of recent researches and publications). Питання взаємозв'язків оборотного капіталу та інших складових майна підприємства розглядаються у працях зарубіжних та вітчизняних науковців-економістів: Ю. Бріггема, В. Генесам, П. Гарсія-Теруел, В. Ковалева, В. Ковальова, Ю. Кручанова, С. Масур, П. Мартінез-Солано, Дж. Міхальські, О. Михайлова, Г. Савицької, О. Стоянової, Е. Хелферта, В. Хорна та інших.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). В період євроінтеграційних процесів та гармонізації системи бухгалтерського обліку важливе значення має правильне розуміння та трактування основних активів підприємства та їх участі у господарській діяльності. Визначення суті оборотного капіталу та правильної класифікації його складових є важливим для прийняття ефективних управлінських рішень.

Мета статті (Main purpose of the article) полягає в обґрунтуванні взаємозв'язків оборотного капіталу та його складових з іншим майном підприємства з метою удосконалення процесу аналізу та управління ним.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Термін «капітал» походить від латинського «capitalis» – основний, головний. Поняття «оборотний капітал» виникло ще в XVII ст. з появою ознак первісного накопичення багатства. Першими власниками капіталу були купці, які накопичували майно шляхом обміну товарів. До основного капіталу належали кораблі та фургони з кіньми, за допомогою яких купці перевозили товар, а до оборотного капіталу – придбані товари, які будуть реалізовані в

майбутньому. Так виникло поняття «оборотний капітал», яке дійшло до сьогодення.

Оборотний капітал – це сукупність матеріальних активів та грошових коштів, як у їх прямій формі, так і у формі вкладень, які знаходяться в постійному кругообігу з метою забезпечення безперервності виробничого процесу та ліквідності підприємства, змінюючи свою матеріальну форму протягом одного операційного циклу. [1]

В процесі господарської діяльності можна виділити три групи оборотного капіталу, які матимуть суттєвий вплив на фінансовий стан підприємства:

- запаси;
- грошові кошти, в тому числі поточні фінансові інвестиції;
- дебіторська заборгованість.

Термін «оборотний капітал» в вітчизняній літературі зустрічається рідко, більш звичними і застосованими є терміни «оборотні активи», «поточні активи», «оборотні кошти», «оборотні фонди», «оборотні засоби».

Розглядаючи інші категорії, що стоять поряд із категорією «оборотний капітал», коротко обґрунтуємо їх основний зміст. Такі категорії, як «оборотні кошти» та «оборотні фонди» являються окремими економічними категоріями. Оборотні кошти (обігові кошти) являють собою грошові кошти у їх прямій формі та у формі в якій вони обслуговують фінансовий цикл, тобто кредиторської і дебіторської заборгованостей. Поняття «оборотні засоби» є трактуванням (перекладом) із російської мови, яке залишилось у вжитку після розвалу Радянського Союзу, та являється синонімом до поняття «оборотні активи». Поняття «поточні активи» являє собою ту ж економічну категорію. Категорія «оборотні фонди» являються синонімом поняття «фонди обігу» та охоплює частину складових оборотного капіталу. Термін «робочий капітал» є синонімом поняття «оборотний капітал» та включає ті ж складові.

В літературі досить часто ототожнюють категорії «оборотні кошти» та «оборотні фонди», що на перший погляд не відповідає економічній сутності даних понять. Проте, ці категорії описують одні і ті ж об'єкти, але у різних формах, набутих в процесі господарської діяльності. Ряд вчених вважають термін «оборотні засоби» неправильно перекладеним із російськомовного «средства (основные і оборотные) і пропонують вживати лише терміни «оборотні активи» та «оборотні кошти».

Проводячи аналіз понятійно-категоріального апарату, щодо визначення сутності активів, оборотних активів та їх основних складових, зокрема запасів, який наводиться у законодавстві, яке регламентує процес ведення бухгалтерського обліку дозволяє зробити висновок про однорідність економічного змісту понять «оборотні засоби» та «оборотні активи». Тобто, оборотні активи являються бухгалтерським відображення оборотних засобів.

Поняття «оборотні активи» є бухгалтерською категорією, та відображає активи підприємства з позиції ведення обліку та складання фінансової

звітності. В свою чергу, оборотний капітал більш вузька категорія. Оборотний капітал є частиною оборотних активів та включає в себе запаси, дебіторську заборгованість і грошові кошти та їх еквіваленти, в тому числі поточні фінансові інвестиції.

$$OK = ДЗ + ГК + З \quad (1)$$

$$OA = OK + \text{Інші } OA + ПБА + ВМП \quad (2)$$

або

$$OA = ДЗ + ГК + З + \text{Інші } OA + ПБА + ВМП \quad (3)$$

де, ОА – оборотні активи; ОК – оборотний капітал; ДЗ – дебіторська заборгованість; ГК – грошові кошти; З – запаси; Інші ОА – інші оборотні активи; ПБА – поточні біологічні активи; ВМП – витрати майбутніх періодів.

Оборотний капітал є частиною оборотних активів. Проте, в бухгалтерському балансі відображаються всі активи, якими володіє підприємство з класифікацією на поточні та довгострокові, саме тому менеджери в процесі управління повинні приділяти увагу кожному з видів активів підприємства. Для нафтогазової галузі притаманний значний розмір активів, які у вітчизняній практиці не входять до складу оборотного капіталу, але тісно пов'язані з ним та мають на нього значний вплив, зокрема це інша поточна дебіторська заборгованість та інші оборотні активи, частка яких на деяких підприємствах перевищує 50 % від величини оборотних активів. В процесі управління оборотним капіталом значну увагу потрібно приділяти і активам, зобов'язанням і майну підприємства, на які мають безпосередній вплив на стан, структуру та величину. Саме тому, доцільно вивчити дані взаємозв'язки. При складанні річної фінансової звітності та звіту емітента аналіз стану оборотного капіталу вітчизняними підприємствами не проводиться.

Усі складові оборотного капіталу пов'язані між собою і являються складовими частинами виробничого процесу, який не можливий за відсутності однієї із них. Покажемо вищесказане схемою (рис. 1).

Як видно із вищенаведеної схеми, виробничий процес, складовою частиною якого є оборотний капітал, ускладнюється за відсутності однієї з груп оборотного капіталу або стає неможливим взагалі. За відсутності достатньої кількості виробничих запасів можуть виникати простої, зриви виробництва, завмирання товарних ліній. Натомість, значне зростання величини дебіторської заборгованості призводить до зменшення грошових коштів в обігу, що не дозволяє підприємству, без залучення обігових коштів із зовнішніх джерел, забезпечити свою потребу у виробничих запасах.

Оборотний капітал тісно в'язаний з іншими активами, капіталом та зобов'язаннями підприємства, цим самим відіграє важливу роль при формуванні вартості підприємства.

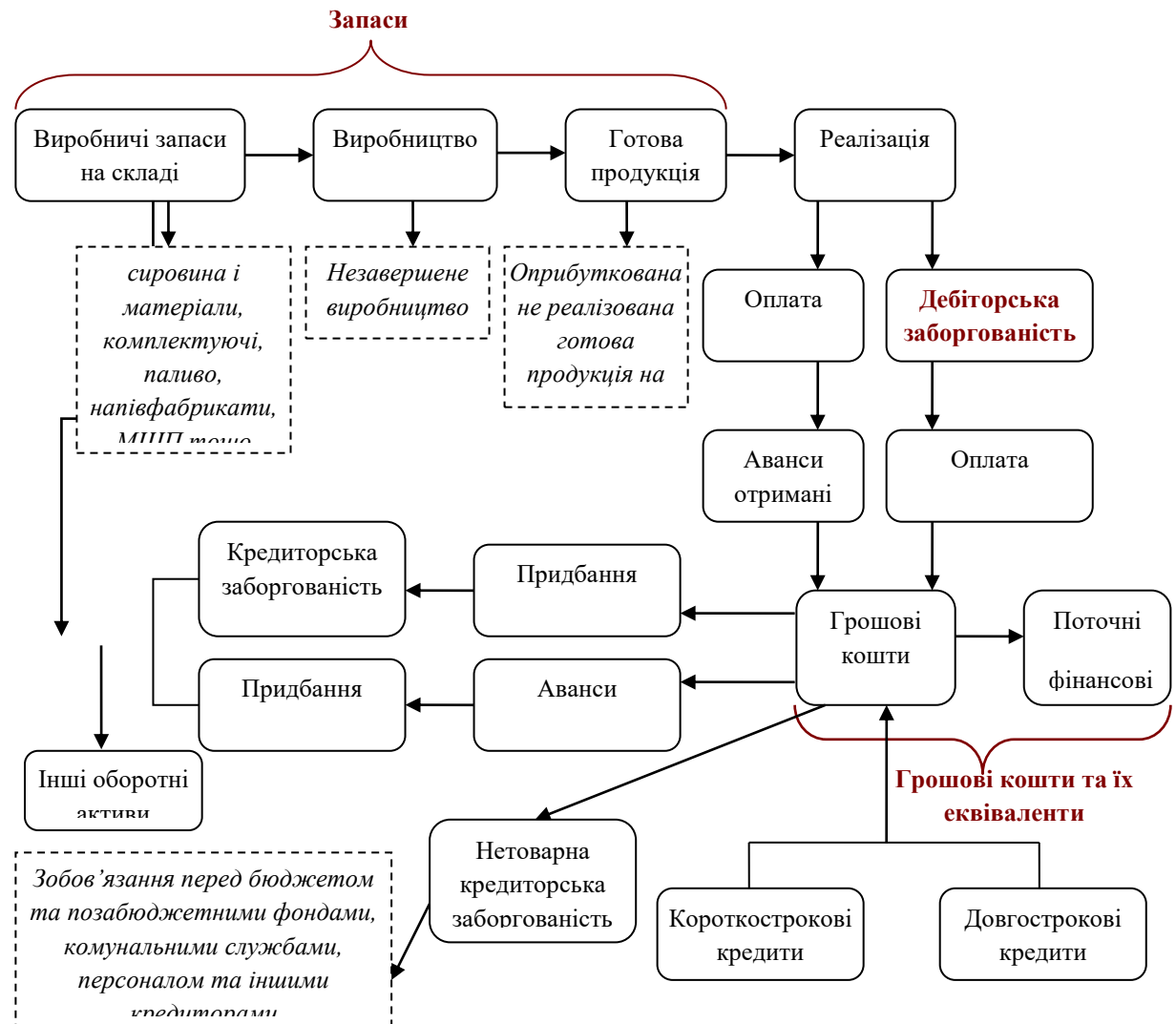


Рисунок 1 – Кругообіг оборотного капіталу в процесі господарської діяльності

Джерело: сформовано автором

В цілях аналізу та управління у вітчизняній практиці прийнято використовувати підходи та класифікації, які використовуються при складанні звітності. Проте, складові оборотного капіталу тісно пов'язані з іншим майном підприємства. Жодна з запропонованих чи використовуваних вітчизняними науковцями класифікацій оборотного капіталу не включає даних взаємозв'язків. У вітчизняній практиці фінансова звітність підприємств складається відповідно до НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», згідно якого до оборотних активів відносять запаси, дебіторську заборгованість, грошові кошти та їх еквіваленти, поточні фінансові інвестиції та витрати майбутніх періодів, поточні біологічні активи та інші оборотні активи. До прийняття у 2013 році в якості чинного стандарту ведення обліку НПСБО 1, фінансова звітність складалася згідно П(С)БО 1 «Баланс», згідно якого витрати майбутніх періодів не включалися до складу оборотних активів. Коли ж мова йде про оборотний капітал, ©Журнал Київського університету ринкових відносин Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

зокрема про його управління, розглядаються склад та структура запасів, товарної дебіторської заборгованості та грошових коштів.

В українській практиці найближчими за змістом до даних взаємозв'язків є поняття «оборотні кошти», але воно не в повній мірі описує їх. Суть даних взаємозв'язків полягає в можливості погашати підприємством свої зобов'язання грошовими коштами від погашення покупцями зобов'язань перед підприємством (рис. 2). Саме тому доцільно запозичити закордонну практику та проводити аналіз співставляючи показники дебіторської заборгованості, грошових коштів та кредиторської заборгованості, так як саме дані показники є основою для формування платоспроможності підприємства. Ці взаємозв'язки більш детально будуть описані в наступних розділах.



Рисунок 2 – Взаємозв'язок грошових коштів та дебіторської і кредиторської заборгованостей

Джерело: сформовано автором

Вважаємо доцільним наголосити, що в практиці таких країн як Сполучені Штати Америки, Канада, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії та ряді країн Латиської Америки, при складанні фінансової звітності суб'єктів господарювання до оборотних активів відносять грошові кошти та їх еквіваленти, запаси, дебіторська заборгованість та інші оборотні активи в їх загальній величині. В цілях управління до оборотного капіталу відносять грошові кошти, дебіторську заборгованість та кредиторську заборгованість. Саме таку класифікацію використовують науковці у своїх працях [2-5]. При складанні річного звіту

компанії проводять аналіз фінансових показників, серед них визначення оборотного капіталу (грошові кошти плюс дебіторська заборгованість мінус кредиторська заборгованість) та чистого оборотного капіталу, аналіз структури складових балансу. Із поняттям оборотного капіталу тісно пов'язане поняття чистого оборотного капіталу (англ. Net Working Capital). Чистий оборотний капітал дорівнює різниці між оборотними активами підприємства (англ. Total Current Assets) та його короткостроковими зобов'язаннями (англ. Total Current Liabilities). Дана категорія демонструє, що кредиторська заборгованість має значний вплив на оборотний капітал підприємства та обов'язкова повинна розглядатися в процесі управління ним.

З точки зору бухгалтерського обліку, кредиторська заборгованість є поточним зобов'язанням підприємства, але з точки зору фінансового менеджменту є частиною майна підприємства. Так, як дебіторська заборгованість показує кількість грошових коштів, які мають бути отримані підприємством від дебіторів за реалізовані їм продукцію, товари, роботи, послуги, тобто збільшення на рахунку грошових коштів, а кредиторська заборгованість вказує на суму коштів, які повинні бути сплачені підприємством за отримані продукцію, товари, роботи, послуги, тобто зменшення на рахунку грошових коштів. Грошові кошти, дебіторська та кредиторська заборгованість тісно пов'язані між собою. Саме тому співставлення та аналіз цих показників повинно бути одним із завдань менеджерів.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Отож, оборотний капітал є частиною оборотних активів підприємства та включають запаси, грошові кошти та дебіторську заборгованість. Зміни в законодавстві, що регулює бухгалтерський облік, які мали місце в 2013 р., вплинули на бухгалтерську класифікацію складових оборотних активів, проте не мали впливу на оборотний капітал. У вітчизняній практиці саме за такою класифікацією приймають управлінські рішення. Проте, вивчаючи питання пов'язані із класифікацією оборотного капіталу з точки зору фінансового менеджменту, аналізу та управління у закордонній практиці до оборотного капіталу відносять грошові кошти, дебіторську та кредиторську заборгованість. Подальші дослідження доцільно проводити з метою більш детального вивчення закордонної практики та його імплементації у вітчизняну.

Список використаних джерел (References):

1. Гринюк І.М. Методичні підходи до визначення сутності оборотного капіталу / І.М. Гринюк / Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами (08.12.2016) тези II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю / ЛНТУ. - Луцьк, РВВ ЛНТУ, 2016. – час. 3, с. 156-159

2. G. Michalski. Operational risk in current assets investment decisions: Portfolio management approach in accounts receivable / G. Michalski / AGRIC. ECON. – CZECH, 54, 2008 (1): 12–19
3. Vedavinayagam Ganesan. An Analysis of Working Capital Management Efficiency in Telecommunication Equipment Industry / Vedavinayagam Ganesan / RIVIER ACADEMIC JOURNAL, VOLUME 3, NUMBER 2, FALL 2007
4. Suraj Narain Mathur. Accounts Receivable Management / Suraj Narain Mathur / Saurashtra University Accredited Grade 'B' by NAAC (CGPA 2.93), Chapter-V – 2010
5. Pedro Juan Garcia-Teruel & Pedro Martinez-Solano. Effects of working capital management on sme profitability [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/apcity/unpan050139.pdf>

УДК338.432:635 (091)

Шульський Микола Григорович

доктор економічних наук, професор, завідувач
кафедри менеджменту Львівського
національного університету ветеринарної
медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького



**АГРАРНЕ ВИРОБНИЦТВО У СФЕРАХ РОСЛИННИЦТВА НА СТИКУ
ЕПОХ: МИНУЛЕ, СУЧАСНЕ І МАЙБУТНЄ**

Шульський М.Г.

**AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE FIELD OF PLANTING ON
THE BAR OF EPOCHES: THE PAST, THE PRESENT AND THE FUTURE**

Shulskyi M.G.

**АГРАРНОЕ ПРОИЗВОДСТВО В СФЕРЕ РАСТЕНИЕВОДСТВА НА
СТЫКЕ ЭПОХ: ПРОШЛОЕ, НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ**

Шульский Н.Г.

В статті проведено дослідження розвитку рослинництва на стику епох, а саме: епохи, що відійшла (1990р.) та епохи, що наступила і розвивається (2000-2015р.). Одночасно наголосимо, що без продукції рослинництва не може розвиватися ні одна країна світового простору і ні

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

одна людина, що в ньому проживає. В цьому проявляється актуальність теми, яку можна досліджувати на регіональному, державному і світовому рівнях. Ми в основу наших досліджень прийняли регіональний рівень, а в ньому – розвиток рослинництва у Львівській області.

В результаті проведених досліджень встановлено, що в сучасних умовах і на перспективу слід удосконалювати структуру посівних площ сільськогосподарських культур у різних господарських формуваннях. При цьому зернові і технічні культури, як показують одержані результати, слід розміщувати у великих господарствах, а всі інші, перш за все трудомісткі культури, (картопля, овочі, плодово-овочеві тощо) – в малих господарських структурах.

Ключові слова: аграрне виробництво, рослинництво, епоха, земельні угіддя, посівні площі, форми господарювання, сільськогосподарські культури.

The article studies the development of plant growing at the junction of the epochs, namely: the era, departed (1990). And the era that has come and is developing (2000-2015). At the same time, we note that without the production of crop production, no country in the world can develop and no one lives in it. This shows the relevance of the topic, which can be explored, both at: regional, state and world levels. We have taken the regional level as the basis of our research, and in it the development of crop production in the Lviv region.

For the digital confirmation of those or other statements of the authors, the materials of the Lviv oblast statistical agencies on the availability of land, cropping areas and production of their products by the economic entities of the region were used.

As a result of the conducted researches it is established that in modern conditions and for the future it is necessary to improve the structure of crop areas of agricultural crops in various economic formations. At the same time, as the results show, grain and industrial crops should be placed on large farms, and all other, primarily labor-intensive crops (potatoes, vegetables, fruit and vegetable, etc.) - in small economic structures.

Key words: agrarian production, plant growing, epoch, land, crop area, forms of management, agricultural cultures.

В статье проведено исследование развития растениеводства на стыке эпох, а именно: эпохи, которая отошла (1990г.) и эпохи, наступившей и развивающейся (2000-2015гг.). Одновременно отметим, что без продукции растениеводства не может развиваться ни одна страна мирового пространства и ни один человек, который в нем проживает. В этом проявляется актуальность темы, которую можно исследовать на региональном, государственном и мировом уровнях. Мы в основу наших исследований приняли региональный уровень, а в нем – развитие растениеводства во Львовской области.

Для цифрового подтверждения тех или иных утверждений автором использованы материалы статистических органов Львовщины о наличии земельных угодий, площадей посева сельскохозяйственных культур и производства их продукции хозяйственными формированиями области.

В результате проведенных исследований установлено, что в современных условиях и на перспективу следует совершенствовать структуру посевных площадей сельскохозяйственных культур в различных хозяйственных формированиях. При этом зерновые и технические культуры, как показывают полученные результаты, следует размещать в крупных хозяйствах, а все остальные, прежде всего трудоемкие культуры, (картофель, овощи, плодово-овощные и т.п.) – в мелких хозяйственных структурах.

Ключевые слова: *аграрное производство, растениеводство, эпоха, земельные угодья, посевные площади, формы хозяйствования, сельскохозяйственные культуры.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Аграрне виробництво, як і будь-яка сфера матеріального виробництва, розвивається у відповідності з діями як загальних, так і конкретних законів та закономірностей розвитку суспільних відносин. При цьому слід всебічно враховувати специфічно-характерні особливості, що забезпечують функціонування окремих галузей сфери аграрного виробництва. Рослинництво не є виключенням у цих аспектах, а лише підтвердженнями сказаного. Як відомо, фактор часу найбільш суттєво впливає на розвиток тих чи тих сфер виробництва, особливо це відчутно спостерігається на стику переходу від однієї епохи до іншої. Саме у ці періоди відбувалися, відбуваються і будуть відбуватися у майбутньому кардинальні перетворення, наслідки яких вимагають глибоких і всебічних досліджень конкретних їх складових. Таким чином, суть постановки проблеми полягає в тому, щоб на основі одержаних результатів господарювання аграрних структур за період закінчення однієї епохи (1990 р.) і продовження наступної епохи (починаючи з 1991 р. і закінчуючи сучасним періодом) виявити ті чинники, які позитивно вплинули та впливають на подальший розвиток виробництва продукції рослинництва і ті, які гальмують його поступ.

Першому напрямку слід сприяти у подальшому розвитку рослинницьких галузей, а другі – необхідно усувати із сфер аграрного виробництва. Ця проблема проста в самій постановці і надто складна в її практичному розв'язанні. Проміжок більш, ніж у чверть століття (1990 - 2015 рр.) підтверджують сказане. Більше того, подальші наші дослідження будуть підтверджені одержаними цифровими аргументаціями розвитку виробництва рослинницької продукції в окремих формах господарювання.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Дослідженням стану розвитку аграрного виробництва взагалі і його важливої складової – рослинництва, зокрема на стику епох, яка відійшла

і яка прийшла її на зміну займалася і займається ціла плеяда науковців.

Наведемо декого з них: О.В. Бондар, Я.В. Долгіх, О.В. Захарчук, В.К. Збарський, І.В. Кобута, М.М. Кропивко, П.А. Лайко, Ю.О. Лупенко, Л. Лещенко, М.Й. Малік, В.Я. Месель-Веселяк, І.В. Прокопа, П.Т. Саблук, М.М. Федоров, О.В. Ходаківська, О.Г. Шпикуляк, О.М. Шпичак, М.Г. Шульський, В.В. Юрчишин та інші.

Однак, слід відмітити, що ця тема різновекторна, різнобічна і глибока за своїм проникненням у різні сфери не тільки аграрних, але інших суспільних відносин, які постійно змінюються як у просторі, так і часі. Одночасно зауважимо, що всякі зміни, які проходять на певному періоді розвитку того чи іншого економічного явища, чи на окремій території світового простору, вимагають проведення своєчасних і що, характерно, об'єктивних наукових досліджень. Тут все відбувається у відповідності з дією об'єктивного і всеосяжного принципу: виробництво проводиться постійно із певними відхиленнями в той чи той бік, а завдання науки досліджувати цей розвиток у всій різноманітності його прояву. Тут альтернативи не було, немає і не може бути. Саме цим аспектам обумовлена необхідність підготовки даної публікації на прикладі розвитку виробництва продукції рослинництва різними аграрними виробниками Львівщини.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Будь яке дослідження з будь-яких тем майже завжди концентрується на тих питаннях, які із-за тих чи тих причин залишилися поза увагою дослідників і тим самим перейшли в ранг невирішених. Дана публікація не є виключенням із тих загальних закономірностей, а лише її доповненням. Час, що минув від початку аграрних реформ в Україні, є досить достатнім для того, щоб вийти на якісно новий виток дослідження, а саме: приступити до виконання досліджень складових аграрного виробництва з позицій оцінки результатів господарювання за колишньої епохи (соціалістичної) з епохою сучасною (формування ринкових відносин). З цих позицій ми провели дослідження рослинницької галузі – основи аграрного виробництва. Після цих сфер досліджень слід аналізувати розвиток тваринництва, а після цього і всього аграрного виробництва, але це уже теми нових досліджень, над якими слід працювати науковцям.

Мета статті (Main purpose of the article) - проведення досліджень стану розвитку виробництва продукції рослинництва на важливій складовій регіонального рівня, а саме: Львівської області на кінець епохи соціалістичного господарювання (1990 р.) і результатів розвитку галузі, за період здійснення аграрних реформ (2015 р.). За наслідками співставлення результатів господарювання встановити певні закономірності та тенденції розвитку виробництва продукції рослинництва різними господарськими формуваннями при переході від однієї епохи (соціалістичної) до іншої – капіталістичної за формою і не визначеної за суттю. Це все в кінцевому підсумку необхідно для того, щоб виробництво рослинницької продукції розвивалося більш

інтенсивно і ефективно з врахуванням регіональних особливостей функціонування даної галузі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Рослинницьке виробництво – важлива складова національного господарства України, територія якої має сприятливі природні та економічні умови його розвитку. Проте використання цих ресурсів не завжди супроводжується позитивними змінами у веденні рослинницьких галузей. Саме із-за цих обставин виникає об’єктивна необхідність дослідження стану розвитку виробництва продукції рослинництва.

Перш, ніж приступити до викладу матеріалів за даною темою дослідження, з’ясуємо суть поняття «епоха». Це поняття досить широке за формою використання і глибоке за своєю суттю. Отож, ми використаємо його трактування, яке найбільш наближене до теми нашого дослідження. З цього погляду в довідковій літературі сказано, що: «епоха (від грец. *epochē* – зупинка, затримка) – проміжок часу в розвитку природи, суспільства, науки, мистецтва, який має певні характерні особливості» [6, с. 133]. Отож, дане визначення у повній мірі відповідає окремим складовим ведення національного господарства в державі, зокрема рослинництва і таким чином цілком вмотивоване його використання у даній публікації.

Дослідження за обраною темою можна проводити, як було згадано раніше, на різних рівнях, а саме на: світовому, загальнодержавному і регіональному. Нами обраний третій рівень – регіональний, а в ньому – Львівську область, яка у найбільш повній мірі акумулює у собі найбільш характерні особливості ведення аграрного виробництва в Карпатському регіоні України. Період проведення досліджень обрано 1990-2015 рр., тривалість якого охоплює перехід від епохи соціалізму (1990 р.) до епохи, як було згадано вище, формування і розвитку капіталістичних відносин за одержаними результатами 2015 р.

Основою аграрного виробництва, як відомо, є земельні угіддя. Їх розподіл в розрізі окремих виробників Львівщини на протязі 1990-2015 рр. представлено в таблиці 1.

Загальна площа сільськогосподарських угідь, у тому числі рілля на протязі чверть століття змінилася у Львівській області на незначну величину. При цьому, варто зауважити, що площа найбільш продуктивної складової сільськогосподарських угідь – ріллі скоротилася у 2015 р. у порівнянні з 1990 р. на 8,8%, тоді як загальна площа сільськогосподарських угідь зменшилася всього на 1,7 %. Отож, незважаючи на незначне скорочення площ земельних угідь сільськогосподарського призначення у Львівській області, слід все-таки взяти до уваги, що ці площі вивільняються із сфер аграрного виробництва назавжди та майже без всяких умов на повернення. Тому показники скорочення цих угідь повинні бути зведені до мінімуму (вважаємо, що щорічне скорочення площ сільськогосподарських угідь в дореформений період 640 га, а на протязі 2000-2015рр. – 810 га є величини надто високі).

Таблиця 1

Площі сільськогосподарських угідь та їх структура в господарських формуваннях Львівщини*

Показники	1990 р.		2000р.	2015 р.		2015 р. у % до:	
	тис. га	%	тис. га	тис. га	%	1990 р	2000 р.
Сільськогосподарські угіддя – всього	1283,1	100,0	1274,7	1261,5	100,0	98,3	99,0
у тому числі: громадяни	143,8	11,2	642,8	734,1	58,2	510,5	114,2
сільськогосподарські та інші підприємства	1139,3	88,8	631,9	527,4	41,8	46,3	83,5
з них фермерські господарства	0,4	0,0	52,1	52,4	4,2	131,0 раза	100,6
Рілля – всього	870,4	67,8	823,4	794,1	62,9	91,2	96,4
у тому числі:							
громадяни	115,6	9,0	388,1	483,6	38,3	418,3	124,6
сільськогосподарські та інші підприємства	754,8	58,8	435,1	310,5	24,6	41,1	71,4
з них фермерські господарства	–	–	43,0	48,3	3,8	–	112,3

Примітка: *тут і надалі використано матеріали Статистичного щорічника Львівської області за 2015 р. [15].

Щодо наявності земельних угідь в окремих формах господарювання. Ці показники характеризуються неоднозначними змінами на протязі досліджуваного періоду. Так, скажімо, якщо у 1990 р. громадяни для ведення особистої господарки (господарства населення) використовували 143,8 тис. га сільськогосподарських угідь, у тому числі 115,6 тис. га ріллі, що складало 11,2 і 9,0% загальних площ цих угідь у Львівській області, то в 2015 р. ці показники відповідно становили: 734,1; 483,6; 58,2 і 38,3. Тобто площі сільськогосподарських угідь у господарствах населення зросли більше, ніж у 5 разів, а ріллі – понад 4 рази. У 2000 р. ситуація з розподілом земельних угідь стабілізувалася і в порівнянні з 2015 р. площі сільськогосподарських угідь у цих господарствах дещо зросли (на 14,2%), у тому числі ріллі на 24,6%.

Реформи, що почалися в аграрному секторі економіки України у кінці ХХ століття ще в надрах епохи соціалізму, обумовили виникнення нових форм господарювання, серед яких виділилося фермерство. Доцільно також відзначити, що початки фермерського господарювання як у Львівській області, так і в інших областях держави виникли значно раніше, ніж було розроблено і прийнято відповідні закони щодо діяльності фермерських господарств. Фактично фермерські господарства запрацювали на стику припинення функціонування однієї епохи і виникнення нової для України, однак довготривалої для розвитку передових країн світового простору. Проте, ми не будемо деталізувати ці процеси. Це тема, хоча і наближена за своєю суттю до даної публікації, однак дещо віддалена за змістом. Наше завдання провести дослідження змін виробництва обсягів продукції

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

рослинництва при переході від однієї епохи до іншої на прикладі реформування аграрних відносин у Львівській області, як найбільш потужної господарсько-адміністративної одиниці в Карпатському регіоні України.

На початку і в кінці 90-х років XX століття на фермерство покладали грандіозно-великі надії в Україні. Зокрема стверджувалося що «фермери України можуть нагодувати 200 мільйонів чоловік» [17]. Безумовно, як показує досвід розвитку людського суспільства, мріям не має меж, проте є реально-об'єктивні межі, а потенціал їх можливого розвитку обмежений певними чинниками. Не будемо розвивати дану тему у цьому напрямку, а відповімо на ці занебесні досягнення словами економіста Н. Шмільова, який стверджував, що «вражаючими і грандіозними бувають лише ідеї в божевільному будинку» [18]. Пророчі слова відомого економіста підтвердились в умовах сьогодення. Де ці результати фермерства в Україні, що можуть прогодувати 200 млн. чоловік? Адже вітчизняні фермери, як кажуть, дихають на ладан і для свого існування потребують значної допомоги держави. І не тільки її. Отже, аграрні реформи в Україні у більшій мірі характеризувалися мрійливо-популістськими закликами до дій, ніж об'єктивними підходами до їх результативного здійснення.

Зараз, після деякого вкрай необхідного відступлення для характеристики земельних аспектів фермерського руху в державі, сконцентруємо увагу, на процеси формування у них земельних ресурсів, зокрема у Львівській області, яка одна з перших в Україні почала розвивати фермерство. Так, скажімо, станом на 01.01.1991 р. на Львівщині нараховувалось 36 фермерських господарств, тоді як в Україні їх було всього 82 одиниці. Отже, на Львівську область припадало 43,9% всіх фермерських господарств держави, які володіли 0,4 тис. га сільськогосподарських угідь [12, с.1]. В наступні роки земельні площі збільшувалися і становили у 2015 р. 52,4 тис. га, що складало всього 4,2 % загальних площ сільськогосподарських угідь Львівщини. Аналізуючи динаміку змін площ земельних угідь у фермерських господарствах, можна констатувати проте, що в сучасних умовах їх наявність у цих формуваннях стабілізувалась і відчутних змін їх як у сучасних умовах, так і на перспективу не передбачається.

Найбільш кардинальні зміни у наявності площ сільськогосподарських угідь спостерігалися у господарствах населення (динамічне збільшення) і в сільськогосподарських підприємствах (динамічне зменшення). Коли поставити питання – чи стабілізувалися площі у цих господарських формуваннях? Можна з твердістю відзначити, що ні. Ми вважаємо як в умовах сьогодення, так і на майбутнє площі земельних угідь будуть змінюватися у двох напрямках: з одного боку, у господарствах населення будуть відбуватися процеси щодо їх зменшення, а в сільськогосподарських підприємствах – навпаки збільшуватися. Ці тенденції обумовлені, з одного боку, неможливістю власників особистих селянських господарств обробити наявні площі із-за того, що на селі у цих господарствах зайняті в основному люди передпенсійного і пенсійного віку, значна трудомісткість виробництва через відсутність

технічних засобів, використання відсталих технологій тощо, а з іншого – значні темпи відновлення крупного аграрного виробництва шляхом створення холдингових структур.

Звідси цілком закономірно поставити питання: чи доцільно було руйнувати крупні сільськогосподарські підприємства епохи соціалізму і переходити на дрібне аграрне господарювання? Вважаємо, що ні. Колишні крупні господарства слід було б не руйнувати, а поступово трансформувати, як тоді вважалося, в структури ринкової орієнтації. На початкових стадіях проведення аграрних реформ більше було популізму в діях з політичним забарвленням, ніж здорового глузду практичного характеру. Вітчизняні реформатори були твердо переконані в тому, що все вирішить ринок, поділяючи твердження А.Сміта про вільний ринок. Слід також відзначити, що західні фахівці вказували на неприпустимість таких дій. Ось твердження відомого економіста Дж. Гелбрейта, який у 1990 р. вказував, що ті: «хто говорить, а багато говорять про це жваво і не задумуючись, – про повернення вільного ринку часів Адама Сміта, неправі настільки, що їх точка зору може бути сприйнята, як психічне відхилення клінічного характеру» [9, с.37]. Ось такі застереження – чіткі, лаконічні і, що головне, доступні до розуміння. На превеликий жаль, що наші вітчизняні перетворювачі-реформатори не взяли до уваги об'єктивні застереження відомого американського економіста. Сьогодні через чверть століття реформувань аграрних відносин при переході від однієї епохи до іншої, їх наслідки є доказом правоти його твердження.

Використання наявних земельних угідь відображається в структурі посівних площ різноманітних сільськогосподарських культур. Саме зміни площ характеризують напрями проведення процесів реформування аграрного виробництва. При переході від однієї епохи господарювання до іншої – це є закономірний і необхідний напрям проведення змін у сфері аграрних відносин взагалі і в рослинництві зокрема. Отож, як змінилися площі посіву основних сільськогосподарських культур, дають відповідь показники, що представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Посівні площі сільськогосподарських культур у господарських
формуваннях Львівщини

Показники	1990 р.		2000 р.	2015 р.		2015 р. у % до	
	тис. га	%	тис. га	тис. га	%	1990р.	2000р.
Уся посівна площа – всього	865,2	100,0	704,5	638,3	100,0	73,9	90,6
у тому числі:							
господарства населення	105,1	12,1	311,0	320,5	50,2	304,9	103,1
с/г*** підприємства	760,1	87,9	393,5	317,8	49,8	41,8	80,8
з них фермерські господарства	...*	...	36,0	47,5	7,4	...	131,9
Зернові культури	304,0	35,1	267,0	302,2	47,3	99,4	113,2
у тому числі:							
господарства населення	5,7	0,6	73,8	119,5	18,7	21	161,9

Показники	1990 р.		2000 р.	2015 р.		2015 р. у % до	
	тис. га	%	тис. га	тис. га	%	1990р.	2000р.
						раза	
с/г підприємства	298,3	34,5	193,2	182,5	28,6	61,2	94,5
з них фермерські господарства	...	...	19,8	29,8	4,7	...	150,5
Цукрові буряки	47,2	5,5	26,4	12,4	1,9	55,9	47,0
у тому числі:							
господарства населення	—**	—	10,5	0,3	0,0	—	2,9
с/г підприємства	47,2	5,5	15,7	12,1	1,9	25,6	77,7
з них фермерські господарства	...	...	1,9	0,5	0,1	...	26,3
Льон - довгунець	23,8	2,8	3,1	0,2	0,0	0,1	6,5
у тому числі:							
господарства населення	—	—	—	—	—	—	—
с/г підприємства	23,8	2,8	3,1	0,2	0,0	0,1	6,5
з них фермерські господарства	—	—	—	—	—	—	—
Ріпак	11,3	1,3	17,7	52,8	8,3	73,5	298,3
у тому числі:							
господарства населення	—	—	0,0	0,0	0,0	—	0,0
с/г підприємства	11,3	1,3	17,7	52,8	8,3	73,5	298,3
з них фермерські господарства	...	...	1,1	5,6	0,9	...	5,1 рази

Примітки: * ... відомості відсутні;

** тире (—) явища не було;

*** «с/г» позначаються «сільськогосподарські».

За період колишньої епохи 87,9% посівних площ були зосереджені у господарствах, як тоді прийнято було іменувати, суспільного сектору (колгоспах, радгоспах, міжгосподарських підприємствах і об'єднаннях тощо), у тому числі, %: зернові 35,1; цукрові буряки – 55; льон-довгунець – 2,8 і ріпак 1,3; тоді в господарствах населення площі посіву цих культур були відсутні, за виключенням зернових, площі яких складали всього 0,6% до загальних площ посіву. Через чверть століття ситуація кардинально змінилася – більше половини площ сільськогосподарських культур була зосереджена в господарствах населення, в них значно збільшилися площі посіву зернових культур і почали вирощувати технічні культури, проте площі в розрізі цих культур домінували раніше у сільськогосподарських підприємствах.

Узагальнюючи вищесказане можна констатувати, що площі посіву сільськогосподарських культур у 1990 р. були більш оптимальніші, ніж у 2000р. і 2015 р. Це обумовлено тим, що зернові і технічні сільськогосподарські культури при їх вирощуванні використовувалася високопродуктивна техніка, запроваджувались прогресивні технології та високоврожайні сорти сільськогосподарських культур тощо. Саме тому ці культури із-за цих обставин розміщувалися у великих технічно-оснащених господарствах. Це по-перше. А по-друге, з мінімальними затратами ручної

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

праці. У поєднанні цих двох аспектів в одній складовій і обумовлює те, що ці культури найбільш доцільно розмішувати в сучасних умовах і на майбутнє у великих сільськогосподарських формуваннях.

Таблиця 3

Посівні площі картоплі, овочів і кормових культур у господарських формуваннях Львівщини

Показники	1990 р.		2000 р.	2015 р.		2015 р. у % до	
	тис. га	%	тис. га	тис. га	%	1990р.	2000р.
Уся посівна площа – всього	865,2	100,0	704,5	638,3	100,0	73,9	90,6
у тому числі: господарства населення	105,1	12,1	311,0	320,5	50,2	304,9	103,1
с/г підприємства	760,1	87,9	393,5	317,8	49,8	41,8	80,8
з них фермерські господарства	...	...	36,0	47,5	7,4	...	131,9
Картопля	81,9	9,5	106,0	94,5	14,8	115,4	89,2
у тому числі: господарства населення	65,7	7,6	104,6	92,5	14,5	140,8	88,4
с/г підприємства	16,2	1,9	1,4	2,0	0,3	12,3	142,9
з них фермерські господарства	...	...	0,6	0,6	0,0	...	100,0
Овочі	10,7	1,2	19,8	25,1	39,3	243,6	126,8
у тому числі: господарства населення	3,1	0,3	18,2	23,5	3,7	7,6 рази	129,1
с/г підприємства	7,6	0,9	1,6	1,6	0,3	210,5	100,0
з них фермерські господарства	...	...	0,6	0,4	0,1	...	66,7
Кормові культури	384,7	44,5	263,7	96,9	15,2	25,2	36,7
у тому числі: господарства населення	30,5	3,5	103,7	34,5	13,2	277,0	81,5
с/г підприємства	354,2	40,9	160,0	12,4	1,9	3,5	77,5
з них фермерські господарства	...	...	11,4	2,7	0,4	...	3,5

Площами посівів зернових і технічних культур не вичерпується весь арсенал ведення рослинництва, а він відтворюється у вирощуванні інших, не менш важливих сільськогосподарських культур. Це, передусім, картопля, овочі, кормові культури тощо, площі яких представлено в таблиці 3. Побудову таблиці здійснено за аналогічними принципами, що і попередня. Отож, структури посівних площ сільськогосподарських культур з розрахунку усієї площі їх посіву, а не суми представлених площ окремих культур. Це дозволило діалектично пов'язати матеріали 2 і 3-ої таблиць і зробити певні узагальнення у цьому контексті.

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

Представлений матеріал у таблиці 3 дає підстави констатувати наступне:

- коли в епоху соціалізму (1990 р.) посівні площі вищеназваних культур зосереджувалися в основному у сільськогосподарських підприємствах, за виключенням площ під картоплю, то в період аграрних перетворень (2015 р.) переважали площі під цими культурами у господарствах населення;

- проведення деталізації показників структури посівних площ цих культур показує, що їх питома вага в загальних обсягах значно зросла у господарствах населення в 2015 р. у порівнянні з 1990 р. Це пояснюється, з одного боку, набутим досвідом виробництва продукції цих культур населенням області, а з іншого – забезпечити себе продовольством у важких умовах здійснення аграрних реформ. Крім того, відчутно позначились прискорені процеси руйнації крупних господарських формувань епохи соціалізму і надто складні умови їх відновлення у сучасній епосі;

- особливу увагу привертають посівні площі кормових культур, в яких показники структури в найбільшій мірі характеризуються строкатістю числового їх вираження. Так, зокрема, у 2015 р. 13,2 % їх посівів було зосереджено в господарствах населення, а в сільськогосподарських підприємствах лише 1,9, тоді як у 1990 р. ці показники характеризувалися діаметрально протилежними числовими вираженнями відповідно: 3,5 і 40,9%. Чому це сталося так, а не інакше? Відповідь на це питання слід дати в іншій публікації і пов'язувати його із станом розвитку тваринництва;

- щодо фермерських господарств. Площі під аналізованими сільськогосподарськими культурами у цих формуваннях на протязі 2000 р. і 2015 р. були незначними і вони не характеризувалися вираженою строкатістю, як в інших господарських структурах. Проте, хоча вони і представлені в незначних числових величинах, однак мають тенденцію до зменшення. Тут, безумовно, є проблеми. Перш за все із збутом виробленої продукції. А коли збут утруднений, то це негативно впливає на обсяги виробництва і, отже, спричиняє зменшення посівних площ сільськогосподарських культур.

Земельні угіддя, як згадувалося вище, необхідні для формування посівних площ певних культур сільськогосподарського призначення. У свою чергу вирощування цих культур забезпечує виробництво певних видів продукції, обсяги деяких із них представлені у таблиці 4.

У сільському господарстві при веденні рослинницьких галузей використовують різноманітні сільськогосподарські культури, які групують за певними ознаками у відповідні групи. Зокрема у згаданій вище таблиці представлена продукція зернових і технічних культур. У розрізі цих культур відображено валові збори продукції (чисельник) та їх урожайність (знаменник). Поєднання цих двох важливих показників найбільш повно відображають виробництво продукції цих важливих галузей рослинництва у досліджуваних формах господарювання.

Таблиця 4

Виробництво та урожайність основних видів продукції зернових і технічних культур у господарських формуваннях Львівщини

Показники	1990 р.		2000 р.	2015 р.		2015 р. у % до	
	тис. т ц з 1га	% до всього	тис. т	тис. т ц з 1га	% до всього	1990р.	2000р.
Зерно – всього	<u>1009,7*</u> 33,3**	<u>100,0</u> X	<u>481,4</u> 20,1	<u>1366,3</u> 45,5	<u>100,0</u> X	<u>135,3</u> 136,6	<u>283,8</u> 226,4
у тому числі: господарства населення	<u>18,9</u> 33,0	<u>1,9</u> X	<u>221,4</u> 30,0	<u>455,5</u> 38,1	<u>33,3</u> X	<u>24,1 раза</u> 115,5	<u>205,7</u> 127,0
с/г підприємства	<u>990,8</u> 33,3	<u>28,1</u> X	<u>260,0</u> 15,7	<u>910,8</u> 50,4	<u>66,7</u> X	<u>91,9</u> 151,4	<u>350,4</u> 321,0
з них фермерські господарства	...	...	<u>0,7</u> 14,8	<u>16,0</u> 36,3	<u>1,2</u> X	...	<u>22,2 раза</u> 245,3
Цукрові буряки – всього	<u>1597,4</u> 339	<u>100,0</u> X	<u>400,6</u> 17,6	<u>583,0</u> 470	<u>100,0</u> X	<u>36,5</u> 138,6	<u>145,5</u> 267,0
у тому числі: господарства населення	–	–	<u>210,0</u> 196	<u>9,7</u> 280	<u>1,7</u> X	–	<u>4,6</u> 142,9
с/г підприємства	<u>1597,4</u> 339	<u>100,0</u> X	<u>190,6</u> 158	<u>573,3</u> 475	<u>98,3</u> X	<u>35,9</u> 140,1	<u>300,8</u> 300,6
з них фермерські господарства	...	...	<u>28,9</u> 185	<u>20,7</u> 424	<u>3,6</u> X	...	<u>71,6</u> 229,2
Ріпак – всього	<u>21,4</u> 19,0	<u>100,0</u> X	<u>14,2</u> 10,2	<u>141,2</u> 26,8	<u>100,0</u> X	<u>6,6 раза</u> 141,1	<u>2,2 рази</u> 262,7
у тому числі: господарства населення	–	–	0,0	0,0	0,0	–	–
с/г підприємства	<u>21,4</u> 19,0	<u>100,0</u> X	<u>14,2</u> 10,2	<u>141,2</u> 26,8	<u>100,0</u> X	<u>6,6 раза</u> 141,1	<u>2,2 рази</u> 262,7
з них фермерські господарства	...	...	<u>0,7</u> 7,8	<u>16,0</u> 28,8	<u>11,3</u> X	...	<u>22,9 раза</u> 369,2

Примітки: *чисельник – валове виробництво продукції сільськогосподарських культур, тис. т;

**знаменник – урожайність сільськогосподарських культур, ц з 1 га.

Аналізуючи дані за 1990 р. (колишня епоха), можна пересвідчитись, що основні обсяги продукції зернових і технічних культур продукувалися у сільськогосподарських підприємствах (98,1% зерна і 100% цукрових буряків та ріпаку). У наступні роки: 2000 р. і 2015 р. (сучасна епоха) ситуація в розрізі років змінилася, однак закономірності залишилися незмінними. Так, зокрема, у 2000 р. почали виробляти значні обсяги продукції вказаних культур у господарствах населення, однак у 2015 р. першість у обсягах виробленої продукції цих культур була повернута сільськогосподарським підприємствам і лише незначна кількість продукції була продукована господарствами населення.

Щодо урожайності зернових та технічних культур. То тут також ситуація майже аналогічна, як із валовими зборами продукції. Деяким

виключенням є показники за 2000 р., однак в наступні роки урожайність поступово стабілізувалася і в 2015 р. вона значно переважала ці показники, що були одержані господарствами населення.

Отож, перехід від однієї епохи аграрних відносин до іншої відобразив певні зміни у виробництві продукції зернових і технічних культур. Однак, з часом, процеси, що відбувалися в цих галузях у розрізі окремих форм господарювання, стабілізували досліджувані показники. Це, у свою чергу, дає підстави стверджувати, що в рослинництві намітилися тверді тенденції щодо пріоритетного розміщення виробництва продукції зернових і технічних культур у крупних господарських формуваннях, якими в умовах Львівщини є сільськогосподарські підприємства.

Не менш важливе значення для розвитку рослинництва мають такі культури, як: картопля, овочі, плодово-ягідні, продукція яких та їх урожайність в розрізі окремих організаційно-господарських структур представлені в таблиці 5.

Таблиця 5

Виробництво та урожайність картоплі, овочів та плодово-ягідних культур у господарських формуваннях Львівщини

Показники	1990 р.		2000 р.	2015 р.		2015 р. у % до	
	тис. т ц з 1га	% до всього	тис. т ц з 1га	тис. т ц з 1га	% до всієї продукції	1990 р.	2000 р.
Картопля – всього	<u>1331,8</u> 163	<u>100,0</u> X	<u>1510,3</u> 143	<u>1622,5</u> 172	<u>100,0</u> X	<u>121,8</u> 104,2	<u>107,4</u> 120,3
у тому числі: господарства населення	<u>1097,6</u> 167	<u>82,4</u> X	<u>1493,3</u> 143	<u>1576,2</u> 170	<u>97,0</u> X	<u>143,6</u> 104,3	<u>105,6</u> 118,9
с/г підприємства	<u>234,2</u> 146	<u>17,6</u> X	<u>17,0</u> 131	<u>46,3</u> 235	<u>3,0</u> X	<u>19,8</u> 160,9	<u>272,3</u> 178,0
з них фермерські господарства	–	–	<u>3,0</u> 116	<u>7,3</u> 169	<u>0,4</u> X	–	<u>243,3</u> 145,7
Овочі – всього	<u>181,8</u> 175	<u>100,0</u> X	<u>268,6</u> 138	<u>483,5</u> 192	<u>100,0</u> X	<u>266,0</u> 109,7	<u>180,0</u> 139,1
у т.ч. госп-ва населення	<u>42,4</u> 138	<u>23,3</u> X	<u>256,5</u> 141	<u>448,2</u> 190	<u>92,7</u> X	<u>10,5 раз</u> 137,7	<u>174,7</u> 134,8
с/г підприємства	<u>139,4</u> 190	<u>76,7</u> X	<u>12,1</u> 96	<u>35,3</u> 223	<u>7,3</u> X	<u>25,3</u> 117,4	<u>291,7</u> 232,3
з них фермерські господарства	–	–	<u>5,5</u> 103	<u>8,8</u> 201	<u>1,8</u> X	–	<u>160,0</u> 195,1
Плоди та ягоди – всього	<u>112,6</u> 46,1	<u>100,0</u> X	<u>90,5</u> 68,4	<u>106,8</u> 79,6	<u>100,0</u> X	<u>94,8</u> 141,9	<u>118,0</u> 116,4
у тому числі:							
господарства населення	<u>110,0</u> 65,8	<u>97,7</u> X	<u>89,3</u> 83,0	<u>96,7</u> 81,2	<u>90,5</u> X	<u>87,9</u> 123,4	<u>108,2</u> 97,8
с/г підприємства	<u>2,6</u> 7,8	<u>2,3</u> X	<u>1,2</u> 4,8	<u>10,1</u> 66,8	<u>9,5</u> X	<u>388,5</u> 8,6 раз	<u>8,4 раз</u> 13,9 раз
з них фермерські господарства	–	–	<u>0,1</u> 8,1	<u>1,4</u> 51,6	<u>1,3</u> X	–	<u>14,0 раз</u> 6,4 раз

Порівнявши дані таблиці 4 і 5 можна пересвідчитись, що тут спостерігаються значні діаметральні протилежності. Не будемо деталізувати кожен із них, а лише звернемо увагу на найбільш істотні. Так, скажімо, у минулу епоху валові збори цих культур та їх урожайність, за виключенням овочевої продукції, продукувались найбільше у господарствах населення. У наступну епоху, зокрема у 2015 р. понад 90 % продукції цих культур вироблялося дрібними господарськими формуваннями, хоча урожайність характеризується деякою строкатістю в розрізі як окремих років, так і форм господарювання. Отож, проведенні дослідження, дають підстави стверджувати, що такі сільськогосподарські культури, як картопля, овочі, плодово-ягідні є пріоритетними для діяльності малих форм господарювання в аграрному виробництві.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

На основі проведення досліджень за даною темою одержані результати дозволяють констатувати наступне, а саме:

- актуальність теми досліджень не викликає сумнівів, адже детальний аналіз показників розвитку як рослинницьких галузей, так і інших складових аграрного виробництва дозволяє найбільш оптимально поєднати специфічні особливості розвитку рослинництва у минулу епоху з досягненням галузі у сучасну епоху і на основі цього спрогнозувати її розвиток на майбутнє. Отже, діалектичне поєднання минулого, сучасного і майбутнього у проведенні досліджень розвитку будь-якого явища у різних сферах суспільних відносин є основою його результативного розвитку як у сучасних умовах, так і на перспективу;

- аналіз наявності площ земельних угідь, їх розподіл між різними формами господарювання (господарствами населення, сільськогосподарськими підприємствами, фермерськими господарствами) як в умовах епохи, що відійшла, так і в епоху, що наступила, показує, що їх структура не є оптимальною (табл.1). Аналогічна ситуація виявлена при дослідженні площ посіву сільськогосподарських культур (табл. 2 і 3). Отож, у сучасних умовах і на перспективу слід особливу увагу приділяти на перерозподіл земельних угідь між аграрними виробниками, з одного боку, та удосконалювати структуру посівних площ сільськогосподарських угідь, з іншого. При цьому надавати пріоритетне значення розширенню посівних площ зернових і технічних культур у крупних господарських формуваннях (в них слід відроджувати також льонарство і хмелярство), а площі всіх інших культур (картопля, овочі, плодово-ягідні тощо) розміщувати у дрібних господарствах. Ці висновки підтверджуються даними про обсяги виробництва продукції та урожайність сільськогосподарських культур (табл. 4 і 5).

Отож, узагальнюючи вищесказане про розвиток рослинницької галузі у минулу і сучасну епоху можна стверджувати, що в умовах сьогодення у розвитку рослинництва сформувались позитивні тенденції щодо розподілу площ земельних угідь, використання їх для посіву різних видів

сільськогосподарських культур та виробництва їх продукції. Щоб ці процеси не гальмувалися як на регіональному, так і державному рівнях слід продовжувати наукові дослідження цих проблем, результати яких повинні бути основою для усунення впливу негативних чинників і сприяти тим напрямам, що забезпечують позитивний розвиток рослинництва. Одночасно зауважимо, що ці тенденції характерні не тільки для рослинницьких галузей, але і для інших складових національного господарства України. І, на кінець, крупні та дрібні форми господарювання слід не протиставляти одна одній, а найбільш оптимально поєднувати їх можливості у розвитку рослинництва зокрема та аграрного виробництва взагалі.

Список використаних джерел (References):

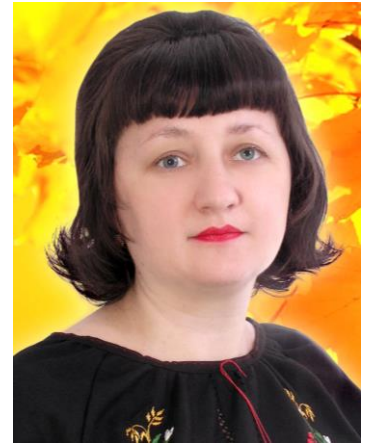
1. Горьовий В.П. Фермерство України: теорія, методологія, практика: монографія / В.П. Горьовий. – К.: Інститут аграрної економіки, 2007. – 538 с.
2. Долгіх Я.В. Метод ДЕА при оцінці ефективності виробництва і реалізації продукції рослинництва / Я.В. Долгіх. – Економіка АПК. – 2016. – №4. – С. 33-38.
3. Захарчук О.В. Аналіз розвитку високопродуктивних сортів і насіння сільськогосподарських культур. / О.В. Захарчук. – 2016. – №3. – С. 57.
4. Захарчук О.В. Економіка насінництва / О.В. Захарчук. – К.: ННЦ ІАЕ, 2015. – 272 с.
5. Збарський В.К. Сільське господарство України: поступи розвитку (у цифрах і фактах): навч. посіб / В.К. Збарський, В.П. Горьовий. – К.: НУБіП України, 2009. – 391 с.
6. Історична наука: термінологічний і понятійний довідник: Навч. посіб. / В.М. Литвин, В.І. Гусев, А.Г. Слюсаренко та ін. – К.: Вища школа, 2002. – 430 с.
7. Лайко П.А. Страхування природно-кліматичних ризиків у рослинництві: монографія / П.А. Лайко, С.Д. Пушак. – К.: Інститут аграрної економіки, 2009. – 320 с.
8. Лещенко Л. Оптимізація ресурсних витрат при вирощуванні продукції рослинництва на основі еколого-стабілізуючих заходів / Л. Лещенко // Теорія і практика розвитку агропромислового комплексу та сільських територій: матеріали XVIII Міжнародного науково-практичного форуму, присвяченого пам'яті Ярослава Зайшлога, 20 вересня 2017 р. – Львів: Ліга-Прес, 2017. – С. 147-152.
9. Лясковець Е. Подальші кроки економічної реформи / Е. Лясковець. – Економіка, закон, ринок. №4. – 1994. – С. 37.
10. Прокопа І.В. Господарства населення в сучасному аграрному виробництві і сільському розвитку / І.В. Прокопа, Т.В. Беркута. – К.: Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2011. – 240 с.
11. Розвиток різноукладності на селі: особливості, проблеми / В.В. Юрчишин. Л.М. Шевченко, В.Х. Брус та ін.; За ред. В.В. Юрчишина. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 446 с.

-
12. Селянські (фермерські) господарства Львівщини / Статистичний збірник. – Львів, 1994. – 59 с.
13. Система організаційно-економічних механізмів функціонування основних агропродовольчих підкомплексів рослинництва України / Шпичак О.М., Бондар О.В., Кобута І.В. та ін.]; за ред. О.М. Шпичака. – К.: Ніглава, 2009. – 406 с.
14. Смит Адам. Исследование о природе и причинах богатства народов (Книги I-III). – М.: Наука, 1992. – 572 с.
15. Статистичний щорічник Львівської області за 2015 рік. Частина 1 / За ред. С. Зимовіної. – Львів, 2016. – 362 с.
16. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / [за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка] – 2-ге вид. перероб. і доп. – К.: ННЦ ІАЕ. – 218 с.
17. Фермери України можуть нагодувати 200 мільйонів чоловік / Високий замок. – 1 червня 1995 р.
18. Шмелёв Н. Шанс на спасение / Н. Шмелёв // Известия. – 23 октября 1991.
19. Шульський М.Г. Тенденції змін внесення добрив під сільськогосподарські культури у сільськогосподарських підприємств / М.Г. Шульський // Розвиток національної економіки: теорія і практика: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 3-4 квітня 2015 року, проведеної на базі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Івано-Франківськ – Тернопіль: Крок, 2015. – Ч. 1. – С. 370-371.

УДК 332.3:338.432:332.122

Лазарєва Олена Володимирівна

доктор економічних наук, доцент, доцент
кафедри управління земельними ресурсами
Чорноморського національного університету
імені Петра Могили



НОВІТНІЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ ПЛАНУВАННЯ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ НА ОСНОВІ ФОРСАЙТУ

Лазарєва О.В.

THE NEWEST VECTOR OF DEVELOPMENT OF PLANNING OF LAND- TENURE IS ON THE BASIS OF FORESIGHT

Lazarieva O.

НОВЕЙШИЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЗЕМЛЕПОЛЬЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ФОРСАЙТА

Лазарева Е.В.

В статті розкрито сутність методології форсайту в землекористуванні як сучасного наукового підходу до стратегічного планування використання землі, що спрямований на підвищення ефективності сільськогосподарського землекористування. Розкриті етапи становлення і розвитку форсайту. Сформовано тенденції планування територіального розвитку сільськогосподарського землекористування на основі форсайту. З'ясовано, що потенціал форсайт проектів визначається можливістю використання переваг регіону чи окремих територій. Наголошено, що форсайту у системі планування використання земельних ресурсів є важливою конкурентною перевагою сільськогосподарського землекористування.

Ключові слова: *землекористування, прогнозування майбутнього, планування територіального розвитку, експериментальні центри, форсайт.*

In the article essence of methodology of foresight is exposed in land-tenure as a modern scientific approach of strategic planning of the use of lands, that sent to the increase of efficiency of agricultural land-tenure. Exposed stages of

becoming and development of foresight. The tendencies of planning of territorial development of agricultural land-tenure are formed on the basis of foresight. It is found out, that potential of foresight projects is determined by possibility of taking advantage of region or separate territories. It is marked, that foresight in the system of planning of the use of the landed recourses is the important competitive advantage of agricultural land-tenure.

Keywords: land tenure, prognostication of future, planning of territorial development, experimental centers, foresight.

В статье раскрыта сущность методологии форсайт в землепользовании как современного научного подхода к стратегическому планированию использования земли, которые направлены на повышение эффективности сельскохозяйственного землепользования. Раскрыты этапы становления и развития форсайта. Сформированы тенденции планирования территориального развития сельскохозяйственного землепользования на основе форсайта. Выяснено, что потенциал форсайт проектов определяется возможностью использования преимуществ региона или отдельных территорий. Отмечено, что форсайт в системе планирования использования земельных ресурсов является важным конкурентным преимуществом сельскохозяйственного землепользования.

Ключові слова: землепользование, прогнозирование будущего, планирование территориального развития, экспериментальные центры, форсайт.

Постановка наукової проблеми (Introduction). На сучасному етапі розвитку земельних відносин очевидним стало, що ключовим питанням у забезпеченні сталого розвитку аграрного сектора економіки є не стільки кількість земельних ресурсів, в першу чергу сільськогосподарських угідь, їх розподіл і перерозподіл між суб'єктами господарювання на землі, скільки створення сприятливого середовища для підвищення ефективності їх використання як головного засобу сільськогосподарського виробництва і сталого відтворення ґрунту, і на цій основі забезпечення швидкого зростання продуктивних сил, як умови, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності сільськогосподарського землекористування, поліпшенню стандартів якості життя громадян України і її регіонів. Ці завдання, які враховують одночасно економічні, соціальні та екологічні процеси у сільськогосподарському землекористуванні, досягаються шляхом стратегії як центральної ланки радикального оновлення землекористування.

Джерелом і спонукальним мотивом формування стратегії на інноваційній основі є соціально-економічні, екологічні потреби та науково-технічний прогрес суспільства, зв'язаний із здійсненням самого процесу раціонального землекористування, територіальною організацією сільськогосподарського виробництва.

Одним із найбільш ефективних інструментів, які можуть бути використані для планування соціально-економічного розвитку сільськогосподарського землекористування є форсайт (від англ. Foresight – «погляд у майбутнє»).

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). У наукових працях вітчизняних вчених розкриваються лише окремі аспекти впливу територіального планування на просторову організацію території.

В наукових працях Дорош О.С. [1] сформовано теоретико-методологічні засади територіально-планувального забезпечення земельної політики комплексного соціо-еколого-економічного спрямування.

В дослідженнях Третяка А.М. [2] розкрито завдання на напрями територіального планування, які повинні вирішуватися в місцевих програмах розвитку землекористування як первинного планувального документа на місцевому рівні.

За словами Ботезата О.П. [3] комплексний підхід передбачає участь у плануванні державних, регіональних, місцевих органів влади для узагальнення досвіду, урахування пропозицій щодо управління земельними ресурсами на базі комплексного аналізу кадастрових даних.

Варто відзначити, що у вітчизняній економіці економічна категорія «форсайту» поки що знаходиться у стадії свого становлення, хоча нині вже є перші спроби розкриття його змісту.

Процесу розвитку форсайту та вивченню його змісту і ролі присвятили свої праці Салазкин М.Г. та Бокова В.А. [4], Куклина І.Р., Ютанов Н.Ю. [5], Моргунов Є.В. [6], Окландер Т.О. [7], Осипов В.М. [8], Соколов А.В. [9], Федулова Л.І. [10] та ін.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). На жаль, у вітчизняній системі управління землекористуванням про форсайт як методологію територіального планування використання земельних ресурсів, його роль у соціально-економічному розвитку земельних відносин та раціональному використанні землі відсутні наукові дослідження, концепція його застосування та організаційна система управління у цій сфері. Залишаються нерозкритими питання прогнозування майбутнього землекористування з врахуванням альтернатив його розвитку.

Мета статті (Main purpose of the article) – обґрунтування перспектив впровадження методології форсайту у територіальне планування землекористування.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Зважаючи на нестабільну, можна сказати, кризову ситуацію у сільськогосподарському землекористуванні, необхідно прикласти чимало зусиль, щоб сформувати методологічні основи і навчитись використовувати форсайт у процесі планування використання землі, спрямований на підвищення ефективності сільськогосподарського землекористування, підвищення стандартів якості

життя громадян на основі розумних взаємовідносин між органами влади, бізнесом, інституціями громадянського суспільства та ін.

Серед широкого спектру визначень сутності форсайту досить показовим визначенням його є: «Форсайт – це систематичні спроби заглянути у довгострокове майбутнє розвитку науки, технології, економіки і суспільства з метою визначити стратегічні галузі наукових досліджень та появу базових технологій, від застосування яких можна очікувати найбільші економічні і соціальні вигоди» [12, с. 12].

Загалом, форсайт від інших інструментів оцінки майбутнього економіки країни чи окремого регіону, в тому числі аграрного сектора економіки, полягає не у «вгадуванні» їх майбутнього [13, с. 97-113], а в прийнятті конкретних рішень, що дадуть можливість сформувати майбутнє таким, яким хоче його бачити суб'єкт управління. Тобто, тут мова йде про те, що майбутнє землекористування не просто прогнозується, а проектується, роблячи ставку на прикладання менших чи більших зусиль у контексті матеріально-фінансового, науково-технічного, технологічного, організаційного та іншого забезпечення, за умови узгодженості дій сторін – бізнесу і держави, політиків і спеціалістів-практиків, розвитку фундаментальних і прикладних досліджень у вибраних сферах, прогнозування розвитку нових технологій використання землі та ін.

Крім того, форсайт передбачає врахування широкого спектра альтернатив майбутнього розвитку, залучення широкого кола різнопрофільних, але зацікавлених груп учасників, міждисциплінарного підходу з метою охоплення всіх факторів, що можуть вплинути на майбутні процеси розвитку землекористування.

Відзначимо, що становлення і розвиток форсайту пройшов значний шлях. Так, аналіз літературних джерел [14, с.60] свідчить про виділення трьох етапів форсайту:

- підготовчий етап (60-і роки ХХ ст.), де окремі методи форсайту (метод Delphi) використовували спочатку у США, а пізніше у Японії переважно для оборонних досліджень;

- перший етап – 80 рр. ХХ ст. – технологічний форсайт, за допомогою якого у Японії, Франції, Великобританії визначали перспективи розвитку науково-технічної сфери;

- другий етап – ринково-орієнтований форсайт, який за своєю сутністю являє собою оцінювання соціально-культурних наслідків, пов'язаних з появою та впровадженням ІТ-індустрій. На цьому етапі форсайт-дослідження активно починають здійснювати у країнах Європи, США та Азіатсько-Тихоокеанського регіону;

- третій етап – початок ХХІ ст. (і дотепер) визначений подальшим розвитком форсайту, отримавши назву соціально-економічний форсайт, де сконцентрована увага на обговоренні соціальних проблем країни.

Логічно у цьому зв'язку відзначити, що етапи розвитку форсайту змінювались із ходом розвитку держави і на сьогоднішній день він все

більше трансформується у сферу економічних, соціальних, громадських, культурних та ін відносин. Він стає визначальним фактором (явищем) як в адміністративних структурах, так і в офісах сучасного бізнесу, спрямованим на підвищення конкурентоспроможності відповідних галузей і секторів економіки.

Не випадково нині у понад 40 країнах світу при розробці планів стратегічного розвитку і розміщення продуктивних сил використовують форсайт. Серед європейських країн форсайт найбільш використовують Австрія, Бельгія, Болгарія, Кіпр, Чехія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Ірландія, Італія, Португалія, Іспанія, Швеція, Великобританія, Норвегія [7, с. 228-229], що свідчить про великі перспективи цього напрямку як виду управлінської діяльності, що «включає формування цілей об'єкта управління, пошук найбільш ефективних методів і засобів, необхідних для досягнення цих цілей, формування системи показників, що визначають хід робіт з досягнення поставлених цілей» [15, с. 14] і дає підстави для вивчення досвіду цих країн з наступним використанням в Україні.

Розглядаючи еволюцію методів планування територіального розвитку, в тому числі сільськогосподарського землекористування, які використовують форсайт, чітко простежуються наступні основні тенденції: проектно-плановий підхід, в основі якого є ціль досягнення бажаного стану об'єкта управління у перспективі. Проте недоліком такого підходу, як показала багаторічна практика господарювання на землі, є недооцінка впливів зовнішнього середовища на весь запроектований період на об'єкт управління, яке, фактично, визначає ефективність об'єкта стратегічного планування. Успіх проектно-планового підходу може бути досягнутий лише за умови соціально-економічної, політичної, правової, демографічної та ін стабільності в країні, чого у природі не буває. Тому не випадково за час виконання плану ситуація зовнішньому середовищі так змінюється, що досягнення цілей стає надзвичайно обмеженим.

Крім того, комплекс недоліків, що виникають у зв'язку з недооцінкою впливів зовнішнього середовища на процес досягнення цілей, доповнюється відсутністю механізмів реалізації планів, а головне те, що інтелектуальний капітал залишається поза процесом впровадження згадуваних планів у дію після завершення їх розробки;

– програмний підхід, суть якого полягає в тому, що суб'єкт управління формує стратегію, що являє собою сукупність принципів вибору цілей і засобів таким чином, щоб реалізувати цілі в залежності від ситуації, яка склалася на момент відповідного періоду. Власне, у цьому випадку суб'єкт управління на основі «технологічної дорожньої карти» поетапно формує конкретні цілі та механізми їх досягнення у ході реалізації стратегічного плану. Між тим важливо відзначити, що у стратегію, як і в концепцію, що виражає основні ідеї, які лежать в основі програми, можуть вноситись будь-які корективи, що виникли на кожному із етапів її

досягнення, виходячи з наявних ресурсів та обмежень за умови збереження єдності короткострокових елементів у складі стратегічного плану.

Тобто, ми виходимо з того, що стратегічне планування – це не директива, яку «добровільно-примусово» потрібно виконувати і яка обмежує можливості будь-якого внесення змін і доповнень з боку контролюючих органів, а, навпаки, внесення тих змін, що впливають з інтересів населення, суб'єктів господарювання на землі, знаходження консенсусу між владою, бізнесом, громадянами від місцевої громади до держави.

Варто відзначити, що потенціал Форсайт-проектів визначається можливістю використання переваг регіону чи окремих територій (місце розміщення, близькість до ринків, демографічні особливості, розвинутість інфраструктури, розвиток формальних і неформальних інститутів тощо), які відрізняють його від інших регіонів.

З метою пошуку оптимального управлінського рішення щодо стратегічного планування соціально-економічного, екологічного розвитку сільськогосподарського землекористування використовуються комбінації різних методів планування: метод Дельфі; розробка сценаріїв планування; технологічно-дорожня карта; SWOT-аналіз; аналіз взаємного впливу факторів та ін.

Найбільш поширеним методом Форсайта є метод Дельфі, суть якого полягає в тому, щоб за допомогою низки послідовних дій-опитувань, інтерв'ю, мозкових атак досягти максимального очікуваного правильного рішення. Важливим принципом цього методу є умова залучення незалежних експертів, які не знають один одного, що виключає груповий вплив на прийняття відповідного рішення, яке може мати місце при колективній роботі. Методологічно метод Дельфі проводиться у три етапи: підготовчий, основний та аналітичний, на якому проводиться дослідження думок експертів, аналіз отриманих висновків і розробка кінцевих рекомендацій.

Щодо сценаріїв планування, то вони визначаються, насамперед, тим, якою буде відповідь суспільства на ті виклики, які стоять перед ним у майбутньому періоді. Насамперед, йдеться про те, як суспільство буде ставитись до проблеми економічного, ефективного та раціонального використання земель, охорони земельного фонду, відтворення родючості ґрунту як головної умови національної безпеки держави. Стає очевидним, що альтернативи сталому розвитку землекористування немає, і така постановка питання нині набуває конкретного соціально-економічного та екологічного змісту у формі ухвалення екологічних законопроектів, розробки екологічних програм та планів.

Таким чином, є всі підстави говорити, що найбільш сприятливим сценарієм розвитку сільськогосподарського землекористування є сценарій його сталого розвитку або так званий сценарій «пріоритет-стратегія» [15, 17], який потребує від державних органів влади, органів місцевого

самоврядування перегляду цінностей, поступів у користь екологізації екосистем.

При оптимальному поєднанні приведених методів планування за умови повної мобілізації інтелектуального потенціалу вчених, різних верств населення, фінансових, науково-технічних, організаційних ресурсів, методологія форсайт слугуватиме довгостроковим перспективам розвитку економіки країни, в тому числі сільськогосподарського землекористування, а не кон'юктурним інтересам окремих груп людей.

У цьому зв'язку, заслуговує на увагу думка російського вченого Є.В. Моргунова [6], який пропонує підготовку проектів по форсайту дослідженням покласти на Міжвідомчу комісію Ради національної безпеки з проблем стратегічного планування, яка б спільно з провідними академічними інститутами і/чи вузами країни могли б відповідати за ці дослідження.

На тлі глобалізації процесів, що відбуваються в Україні, Сорока М.П. [11, с. 377-378] розглядає можливість впровадження в Україні Експериментальних центрів, до роботи в яких були б залучені експерти різних сфер суспільного життя, які б займалися питаннями стратегічного планування, здійснювали моніторинг, узгодження, супровід та контроль відповідних рішень. Саме такі центри могли б стати особливо важливим організаційним інструментом у трансфері даної методики, професійного обстоювання економічних інтересів суб'єктів господарювання на землі, розроблення та реалізації заходів у рамках стратегії конкурентоспроможності в умовах відкритості економіки та міжнародної інтеграції.

На сьогодні в країні створено більше 20 експертних центрів, що працюють за 45 напрямками [11, с. 379], метою яких є створення наукоємних структур та підвищення конкурентоспроможності існуючих, що докладають значних зусиль у контексті розробки стратегічних планів.

Акцентуємо увагу, що якісно побудована система форсайту визначається системою функцій тих установ, що відповідають за його реалізацію, до яких відноситься [11]:

- прогнозування розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної сфер, ринків наукоємної продукції і послуг, експертизи і підготовки висновків по проектах національних цільових програм, міжгалузевих і міждержавних науково-технічних програм;
- єдиний реєстр результатів науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт;
- управління діяльністю національних центрів науки і високих технологій, державних наукових центрів, провідних наукових шкіл і інформаційне забезпечення наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності та ін;
- визначення та реалізація пріоритетів у сфері проблемно-орієнтованих пошукових і прикладних досліджень в інтересах отримання нових знань;

– розвиток систем, спрямованих на реалізацію наукових і технологічних пріоритетів, що фінансуються з центрального бюджету, в тому числі тих, що забезпечують національну безпеку та конкурентоспроможність економіки;

– сприяння розвитку інфраструктури інноваційної діяльності, механізмів стимулювання інноваційної активності організацій усіх секторів економіки та вдосконалення системи фінансової підтримки інноваційної діяльності та ін.

Отже, можна зазначити, що в сільськогосподарському землекористуванні територіальне планування на основі методології форсайт як інноваційного підходу до стратегічного планування використання землі відіграє винятково важливу роль та передбачає прийняття на основі прогнозування конкретних рішень (рис. 1), що дасть змогу сформувати майбутнє таким, який хоче його бачити суб'єкт управління.

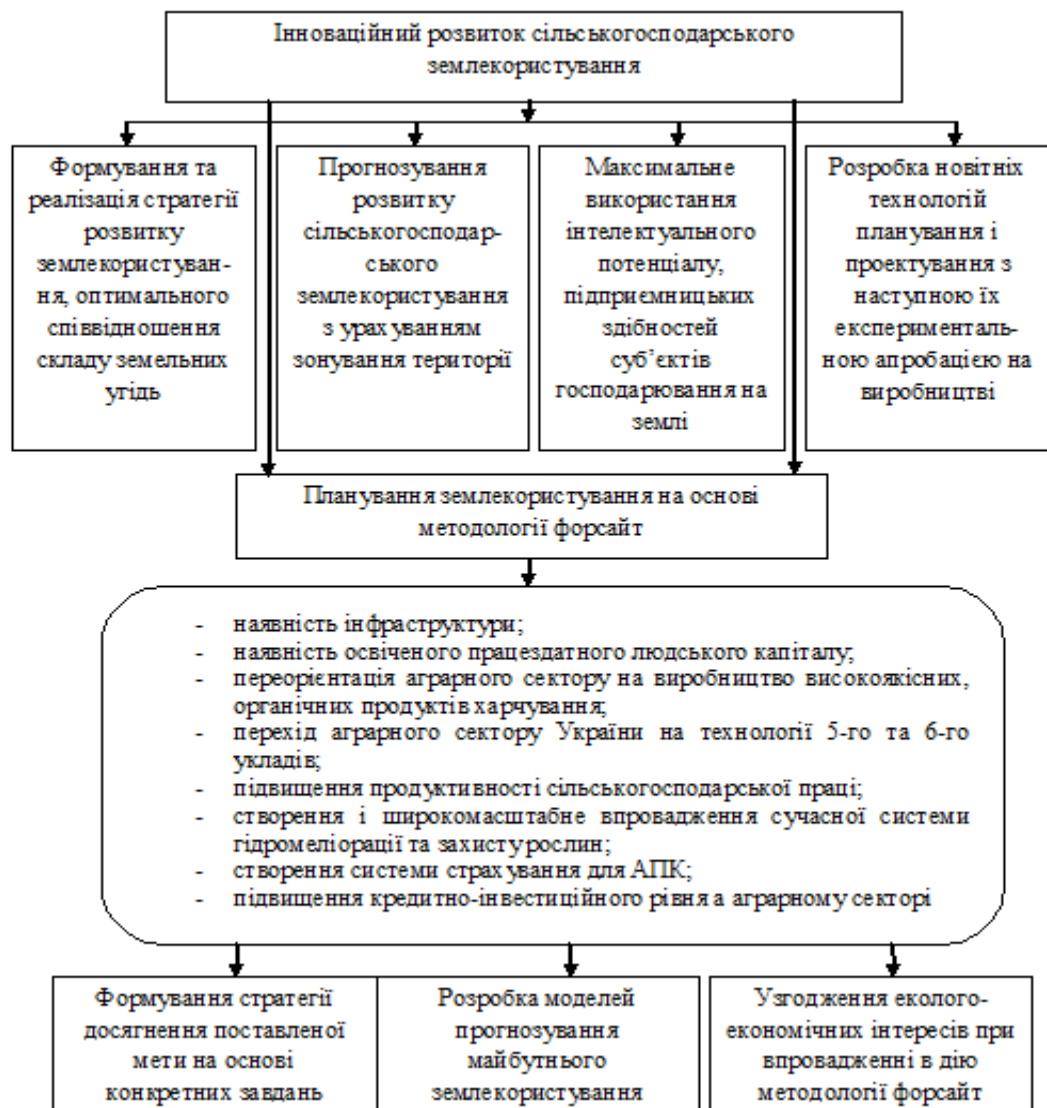


Рис. 1. Методологія форсайту як сучасного наукового підходу до стратегічного планування використання землі

Джерело: Сформовано автором

Підсумовуючи вище викладене, можна зробити висновок про важливість форсайту у системі планування використання земельних ресурсів, зростання земельного капіталу, збереження і відтворення родючості ґрунтів як важливої конкурентної переваги сільськогосподарського землекористування.

Об'єднавши потенціал вчених, органів влади, громадянського суспільства, новітні інформаційно-комунікаційні засоби навколо проблеми проведення форсайту, уряд країни, суб'єкти господарювання на землі, за умови фінансування діяльності в галузі науково-дослідних робіт, можуть досягти високої ефективності функціонування системи стратегічного планування у контексті управління і регулювання сільськогосподарським землекористуванням як відповіді на основні потреби різних верств цивілізованого суспільства.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Сучасний рівень розвитку сільськогосподарського землекористування висуває на передній план важливість такого інструменту як форсайт, орієнтованого на створення соціально-економічної та екологічно ефективної економіки землекористування, що забезпечує послідовне підвищення стандартів якості життя людей, конкурентоспроможність аграрного сектора економіки, раціональне використання і охорону землі. В умовах нової фази розвитку суспільства нині підвищена увага до форсайту, оскільки він себе проявляє не у «вгадуванні» майбутнього шляхом прогнозування, а в проектуванні з урахуванням матеріально-фінансового, науково-технічного, технологічного, організаційного та іншого забезпечення, використовуючи вітчизняний та узагальнений іноземний досвід сільськогосподарського землекористування.

Організаційно-правові форми розвитку форсайту передбачають проектно-плановий підхід, в основі якого є ціль досягнення бажаного стану землекористування у перспективному періоді. Але такий сценарій супроводжується інституціональним розривом, оскільки недооцінюється вплив зовнішнього середовища на весь запроєктований період, через що досягнення цілей стає надзвичайно обмеженим. На відміну від проектно-планового підходу, програмний підхід знаходить своє відображення в стратегії, що являє собою сукупність принципів вибору цілей і засобів таким чином, щоб реалізувати цілі в залежності від ситуації, що склалась на момент відповідного періоду. У цьому випадку суб'єкт управління на основі «технологічної дорожньої карти» поетапно формує конкретні цілі та механізми їх досягнення.

Отже, методологія форсайт полягає в прийнятті конкретних рішень у сфері землекористування, що дасть змогу сформулювати майбутнє таким, яким хоче його бачити суб'єкт управління. Форсайт передбачає врахування альтернатив майбутнього розвитку, залучення різнопрофільних груп учасників, міждисциплінарного підходу з метою охоплення всіх чинників, що можуть вплинути на майбутні процеси розвитку землекористування.

Ефективність форсайту як сучасного наукового підходу до стратегічного планування використання землі досягається шляхом узгодженості дій між бізнесом і державою, політиками і спеціалістами-практиками, пом'якшення суперечностей між ресурсовикористанням та ресурсозберігаючим ефектом. У системі планування земельних ресурсів форсайт є важливою умовою формування конкурентної переваги сільськогосподарського землекористування.

Список літератури (References).

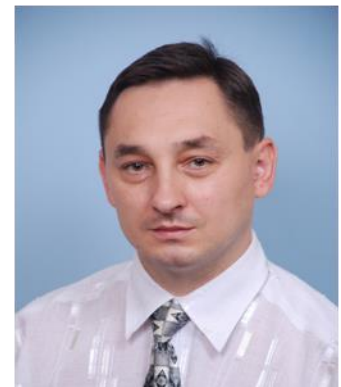
1. Дорош О.С. Територіальне планування землекористування в умовах нових земельних відносин: теорія, методологія і практика: авторефер. дис. д-ра екон. наук : 08.00.06 / Дорош Ольга Степанівна ; Ін-т екон. прогнозування та сталого розвитку НАН України. – Київ, 2013. – 41с.
2. Третьак А. М. Територіальне планування землекористування в контексті формування фінансової стійкості об'єднаних територіальних громад / А.М. Третьак, В.М. Третьак, Т.М. Прядка, Н.А. Третьак // Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. – 2017. – № 1. – С. 21-27.
3. Ботезат О.П. Комплексний підхід у плануванні використання земельних ресурсів [Електронний ресурс] / О.П. Ботезат // Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua>
4. Бойкова М.В. Салазкин М.Г. Форсайт в Германии / М.В. Бойкова, Салазкин М.Г. // Форсайт. – 2008. – № 1. – С. 35-38.
5. Куклина И.Р., Ютанов Н.Ю. Форсайт как инструмент управления будущим / Куклина И.Р., Ютанов Н.Ю. // Наука. Инновации. Образование. – 2008. – Вып. 5. – С. 55-57.
6. Моргунов Е.В. Метод «Форсайт» и его роль в управлении технологическим развитием страны: Монография «Проблемы развития рыночной экономики» / Под ред. В.А. Цветкова. – М.: ЦЭМИ РАН, 2011. – С. 97-113.
7. Окландер Т.О. Форсайт як організаційно-управлінська інновація / Т.О. Окландер // Економічні інновації. – 2011. – Вип. 43. – С. 228-229.
8. Осипов В.М. Роль форсайту в управлінні субрегіонами / В.М. Осипов, І.Л. Парасюк, О.О. Ворожейкін // Економічні інновації. – 2012. – Вип. 47. – С. 197-205.
9. Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее / А.В. Соколов // Форсайт. – 2007. – № 1. – С. 37.
10. Федулова Л. І. Форсайт: сучасна методологія технологічного прогнозування / Л. І. Федулова // Економіка і прогнозування. – 2008. – № 4. – С. 124–138.
11. Сорока М.П. Державне стратегічне планування розвитку регіонів України: теорія, методологія, практика: монографія / М.П. Сорока. – Донецьк: Юго-Восток, 2012. – 519 с.
12. Ben R. Martin Technology foresight in a rapidly globalization / international Practice in Technology Foresight. – Vienna: UNIDO. – 2002. – p. 12.

13. Цветков В.А. Проблемы развития рыночной экономики. – М.: ЦЭМИ РАН, 2011. – С. 97-113.
14. Іббатулін Ш. Передумови формування стратегічної моделі управління земельними ресурсами в Україні / Ш. Іббатулін, О. Скаль // Журнал економіст. - № 11. – 2013. – С. 60-63.
15. Информационно-географическое обеспечение планирования стратегического развития Крыма / Под ред. Багрова Г.В., Бокова В.А. и др. – Симферополь: Ди Ай Пи. – 2006. – 188 с.
16. Raskin P. and Kemp. – Benedict E (2002) Global Environment Outlook Scenario Framework. UNEP/DEWA Technikal Report Programme.
17. Richard Grover European Union Accession and Land Tenure Data in Central and Eastern Europe // Shaping the Change XXIII FIG Congress Munich, Germany, October 8-13, 2006.

УДК 631.1: 631.82

Охріменко Ігор Віталійович

доктор економічних наук, професор, проректор з навчальної та наукової роботи Київського кооперативного інституту бізнесу і права



ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Охріменко І.В.

ECONOMIC EFFICIENCY OF USE OF AGRICULTURAL LAND

Okhrimenko I.V.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ

Охрименко И.В.

В статті досліджуються питання методичного забезпечення визначення собівартості сільськогосподарської продукції на прикладі витрат, пов'язаних із використанням землі. Доводиться, що включення витрат на добрива в даний час здійснюється за методикою, яка суперечить інтересам господарської практики. Розглядається проблема встановлення розміру орендної плати за земельні паї, рівень якої є недостатній.

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

Ключові слова: витрати, земля, добрива, методичні рекомендації, орендна плата, земельні паї.

The article investigates the methodology of determining the cost of agricultural production on the example of the costs associated with the use of land. It is shown that inclusion of the cost of fertilizer is being carried out by methods which conflict with the interests of business practice. The problem of determining the amount of rent for land units, the level which is insufficient.

Key words: cost, land, fertilizer, guidelines, rents, land units.

В статье исследуются вопросы методического обеспечения определения себестоимости сельскохозяйственной продукции на примере затрат, связанных с использованием земли. Доказывается, что включение затрат на удобрения в настоящее время осуществляется по методике, которая противоречит интересам хозяйственной практики. Рассматривается проблема установления размера арендной платы за земельные паи, уровень которой является недостаточным.

Ключевые слова: затраты, земля, удобрения, методические рекомендации, арендная плата, земельные паи.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Теза про те, що земля є основним багатством нашої держави є загальновідомою, проте вона породжує щонайменше одне принципове питання. Полягає воно в тому, що з огляду на традиційно високу оцінку українських земель, озвучене багатство не дозволяє його таким вважати з позицій рівня життя його власників. Відповідно приходимо до, загалом, ненового, але концептуально важливого висновку про пріоритетність підходів до використання тих чи інших цінностей над володінням ними. Простіше кажучи, мати багатство, тобто в даному випадку землю недостатньо, необхідно ще й уміти нею скористатися. Причому, говорячи про використання землі, ми маємо на увазі широке значення цього слова, яке не зводиться лише до технологічних моментів в отриманні хорошого врожаю. Ефективне землекористування має супроводжуватися системою самих різноманітних заходів, які б стосувалися експлуатації землі. Одним із напрямів цієї роботи є розробка належного методичного забезпечення по визначенню ефективності використання землі. Як показує досвід, цей бік справи в господарській практиці нашої країни є далеким від задовільного.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). З огляду на важливість проблеми використання землі, дана тема ніколи не була обділена увагою як науковців, так і представників державної влади та бізнесу. І в Україні, і за кордоном завжди були і є фахівці з різних аспектів дослідження землі та земельних відносин. Так, в нашій країні проблематикою ринку землі займалися Ю.Д.Білик, І.А.Колесник,

М.Ю.Яковенко; питання економічного обороту землі досліджували П.І.Гайдуцький, І.І.Лукінов, В.Я.Месель-Веселяк, П.Т.Саблук, А.М.Третяк, В.М.Трегобчук, М.М.Федоров; науково-методичні засади оцінки землі розробляли Ю.Ф.Дехтяренко, Д.С.Добряк, О.І.Драпіковський, І.Б.Іванова, О.П.Канаш.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). В цілому можна стверджувати, що основні теоретико-методологічні та методичні підходи щодо економічного боку використання землі в Україні розроблені досить непогано. Разом з тим, розвиток науки та динамізм ринкових ситуацій весь час породжує нові напрямки дослідження, одним із яких, на нашу думку, є проблема калькулювання витрат, що пов'язані із використанням землі. Проведений нами аналіз, показав, що, на даний момент вона є досить актуальною і потребує негайного вирішення.

Мета статті (Main purpose of the article) – привернути увагу до проблемних моментів у включенні до собівартості сільськогосподарської продукції витрат, безпосередньо пов'язаних із землею та запропонувати підходи до їх вирішення.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Комплексний аналіз характеристик сільського господарства як особливої галузі національної економіки, на наш погляд, завжди варто починати із такого унікального засобу виробництва, як земля. За своєю природою вона кардинально відрізняється від абсолютної більшості інших засобів виробництва, що закономірно породжує певні особливості у її використанні. Наприклад, це стосується її можливостей відновлювати свої виробничі характеристики. Будь-який засіб виробництва з часом зношується і стає непридатним для господарської діяльності. Різноманітні види його оновлення, в тому числі і капітальний ремонт, можуть лише тимчасово відстрочити цей момент. Щодо землі, то основна її характеристика, яка використовується у виробництві – родючість, теоретично може відновлюватися нескінченну кількість разів. Зокрема, академік ВАСГНІЛ Т.С.Мальцев першим довів, що в певних умовах однорічні можуть підвищувати родючість ґрунту і накопичувати гумус [1, с.532]. Проте для цього необхідно докладати певних зусиль, чого досить часто не робиться.

Так, якщо говорити про Україну, то вміст гумусу, який є головним фактором впливу на родючість, в її землях постійно зменшується. У доповіді, яку підготували співробітники Державного технологічного центру охорони родючості ґрунтів Міністерства аграрної політики та продовольства України, вказується, що за останнім часом кожні п'ять років вміст гумусу в ґрунтах України зменшується на 0,05 %. Від'ємний баланс поживних речовин у ґрунтах, починаючи з 1990 р., майже подвоївся і становить 116 кг/га. Таким чином, дефіцит поживних речовин складає понад 2 млн. т [2, с.2]. Загалом же за останні 100 років ґрунти України втратили четверту частину гумусу,

причому в останній час цей процес набирає все більшого прискорення [3, с.67].

Тобто, незважаючи на те, що при належному догляді за землею, який в обов'язковому порядку передбачає повернення винесених поживних речовин, земля може зберігати і навіть примножувати свої виробничі характеристики, цього в силу певних причин не відбувається. Земля використовується як звичайний засіб виробництва при ігноруванні її унікальних властивостей. Разом з тим, вказана особливість має і іншу сторону, що може призвести до досить сумних наслідків. Йдеться про те, що земля, втративши в результаті безгосподарського до себе відношення свої виробничі властивості, потребуватиме на їх відновлення значно більше часу ніж інші засоби виробництва.

Стосовно впливу особливостей землі, як засобу виробництва на процес формування витрат та собівартості в сільському господарстві, то насамперед це стосується внесення та винесення поживних речовин при вирощуванні сільськогосподарських культур. Зокрема, на практиці ситуація складається наступним чином – вимірюються і відповідно закладаються у собівартість витрати не на ті поживні речовини, що виносяться рослинами із ґрунту, а лише ті, що вносяться і можуть бути легко порахованими. Таким чином, собівартість, визначена за такою методикою, при невідшкодуванні винесених поживних речовин буде заниженою. З іншого боку, хоч для України це буде і нетиповим, але з цих же міркувань собівартість може бути і завищеною. Внесені добрива, пораховані в поточному році, можуть приносити користь ще й в наступних роках. Тобто, незважаючи на певні складнощі у масовому і постійному вимірюванні кількості винесених із ґрунту поживних речовин, для достовірного визначення собівартості, калькулювати слід вартісну оцінку лише цих речовин.

Оскільки внесення мінеральних та органічних добрив вже давно стало обов'язковою умовою підвищення урожайності сільськогосподарських культур, то в Методичних рекомендаціях з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств вони виділені окремим пунктом - 310, в якому вказано: “До статті “Добрива” включаються витрати на внесені в ґрунт під сільськогосподарські культури органічні, ... мінеральні, бактеріальні, інші добрива та мікродобрива” [4].

Тобто в даному випадку, як ми вже звертали увагу, йдеться про фактичне внесення добрив. Якщо ж вони не вносяться, то, відповідно, і витрат немає. Проте сільськогосподарські культури для свого росту використовують не ті поживні речовини, які вносяться чи не вносяться з добривами, а насамперед ті, що містяться в ґрунті. Тому, незалежно від того, вносяться добрива чи ні, рослини братимуть поживні речовини із ґрунту. При цьому якщо винесені рослинами речовини не будуть компенсованими за рахунок внесення добрив, поживність ґрунту буде знижуватися. Таким

чином, якщо добрива не вносяться, то це зовсім не означає, що немає витрат на поживні речовини, необхідних для отримання врожаю.

Разом з тим в сільськогосподарському виробництві України цей аспект якщо і береться до уваги, то не з позицій виробництва, а лише як проблема екології. Виробництво практично не цікавиться обсягами поживних речовин необхідних для отримання тієї чи іншої врожайності, натомість вносячи в ґрунт стільки добрив, скільки може собі дозволити. При цьому фахівці відзначають, що навіть у найбільш сприятливі 70-80-і роки в сільськогосподарських підприємствах шляхом внесення органічних та мінеральних добрив поверталось не більше 75 % вилучених рослинами поживних речовин [5, с.28]. А при фінансовій обмеженості сільськогосподарських підприємств, добрив вноситься не більше 7-8 % до науково обґрунтованої потреби [6, с.4]. Навіть порівняно з 1990 р. обсяг внесення мінеральних добрив скоротився у кілька разів. Ще гірша ситуація з органічними, на внесення яких додатково вплинула і криза в тваринництві, їх обсяги за аналізований період скоротилися більше ніж у двадцять разів. В результаті в землеробстві склався від'ємний баланс поживних речовин, а винос азоту, фосфору і калію з ґрунту сільськогосподарськими культурами перевищив кількість внесених речовин майже у 7 разів [7, с.43]. Внаслідок цього уже більше третини орних земель в Україні належать до деградованих [2, с.2].

Таким чином, підходи до даної проблеми мають бути зміненими. І починати варто із обов'язкового включення до собівартості продукції рослинництва витрат на відновлення поживних речовин, винесених із ґрунту. До речі, подібні погляди підтримуються і за кордоном. Так, наприклад, одним із принципів побудови нової аграрної політики Європейського Союзу названо перехід “от удобрения полей к удобрению растений” [8, с.191]. Методики визначення виносу поживних речовин тими чи іншими рослинами за конкретного рівня урожайності розроблялися в різні часи і на сьогоднішній день не є перешкодою для подібних розрахунків. Використання ж електронно-обчислювальної техніки взагалі робить таку роботу технологічно простою. При цьому варто враховувати і те, що винос поживних речовин з ґрунту не обмежується лише рослинами. Сюди варто додати також і водну та вітрову ерозію, втрати від яких також мають свої нормативи. Включати такі нормативи у собівартість продукції необхідно з тих же міркувань, з яких туди включаються амортизаційні відрахування та витрати на поточний ремонт.

Непростим питанням є і закладення в собівартість продукції вартості самої землі, як основного засобу виробництва. Для того, щоб це зробити необхідно принаймні знати ціну цього засобу. В Україні ж на сьогоднішній день при формально існуючій оцінці сільськогосподарських земель, ринкової, як найбільш об'єктивної ціни землі, фактично не існує. Закономірно, що це призводить до викривлення показника собівартості,

причому як на землях власних, так і орендованих, де орендна плата, як правило, не виконує покладених на неї функцій.

Занижує собівартість, на нашу думку, і така стаття витрат як орендна плата, особливо та, що стосується земельних паїв. Методичні рекомендації включають її до собівартості в складі загальновиробничих витрат (стаття 2.21) [4]. Розмір таких витрат передбачити не важко – близько 3 % вартості орендованого паю. Саме таким є мінімальний розмір орендної плати встановлений законодавчо [9], і таким же буде, з огляду на фінансовий стан сільськогосподарських підприємств її максимальний рівень. Таким чином, і в собівартість включатимуться витрати на оренду в межах 3 % вартості орендованого.

Про зниження собівартості в даному випадку ми говоримо з двох причин. По-перше, орендна плата в розмірі 3 % вартості орендованого, на нашу думку, і це підтверджується світовим досвідом, є досить низькою, хоч і такий її розмір був встановлений лише з серпня 2008 р., а до того був у кілька разів меншим. Тому якщо власник землі матиме альтернативні шляхи її використання, він не здаватиме її за таку ціну. По-друге, і ми вже про це згадували, використовувана нині в Україні оцінка землі не відображає реальної ситуації і за умови її вільного продажу сільськогосподарських угідь, земля б коштувала значно більше. Таким чином, висновок про занижений розмір витрат на орендну плату буде цілком справедливим. До речі, його підтверджує і інформація щодо структури собівартості продукції рослинництва закордоном. Так, в США в зерновому господарстві орендна плата становить 25 % від загальної суми витрат виробництва [10, с.103]. В Україні цей показник щодо собівартості всієї продукції сільськогосподарського виробництва становить близько 6 %, щодо продукції рослинництва – біля 9 %. Щоправда не все сільськогосподарське виробництво ведеться на орендованих землях, тому теоретично слід робити поправку на собівартість продукції, яка взагалі не матиме статті витрат “орендна плата за землю”. Проте в структурі земель сільськогосподарських підприємств України орендовані займають 93 %, тому зміна частки орендної плати в структурі собівартості продукції виробленої лише на орендованих землях буде несуттєвою.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Таким чином, в результаті проведеного аналізу можна зробити два основних висновки. По-перше, підсумовуючи розгляд ситуації із внесенням добрив, відзначимо, що необхідність включення до собівартості продукції витрат необхідних для відновлення вивезених із ґрунту поживних речовин обумовлюється не лише екологічними аспектами, які вже самі по собі можуть розглядатися як визначальні. Окрім цього таке включення буде необхідним з точки зору дії економічних законів, що не може ігноруватися при розробці такого суто економічного документа як Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств.

По-друге, висновок про заниження розміру орендної плати, а відповідно і собівартості також підтверджується. Причому в даному випадку мова йде не стільки про пряму шкоду для сільськогосподарських виробників, для яких розмір орендної плати, яка централізовано закладається в собівартість теоретично не повинен грати суттєвої ролі, скільки для орендодавців, як не отримують належної плати за своє майно. Тому ця проблема матиме не лише економічну інтерпретацію, а й соціальну, яка в умовах незадовільного матеріального становища основної частини орендодавців (селян) набуває особливої гостроти. Безперечно, що якщо за нинішньої ситуації хтось із сільськогосподарських виробників стане виплачувати більшу орендну плату, його собівартість зросте, що знизить його конкурентоспроможність. Щоб цього уникнути збільшення орендної плати має бути масовим, що може бути досягнутим включенням до собівартості нормативних значень. Такі нормативи повинні розроблятися, виходячи із закордонного досвіду, оскільки після вступу в дію положень Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом [11] наша сільськогосподарська продукція на світовому ринку виявилася в однакових умовах із закордонною. Відповідно і умови її виробництва, в тому числі структура собівартості, мають бути подібними.

Список використаних джерел (References):

1. Никонов А.А. Спираль многовековой драмы: аграрная наука и политика России / Никонов А.А. – М.: Энциклопедия российских деревень, 1995. – 574 с.
2. Карпенко О. З тривогою за землю: нотатки із VII з'їзду Українського товариства ґрунтознавців та агрохіміків / Карпенко О. // Сільські вісті. – 2006. - № 90 (08.08.2006). – С. 2.
3. Національна програма розвитку сільськогосподарського виробництва України на 1996-2005 роки. – К., 1995. – 188 с.
4. Про затвердження Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств // Все про бухгалтерський облік, 2001, 08, № 77. – (Нормативний документ Міністерства аграрної політики України. Наказ).
5. Єрін М.І. Суспільні витрати виробництва і собівартість сільськогосподарської продукції / Єрін М.І., Матієнко В.М. – К. 1996. – 62 с.
6. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави / Петро Трохимович Саблук. – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2006. – 19 с.
7. Соціально-економічні проблеми розвитку українського села і сільських територій / [Булавка О.Г., Демяненко М.Я., Дієсперов В.С. та ін.]. – К.: ННЦ “Інститут аграрної економіки”, 2005. – 82 с.
8. Назаренко В.И. Аграрная политика Европейского Союза / Назаренко В.И. – М.: ООО “Маркет ДС Корпорейшн”, 2004. – 362 с.

9. Про невідкладні заходи щодо захисту власників земельних ділянок та земельних часток (паїв) // Офіційний вісник України, 2008, № 63 (01.09.2008), ст. 2122. – (Нормативний документ Президента України. Указ).

10. Саблук П. Аграрна економіка і політика в Україні: підсумки минулого та погляд в майбутнє [в 3-х томах. Т. II] / Петро Саблук. – К.: Інститут аграрної економіки, 2001. – 482 с.

11. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони / Законодавство України // Верховна Рада України 1994-2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/984_011?test=4/UMfPEGznhhaP1.ZixKBnfzHI4s.s80msh8Ie6.

УДК 339.9:339.13-044.922:604.6

Савенко Ганна Євгенівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та природничих наук Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського, м.Київ



СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ГЕНЕТИЧНО МОДИФІКОВАНОЇ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Савенко Г. Є.

MODERN TRENDS IN GLOBAL MARKET GENETICALLY MODIFIED AGRICULTURAL PRODUCTS

Savenko G.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ГЕНЕТИЧЕСКИ МОДИФИЦИРОВАННОЙ АГРАРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Савенко А. Е.

Досліджено розвиток світового ринку генетично модифікованої продукції за умов глобалізації. Наведено позиції країн світу щодо запровадження ГМО та міжнародний досвід регулювання даних процесів. Визначено складові державного регулювання та перспективи використання сучасних біотехнологій в економіці України, виявлено його недоліки та основні проблеми.

©Журнал Київського університету ринкових відносин
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

Ключові слова: світовий ринок, генетично модифіковані організми (ГМО), генетично модифіковані продукти (ГМП), органічне сільське господарство, зони вільні від ГМО (ЗВГМО), державне регулювання.

Studied the development of the world market of genetically modified foods under conditions of globalization. The positions of foreign countries for the implementation of the GMO and the international experience of regulating the issue are given. The components state regulation and prospects for the use of modern biotechnology in the economy of Ukraine are analyzed and its shortcomings and basic problems are identified.

Keywords: world market, genetically modified organisms (GMOs), genetically modified food (GMF), organic agriculture, GMO-free Regions, government regulation.

Исследовано развитие мирового рынка генетически модифицированных продуктов в условиях глобализации. Приводятся позиции зарубежных стран по внедрению ГМО и международный опыт регулирования данных процессов. Определены составляющие государственного регулирования и перспективы использования современных биотехнологий в экономике Украины, выявлены его недостатки и основные проблемы.

Ключевые слова: мировой рынок, генетически модифицированные организмы (ГМО), генетически модифицированные продукты (ГМП), органическое сельское хозяйство, зоны свободные от ГМО (ЗСГМО) государственное регулирование.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Імплементція Угоди про асоціацію України з ЄС обумовлює практичну потребу дослідження питань можливостей запозичення світового досвіду створення належного державного регулювання і контролю за виробництвом та розповсюдженням генетично модифікованої продукції.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Для написання статті було використано порівняльний аналіз різних позицій відносно застосування високих аграрних біотехнологій у світі. Використані джерела можуть бути поділені на три групи. До першої групи відносяться законодавчі документи України, країн-членів ЄС, США та інших країн, розглянутих у статті. По-друге, автор використала матеріали звітів Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (Food and Agriculture Organization, FAO), Міжнародної служби з впровадження агробіотехнологій (International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications, (ISAAA)), Міжнародної федерації органічного сільськогосподарського руху (International Federation of Organic Agricultural Movements (IFOAM)), Організації з економічного співробітництва та розвитку (Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD)) та Міністерства сільського господарства США (United States Department of Agriculture, (USDA)). По-

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

третє, дослідила роботи закордонних та вітчизняних фахівців, що вивчають проблематику виробництва, обігу та регулювання генетично-модифікованої продукції у сучасній світовій економіці: В.В. Башук, Г.О. Бірти, Ю.Г. Бургу, С.Е. Дромашко, У. Ендгаль, Н.А. Малиш, М.Г. Михайленко, М.П. Хмари, Ю. Ярошевської.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Зростання світового ринку аграрної біотехнологічної продукції, як і розвиток органічного сільського господарства, поряд з традиційними методами, сигналізує про зміни в прогностичних показниках і тенденціях розвитку світової продовольчої системи, природу яких необхідно проаналізувати та визначити основні напрямки розвитку світового ринку даних товарів. Інноваційний розвиток сільськогосподарського виробництва може в найближчій перспективі створити нові ніші для формування бізнесу в умовах економічної кризи. Для розвитку даного сектора виробництва вітчизняної сільськогосподарської продукції доцільно використовувати світовий досвід впровадження аграрних біотехнологій.

Мета статті (Main purpose of the article). Дослідити сучасний стан світового ринку генетично модифікованої аграрної продукції та проаналізувати систему державного регулювання обігу ГМО продукції в світі та Україні.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Сучасний світовий ринок сільськогосподарських товарів знаходиться в транзитивній стадії, що характеризується переходом до нового технологічного укладу. Завдяки розробкам у галузі аграрних біотехнологій, які включають методи корекції структури властивостей живих та рослинних організмів на генетичному рівні, з'явився новий вид агропродовольчої продукції – генетично модифікована (трансгенна) продукція.

Сфера агровиробництва на основі сучасних біотехнологій викликає гострі наукові дискусії прихильників і супротивників. Можливо виділити наступні глобальні проблеми, вирішенню яких могло б значно допомогти використання сучасних біотехнологій. Зростання народонаселення веде до загострення проблем продовольчої безпеки. За прогнозами Фонду ООН з народонаселення (United Nations Population Fund (UNFPA)), очікується, що до 2050 року світове населення збільшиться до 9,1 млрд чол., що призведе до загострення проблеми голоду. При цьому, в доповіді FAO «Стан справ у галузі продовольчої безпеки та харчування в світі – 2017» [1] зазначається, що від голоду вже страждають 11% населення Землі. Зміна клімату матиме значний вплив на зниження обсягів виробництва продовольчої продукції внаслідок підвищення середньорічної температури, засух і скорочення водних ресурсів. Внаслідок розвитку індустріалізації та урбанізації, площа родючих земель планети безперервно скорочується. Згідно з доповіддю Програми ООН з навколишнього середовища (ЮНЕП) очікується, що до 2050 р. деградує близько 850 млн га суші.

З іншого боку, споживання ГМ культур досі викликає значні суперечки у науковій спільноті. ГМ харчові товари можуть створювати потенційні ризики для здоров'я людини. Існують дані, що ГМ-продукти можуть викликати пригнічення імунітету, гострі порушення функціонування людського організму, в тому числі алергічні реакції.

Використання ГМО несе значні агротехнічні та екологічні ризики: руйнування природних екосистем; зниження сортового різноманіття сільськогосподарських культур внаслідок масового застосування ГМО; можливість використання виробниками термінаторних технологій обмеження тривалості життєздатності насіння для монополізації виробництва насіннєвого матеріалу; забруднення традиційних сортів трансгенами; створення нових паразитів, перш за все бур'янів, і посилення шкоди вже наявних; несприятливий вплив на екосистеми токсичних речовин, похідних неповного руйнування небезпечних хімікатів, наприклад гербіцидів [2].

Економічними наслідками використання ГМО продукції є значні фінансові втрати як держав, та і окремих фермерів.

На сьогодні відсутнє універсальне визначення поняття ГМО. У науковій літературі та законодавчих актах найчастіше вживають термін генетично модифіковані організми (Genetically modified organisms) – організми, генетичний матеріал яких був змінений шляхом, що не відбувається в природних умовах, на відміну від схрещування або природної рекомбінації. Відповідно до Директиви ЄС 2001/18/ЄС від 16 грудня 2002 року «Про навмисний випуск у навколишнє середовище генетично модифікованих організмів» (ч. 2 ст. 2) [3], генетично модифікованим організмом є будь-який організм, окрім людини, у якому генетичний матеріал було змінено у спосіб, неможливий у природних умовах у процесі парування і/або природної рекомбінації. Директива визначає, що люди не розглядаються як організми, та перераховує технології, використання яких дає змогу отримати ГМО. У законі України «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично-модифікованих організмів» від 31.05.2007 р. № 1103-V [4] наводиться визначення: генетично модифікований організм, живий змінений організм (ГМО) – будь-який організм, у якому генетичний матеріал був змінений. ГМО об'єднують три групи організмів – генетично модифіковані мікроорганізми (ГММ), тварини (ГМТ) та рослини (ГМР).

Згідно з даними Організації з економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) станом початок 2017 р. у світі зареєстровано наступні трансгенні господарські культури: 24 ліній сої, 24 лінії картоплі, 32 лінії кукурудзи, 3 лінії цукрового буряка, 5 ліній рису, 8 ліній томатів, 32 лінії ріпаку, 3 лінії пшениці, 2 лінії дині, 2 лінії папаї, 2 лінії кабачків, 24 ліній бавовни, а також лінії цикорію, льону, люцерни посівної, квасолі, гвоздики, сливи, петунії, баклажану, гарбуза звичайного, цукрової тростини, яблука, перцю овочевого та інші. Перелік та характеристика ризиків оброблення ГМ-

культур буде постійно змінюватися, оскільки вони інтродуцируються у неконтрольовану середу.

За останні двадцять років комерціалізації біотехнологічних культур загальна сума прибутку у світі становила \$150,4 млрд. Найбільший прибуток отримали США (\$66,1 млрд), Аргентина (\$19,3 млрд), Індія (\$18,3 млрд), Китай (\$17,5 млрд), Бразилія (\$13,6 млрд) та Канада (\$6,5 млрд) [5].

Обсяг світового ринку аграрних біотехнологій на початок 2017 року оцінювався у \$28,5 млрд, а прогнозовані річні темпи зростання становлять 10-12% до 2020 року [6].

Аналізуючи галузеву сегментацію, можливо відмітити, що на біофармацевтику («червоні» біотехнології), припадає близько 60% обсягу світового ринку, на промислові біотехнології («білі») – близько 35%, агробіотехнології («зелені») та на природоохоронні («сірі») біотехнології – решта 5% обсягу світового ринку. Деякі фахівці виділяють також «сині» біотехнології – використання морських організмів і сировинних ресурсів. Основою «зеленої» біотехнології є генна, або генетична, інженерія – сукупність прийомів, методів і технологій перенесення генетичного матеріалу від одного живого організму до іншого, з метою одержання нової генетичної інформації та управління спадковістю.

Площі світових посівів основних біотехнологічних культур у 2016 р. становили: 78% світових посівів соєвих бобів, 64% бавовни, 26% кукурудзи та 24% ріпаку. З 1996 р., коли було видано перший дозвіл на вирощування ГМ культур, площа сівби під ГМ рослинами у світі зросла на 110% та становила початок 2017 року 185,1 млн га. У 2016 році зростання відбулося в основному за рахунок Бразилії, де площі під ГМ-агрокультурами збільшилися на 11% або 4,9 млн га, також США збільшили посіви на 3% або 2 млн га. На 600 тис. га або 5% зросли площі в Канаді, на 370 тис. га (17%) – в ПАР. У той же час у ряді країн відбулося скорочення виробництва. Так, у Китаї площі під ГМ-рослинами в 2016 році зменшилися на 870 тис. га, або 24%, в Індії – на 800 тис. га або 7%, в Аргентині – на 670 тис. га або 3%.

Усього в 2016 році ГМ-культури вирощували 26 країн, у тому числі сім розвинених та 19 держав, що розвиваються. Лідером глобальної комерціалізації біотехнологічних культур у світі є США, де зосереджено майже 40% світових площ під ГМО (72,9 млн га). З них 35 млн га у минулому році займала кукурудза (96,1% посівних площ під кукурудзою у США), 31,8 млн га – соя (96,5 % посівних площ сої) і 3,7 млн га – бавовна (93,5% посівних площ під бавовною), 0,62 млн га – ріпак (31,0% посівних площ ріпаку) та 0,47 млн га цукрові буряки (99,6% посівних площ цукрових буряків). Зростання світових цін на данні культури та збільшення світового попиту на корми для тварин обумовили 3% зростання виробництва біотехнологічної аграрної продукції у США.

На другому місці знаходиться Бразилія, на яку припадає 26,5% світових посівів ГМО-агрокультур – 49,1 млн га. Основна їх частина припадала на ГМ-сою, в минулому році вона зайняла 32,7 млн га, ще 15,7

млн га відведено під ГМ-кукурудзу і 0,8 млн га – під бавовну. Сукупна площа посівів цих трьох агрокультур в країні оцінюється в 52,6 млн га, тобто ГМР зайняли понад 93% посівних площ. За Бразилією слідує Аргентина (12,8% площ ГМ-культур), де у 2016 р. відбулося скорочення сівби ГМО на 670 тис. га до 23,8 млн га. Зниження відбулося за рахунок ГМ-сої, площі під якою зменшилися на 2,4 млн га до 18,7 млн га. Даний тренд пояснюється зростанням конкуренції з боку альтернативних агрокультур, таких як кукурудза і соняшник. В топ-5 країн за розмірами посівних площ під ГМ-культурами також входять Канада 6,3% світових площ ГМ-культур (11,6 млн га) та Індія – 5,8% (10,8 млн га). У сукупності на данні країни припадає 91% світових площ під ГМ-культурами [6].

Вирощуванням ГМ-культур у світі займаються 18 мільйонів фермерів, понад 90 % – це дрібні фермери в країнах, що розвиваються, головним чином у Китаї (7,5 млн) та Індії (7,3 млн).

Незважаючи на сприятливу кон'юнктуру ринку у вищезазначених країнах, інший блок країн проводить діаметрально протилежну політику, спрямовану на скорочення, а іноді пряму заборона на виробництво та торгівлю генетично модифікованою аграрною продукцією. Обсяги вирощування та реалізації продуктів із ГМО у Євросоюзі зменшуються. У 2017 р. в ЄС ГМ-кукурудзу MON810 (єдину дозволена для вирощування в ЄС) вирощували Іспанія та Португалія. У 2016 році агрокультури, отримані за допомогою біотехнологій, вирощувати чотири держави ЄС – Іспанія, Португалія, Чеська Республіка і Словаччина.

Заборона використання генетично-модифікованих організмів міститься в нормативах Євросоюзу, зокрема, Регламентом Ради (ЄС) № 834/2007 від 28 червня 2007 року щодо органічного виробництва та маркування органічних продуктів визначено, що ГМО і продукти, вироблені з використанням ГМО, не повинні бути використані в якості їжі, кормів, технологічних добавок, продуктів для захисту рослин, добрив, препаратів для ґрунту, насіння, вегетативному насіннєвому матеріалі, мікроорганізмів і тварин при виробництві органічної продукції.

У Євросоюзі політика щодо регулювання обігу продуктів, отриманих з використанням ГМО базується на принципі обережності. З 2001 р. в ЄС діє фактичний мораторій на ГМО. ГМ-продукти можуть імпортуватися і реалізовуватися в Європі, якщо вони пройшли дозвільні процедури та були схвалені Європейським агентством з безпеки харчових продуктів (EFSA), станом на початок 2018 року схвалено 52 продуктів, які містять ГМО. Країни-члени ЄС не експортують ГМ продукти, але при цьому залишаються найбільшими імпортерами генетично модифікованих соєвих бобів (30 млн т на рік) і кукурудзи (7 млн т на рік), які переважно використовуються в якості кормів у тваринництві. Також на ринку ЄС присутні імпортні трансгенні рис, соняшник і рапсова олія.

Відповіддю на глобальні процеси поширення генетично-модифікованої продукції стало створення так званих зон вільних від ГМО (ЗВГМО).

Переважно, зоною вільною від ГМО визначають будь-яку територіальну одиницю, організацію або спільноту, голови яких при узгодженні з їх жителями або учасниками приймають рішення про відмову від вирощування, та/або розповсюдження, або споживання ГМ насіння, культур, продуктів і створюють систему контролю за виконанням цього рішення. Прийнявши рішення про відмову від ГМО: місцеві влади отримують можливість уникнути практичних труднощів, пов'язаних зі спільним вирощуванням ГМО і традиційних культур, а також уникнути можливих витрат; учасники продовольчого ринку, від фермерів до виробників харчових продуктів і дистриб'юторів, зможуть зберегти свою репутацію і підвищити якість продукції; суспільство отримує впевненість, що влада піклується про довкілля та його добробут, а також реальну можливість купувати продукти, що не містять ГМО.

У зонах вільних від ГМО, приватним фермерам, великим торговим мережам рекомендується обмежувати використання ГМО; забороняється використовувати ГМО продукцію в державних установах, медичних та освітніх закладах тощо; забороняється на державних землях вирощувати ГМ-культури; вводиться жорстка система контролю прийнятих організаційних рішень. Найчастіше ініціативи по створенню ЗВГМО реалізуються у безпосередньому зв'язку з двома іншими процесами: закликом купувати товари місцевого виробництва та розвитком сектора органічної продукції. На території Європейського союзу вже діють 172 ЗВГМО, понад 4,5 тисячі муніципалітетів і тисячі фермерських угідь також оголосили відмову від виробництва і продажу ГМ-культур [7]. На зміну непрозорої системи регулювання ГМО в ЄС приходить місцева ініціатива, здійснюються фактична децентралізація влади та горизонтальне співробітництво на міжрегіональному рівні.

Суворі обмеження щодо вирощування та розповсюдження ГМО були також введені в багатьох країнах: від Німеччини до Нової Зеландії. На сьогодні у 35 державах створені зони вільні від ГМО, п'ять держав – Швейцарія, Польща, Греція, Венесуела та Австрія є країнами, які повністю вільні від ГМО.

В останні роки у світі, у тому числі, у США зростає ринок аграрної продукції без ГМО. В 2013 році американський журнал *Modern Farmer* опублікував результати дослідження ГМ-кукурудзи та сої, суть якого полягає в тому, що врожаї з часом знижуються, витрати на гербіциди, пестициди та добрива зростають. Згідно з дослідженням, проведеним компанією *AgriWize* сіяти немодифіковані сортові насіння кукурудзи економічно вигідно. Порівнявши врожаї кількох видів генетично модифікованої кукурудзи *SmartStax* і звичайної кукурудзи, було зроблено висновки, що фермери, які саджали звичайну кукурудзу, отримали економію в середньому 81 долар на акр. Для типової ферми на Середньому Заході в тисячу акрів, ця економія становить майже \$81000 [8].

У рамках міжнародної торгівлі ГМ-продукцією розглядаються наступні режими доступу на ринки держав: політика нульової толерантності (Zero tolerance policy), політика мінімальної присутності (Low level policy), політика випадкової присутності (Adventitious Presence).

Політика нульової толерантності у загальному розумінні означає, що в імпорті продовольчих товарів або кормів не повинні міститися сліди ГМО, відносно яких не було отримано відповідного дозволу на ввезення. Політика мінімальної присутності означає мінімальні межі вмісту певної лінії ГМО у продукції, яка, у свою чергу, повинна пройти процедуру схвалення хоча б в одній країні світу на основі проведення наукової оцінки біологічної безпеки, реалізованої згідно з відповідними положеннями Кодексу аліментаріус. Політика випадкової присутності означає присутність певної лінії ГМО у продукції, яка не пройшла відповідні дослідження ні в одній країні світу з прийнятими вимогами до оцінки харчової безпеки відповідно до положень Кодексу аліментаріус.

Стосовно міжнародної торгівлі ГМ-продукцією найбільше суперечок виникає в точці «конфлікту інтересів» у рамках політики мінімальної присутності та політики випадкової присутності. У випадках порушення політики мінімальної присутності переважно конфліктна ситуація вирішується шляхом відкликання продукції, що постачається експортерами, зазвичай, з розвинених країн.

В Україні біотехнологічний сектор знаходиться в початковій стадії розвитку, неможливо стверджувати, що в країні вже сформовано ринок аграрних біотехнологій. В Україні діє заборона на обіг продовольчої сировини та харчових продуктів, що містять незареєстровані в установленому порядку генетично модифіковані організми. Дана норма прописана в законах України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» від 23.12.1997 ред. від 20.01.2018 (ст. 37 п. 6), «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-12 ред. від 10.06.2017 (ст. 15 п. 5) та «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» від 31.05.2007 р. № 1103-V ред. від 18.12.2017 (ст. 13 абзац 3).

У Наказі МОЗ України від 09.11.2010 р. № 971 міститься перелік харчових продуктів, щодо яких здійснюється контроль вмісту генетично модифікованих організмів: соя, кукурудза, картопля, томати, кабачки, диня, цикорій, цукровий буряк, ріпак, льон, бавовна, пшениця, соняшник, рис, харчові добавки та харчові продукти для спеціального дієтичного споживання. Оскільки жодна ГМ культура в Україні офіційно не зареєстрована, ввезення їх в Україну та культивування є незаконними, тому відповідна офіційна статистика відсутня. Але за інформацією бізнес-інсайдерів сільське господарство України не є вільним від ГМО [9]. За оцінками експертів, частка виробленої в Україні ГМ-сої становить 70-90% від загального обсягу виробництва сої в країні, кукурудзи – 20-50%. В

Україні в значно меншій кількості також вирощується ГМ картопля, ГМ ячмінь, ГМ соняшник, а також інші трансгенні ГМ культури.

За твердженням експертів, скасування мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення, може призвести до масової купівлі земель іноземними інвесторами, зокрема ТНК, які займаються виробництвом та реалізації біотехнологічної продукції. Так, корпорація Monsanto – найбільша в світі компанія з виробництва ГМО-насіння і засновник ГМО-індустрії, ще з 2013 року здійснює активну діяльність в Україні [10]. Monsanto стверджує, що вона продає насіння традиційної селекції, а не трансгени. Але при цьому не приховує, що технологія передбачає обробку полів гліфосфатними гербіцидами. З гібридами насіння Monsanto бренду DEKALB працюють як агрохолдинги України, так і фермери.

Відсутність ефективних державних програм нагляду за полями та контролю за насінням, заохочує сільськогосподарських виробників використовувати ГМ культури. ГМО потрапляє до харчових продуктів в Україні головним чином із сільськогосподарської сировини, що імпортується в Україну та з ГМ культур, вирощених в Україні. У 2016 році в Україну було імпортовано аграрної продукції, яка потенційно може містити ГМО, за даними Міністерства сільського господарства США, на загальну суму \$19,760 млн (у 2015 р. – \$19,760 млн, у 2014 р. – \$27,422 млн). Основними постачальниками потенційно генетично-модифікованої аграрної продукції в Україну у 2016 р. був Китай \$4,750 млн, Данія \$3,750 млн, РФ \$1,821 млн, Німеччина \$1,637 млн, США \$1,506 млн. Експорт з України аграрної продукції, яка потенційно може містити ГМО, у 2016 р. становив: кукурудзи \$2,6 млрд, сої \$0,9 млрд, соєвої олії \$0,1 млрд [11].

Подальший рух України в аспекті розвитку законодавства у сфері регулювання ГМО буде розвиватися в напрямку наближення до законодавства ЄС. Це прямо впливає з Угоди про асоціацію з ЄС [12], а саме з додатку ХХХ до гл. 6 «Навколишнє природне середовище» розділу V «Економічне та секторальне співробітництво» Угоди, в частині регулювання обігу генетично модифікованих продуктів. Україна зобов'язалась врахувати вимоги таких актів ЄС: Директива № 2001/18/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 12 березня 2001 р. про вивільнення у навколишнє середовище генетично модифікованих організмів; Регламент (ЄС) № 1946/2003 Європейського Парламенту і Ради від 15 липня 2003 р. про транскордонні перевезення генетично модифікованих організмів; Директива № 2009/41/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 6 травня 2009 р. про використання генетично модифікованих організмів у замкненій системі.

Ст. 404 Угоди планується поширення застосування методів використання біотехнологій, *inter alia* шляхом впровадження найкращих практик у цих сферах, що, також призведе до розширення обігу ГМО в Україні.

Необхідною є цілеспрямована державна підтримка за наступними напрямами:

- розроблення та прийняття комплексної стратегії регулювання обігу генетично модифікованої продукції;
- прийняття Закону України «Про державний контроль за генетично модифікованою продукцією у сільському господарстві та харчовій промисловості», узгодженого з вимогами та принципами регулювання виробництва генетично-модифікованої продукції в ЄС, та відповідних нормативно-правових актів щодо його виконання;
- запровадження національних агроекологічних вимог і стандартів безпеки генетично-модифікованої продукції, розробка механізму контролю за виробниками аграрної та харчової продукції, відповідно до регламентів ЄС;
- встановлення прямої заборони на розміщення на ринку незареєстрованих ГМО та визначення процедури реєстрації ГМ-продукції;
- встановлення вимог до маркування генетично-модифікованої продукції.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

На сьогодні в Україні відсутній єдиний державного орган з питань обігу генетично модифікованої продукції. Доцільно, за прикладом Білорусі, створити Національний Координаційний центр з біобезпеки (агро-) біорізноманіття та контролю за розповсюдженням ГМО, який би вирішував завдання із:

- збирання, аналізу, систематизації інформації щодо законодавства та наукових досліджень з питань біобезпеки, польових випробувань, ввезення/вивезення, використання ГМО та продуктів з них у господарській діяльності;
- формування інформаційного банку даних генно-модифікованих організмів та поданням цієї інформації зацікавленим органам державного управління, засобам масової інформації, громадянам та громадським об'єднанням;
- обміну інформацією з Координаційними центрами інших країн та міжнародними організаціями;
- ведення державного реєстру експертів з біобезпеки в галузі біотехнологічної діяльності;
- організації проведення наукових експертиз безпеки генно-модифікованих організмів спільно з експертами державного реєстру;
- надання консультативних послуг у розробці законодавчих актів і інструкцій з біобезпеки, у підготовці пропозицій щодо укладення двосторонніх і регіональних угод;
- ведення інформаційної діяльності стосовно ризиків та можливих наслідків використання ГМО продукції.

Список використаних джерел (References):

1. The State of Food Security and Nutrition in the World 2017/ Food and Agriculture Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/3/a-I7695e.pdf>
2. Бірта Г. О., Бургу Ю. Г. Генно-модифіковані організми: за і проти. Навчальний посібник / Г. О. Бірта, Ю. Г. Бургу. – К. : ЦУЛ, 2013. – 128 с.
3. Directive 2001/18/EC of the European Parliament and of the Council on the deliberate release into the environment of genetically modified organisms and repealing Council Directive 90/220/EEC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A32001L0018>
4. Закон України «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично-модифікованих організмів» від 31.05.2007 р. № 1103-V Ред. від 18.12.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1103-16>
5. United States Department of Agriculture Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.usda.gov/>
6. Global Status of Commercialized Biotech/GM Crops: 2016 /International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.isaaa.org/resources/publications/briefs/52/default.asp>
7. GMO-free Regions [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gmo-free-regions>
8. Royte Elizabeth The Post-GMO Economy / E. Royte // Modern Farmer. – 6.12. 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://modernfarmer.com/2013/12/post-gmo-economy/>
9. Малиш Н. А. Генетично модифіковані організми в системі продовольчої безпеки України / Н. А. Малиш // Публічне управління: теорія та практика. – 2013. – №2. – С.118-124. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2013-2/doc/3/03.pdf>
10. Monsanto Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.monsantoglobal.com>
11. Майбутнє ГМО в Україні // Marker-ua.info 26.12.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://marker-ua.info/ua/selskie-gospodarstvo /2428-/argarii budushhee-gmo-v-ukraine/>
12. Угода про Асоціацію Україна – ЄС /Урядовий портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/kmu...223223535/>

УДК 339.13.012

Хамініч Світлана Юріївна

доктор економічних наук, професор, професор
кафедри маркетингу та економічної теорії
Дніпровського університету імені Олеся Гончара



Радченко Олена Русланівна

студентка Дніпровського університету імені
Олеся Гончара



СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ РИНКУ СОКІВ В УКРАЇНІ

Хамініч С.Ю., Радченко О.Р.

MODERN TRENDS IN THE FORMATION OF THE MARKET OF JUICES IN UKRAINE

Khaminich S.Y., Radchenko O.R

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА СОКОВ В УКРАИНЕ

Хаминич С.Ю., Радченко Е.Р.

Досліджено сучасні тенденції ринку соків в Україні. Проаналізовано обсяги виробництва харчових продуктів – напоїв. Розглянуто зовнішньоекономічну політику імпорту та експорту соків. Виділені країни, які є лідерами в отриманні української продукції. Виявлено ряд проблем на шляху експорту продукції за кордон.

Ключові слова: конкурентоспроможність національної економіки, виробництво і споживання соків, ринок імпорту, ринок експорту.

Investigated the modern trends in the market of juices in Ukraine. Analyzed the volume of food production – drinks. The paper considers the foreign economic

policy of import and export of juices. Selected countries that are leaders in receiving Ukrainian products. Found a number of problems in the way of exports products abroad.

Keywords: competitiveness of Ukraine national economy, production and consumption of juices, import market, export market.

Исследованы современные тенденции рынка соков в Украине. Проанализированы объемы производства пищевых продуктов - напитков. Рассмотрена внешнеэкономическая политика импорта и экспорта соков. Выделены страны, которые являются лидерами в получении украинской продукции. Выявлен ряд проблем на пути экспорта продукции за рубеж.

Ключевые слова: конкурентоспособность национальной экономики, производство и потребление соков, рынок импорта, рынок экспорта.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки є основною турботою кожної держави, яка дбає про економічне зростання і досягнення необхідного рівня національної безпеки. Сучасний економічний стан України є дуже складним, однак саме під час такого стану стає можливим отримання конкурентних переваг, не доступних в період стабільності. Країни, які зараз зможуть запропонувати ринку сучасні інновації, мають змогу закріпити успіх на етапі стабілізації і росту. Ринок натуральних продуктів – один із найбільших ланок господарства, що стрімко розвиваються. За міжнародною класифікацією натуральні продукти – це продукти харчування, що вирощенні згідно з умовами екологічної обробки, де відсутні домішки, виважена екологічна маркетингова політика, а якість підтверджена сертифікатом. Одна з ніш найбільшого приросту та великої ємності – ринок натуральних соків.

Для України має сенс розглянути можливість охоплення даного ринку через розвиток виробництва в даній сфері та наявність конкурентоспроможних умов на ринку. Світовий ринок натуральних соків – відносно нова ніша на ринку соків, це соки без домішок та свіж вижаті. Даний ринок ще не є глибоко дослідженим, тому існує необхідність розглянути основні тенденції.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Розробці теоретичних положень та методичних засад по дослідженню ринку соків займалися достатня кількість вчених. Так, Н.А. Власенко здійснює аналіз ринку соків в Україні у контексті підвищення конкурентоспроможності продукції [1]. Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, соковмістних напоїв, морсів розкриті в публікації О.А. Євтушевської та С.І. Бабуріної [2]. Визначенню стратегічних напрямків розвитку підприємств з виробництва соку присвячена робота І.В. Мельник [3]. Цими та іншими дослідниками зроблено вагомий внесок у вирішення проблем розвитку ринку соків.

Виділення не вирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Дослідження й узагальнення наукових праць з формування ринку соків в Україні, досвіду його розвитку дали можливість встановити, що окремі питання цієї проблеми залишаються не достатньо дослідженими. Поза межами уваги дослідників залишилися саме економічні аспекти формування ринку соків в Україні. Актуальність зазначених питань та недостатня їх розробленість зумовили необхідність проведення окремого дослідження.

Мета статті (Main purpose of the article). Обґрунтування теоретичних основ формування ринку соків в Україні, їх виробництва і споживання на засадах аналізу зовнішньоекономічної політики імпорту та експорту соків.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Економіка будь-якої країни на сучасному етапі не може обійтися без виходу на світові ринки. Розширення рамок такого виходу за допомогою збільшення обсягів і асортименту продукції національних товаровиробників забезпечує нарощування потужності держави і сприяє зміцненню її конкурентоспроможності на світових ринках. Конкурентоспроможність є головним показником стану економіки країни і перспектив її розвитку.

Конкурентоспроможність національної економіки – здатність країни до створення умов, у яких підприємства можуть генерувати стійке зростання економіки, забезпечувати довгострокову прибутковість та створення робочих місць. Конкурентоспроможність національної економіки – це вирішальний критерій її розвитку. Його слід враховувати при вирішенні проблем лібералізації зовнішньоекономічних зв'язків і рівня відкритості економіки. Головне завдання, яке повинна виконати держава щодо своїх товаровиробників і споживачів – якнайшвидше створити передумови для конкурентного середовища. Без справжньої конкуренції на внутрішньому ринку не можна забезпечити ефективний вихід на міжнародну арену [4].

Конкурентоспроможність країни – це здатність економіки однієї країни конкурувати з економіками інших держав за рівнем ефективного використання національних ресурсів, підвищення продуктивності народного господарства і забезпечення на цій основі високого та постійного зростаючого рівня життя населення [5].

Одним з основних елементів національної економіки – є матеріальне виробництво, тому що саме тут створюються необхідні для суспільства засоби виробництва й предмети споживання. У матеріальне виробництво входять: промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, торгівля, зв'язок, сфера послуг.

Харчова промисловість є однією з головних галузей економіки країни, стратегічне значення якої визначає участь у формуванні експортного потенціалу, гарантування продовольчої безпеки населення, взаємозв'язок з агропромисловим виробництвом. Продукція харчової промисловості займає вагомe місце у платіжному балансі нашої держави.

Специфічною характерною рисою ринку продукції харчової промисловості є те, що його товари відносяться до продуктів щоденного попиту. Вони відрізняються високими вимогами щодо їхньої якості, зберігання, транспортування, споживання; відзначаються наявністю масового попиту, обмеженим періодом їх реалізації та іншими особливостями. Розглянемо більш детально ринок напоїв, а насамперед ринок соку та соковмісної продукції.

Виробництво напоїв є найбільшою підгалуззю харчової промисловості. Ринок мінеральних вод, алкогольних, безалкогольних напоїв є достатньо концентрованим та насиченим. Ще одна з найбільш прибуткових і фінансово-стійких галузей – виробництво соків. Ринок соків привабливий особливо для тих країн, де розвинутий сільськогосподарський сектор. Усе більший вплив на динаміку виробництва та споживання соку роблять світові тенденції розвитку попиту на дану продукцію.

У відповідність із сучасною тенденцією розвитку продовольчого ринку всі напої повинні не тільки виконувати свою основну функцію – втамовувати спрагу, – але й бути корисними для здоров'я. Останнім часом одержало розвиток виробництво напоїв на основі натуральних фруктових і овочевих соків, у тому числі газованих, в яких частка фруктової частини коливається від 35% до 50% [6].

На українському ринку присутні соки, нектари, морси, коктейлі та напої з додаванням соку. Вони відрізняються один від одного відсотковим вмістом натурального соку.

Термінологія соків і сокових напоїв довгий час не була якісно розробленою, однак сучасні державні стандарти України вже достатньою мірою відповідають світовим вимогам. Так, за ДСТУ 4283.1-2007 [7, 12 с.], сік – рідкий продукт, отриманий з їстівної частини одного чи декількох видів стиглих, свіжих або збережених охолодженими фруктів або овочів механічною дією, та законсервований фізичним способом, окрім оброблення іонізувальним опромінюванням, здатний до забродження, але незаброджений, який має відповідний колір, смак та аромат, властиві фруктам та овочам після термічного оброблення.

Поряд з прозорими соками на ринку можуть бути присутні соки з м'якоттю, нектари, морси, коктейлі, сокові напої і напої з додаванням соку. Всі ці позиції відрізняються вмістом соку і особливостями приготування. Вміст соку складає не менше 25% для нектарів (не менше 50% для апельсинових, яблучних, грейпфрутових, виноградних, мандаринових і томатних), не менше 15% для коктейлів (рідкого продукту, отриманого із суміші соків або пюре, або концентрованих соків з додаванням або без додавання підготовленої питної води, молочних добавок, шматочків фруктів або овочів), не менше 15% для морсів (рідких продуктів, отриманих зі свіжих або заморожених ягід, фруктового соку чи з концентрованого натурального фруктового соку або пюре, змішаних з підготовленою питною водою та цукром), не менше 10% для сокових напоїв [8, с. 73-77.].

В Україні соки виробляють двома способами:

- відновленням з концентрату;
- прямим віджиманням.

Для отримання соку з концентрату плоди сортують, миють і відправляють в прес-машину. З отриманої рідини випарюють частина вологи, отримуючи концентрат, в якому збереглися вітаміни, макро- і мікроелементи.

При правильному температурному режимі концентрований сік зберігається кілька місяців. Для відновлення додають очищену воду і відправляють напій на стадію пастеризації чи стерилізації.

При виробництві соку прямого віджиму відсутні стадії концентрування і відновлення [9].

Одним із важливих компонентів харчування є соки, споживання яких в усьому світі постійно збільшується. Це пояснюється як їх високою харчовою цінністю, так і рентабельністю їх виробництва. Проаналізуємо обсяги виробництва харчових продуктів – напоїв в період за 2011-2016 роки (рис 1).



Рисунок 1 Обсяг виробництва харчових продуктів – напоїв за 2011-2016 роки [11]

Розглянувши рисунок 1, можна зробити висновок, що з 2013 року обсяги виробництва знизилися на 47,5%. Це пов'язано з проблемною ситуацією на сході країни і в Криму. Роки після 2013 представлені без врахування показників виробництва на тимчасово окупованій території Автономної республіки Крим і зони проведення антитерористичної операції. За перше півріччя 2017 року було вироблено 98,3 тис. т. соків фруктових та овочевих та 78,1 тис. т. сумішей соків, що свідчить про те, що негативна тенденція виробництва зберігається [10 с. 147-152; 11].

Як відзначають експерти, на зменшення обсягів виробництва соків вплинуло кілька факторів.

По-перше, закриття ринку Росії. За різними даними, щорічно Російська Федерація закуповувала в Україні 40-60% від усієї експортованої продукції. Втративши ж цей ринок через заборону на поставки, виробники змушені шукати нові ринки збуту, скорочувати виробництво або взагалі закриватися.

По-друге, загальне зубожіння населення України на тлі девальвації гривні призвело до того, що покупка соків практично витіснилася зі споживчого кошика. Частина споживачів перейшла з соків на напої домашнього виробництва – чай, компот. Ті ж, для кого цей продукт є важливим, переходять на власне виробництво.

По-третє, виробники – на фоні падіння попиту – змушені піднімати ціни на свою продукцію. Щоб залишатися на плаву, українські виробники збільшують вартість своєї продукції. Однак в умовах загального зниження платоспроможності українського населення це, безсумнівно, не веде до збільшення обсягів продажів.

Щоб зменшити собівартість і зробити продукт більш доступним для споживача, виробники соків переходять на напої та нектари (більший вміст води) і намагаються скоротити продукти зі 100% вмістом соку [12].

Щорічно середньостатистичний житель України споживає приблизно 10 л соку. Це дуже низький показник. Для порівняння житель Західної Європи споживає соку в тричі більше, а американець – у п'ять разів [13].

Розглянемо таблицю 1, в якій наведено дані щодо споживання соків населенням України.

Таблиця 1

Динаміка споживання соків в Україні за 2000-2016 роки [10. – с. 147-152]

Показники	Роки																
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Споживання соків на душу населення, кг на 1 особу	2,5	3,6	4,6	8,4	10,0	14,3	15,9	18,5	21,1	15,9	11,3	8,3	9,9	10,2	10,2	6,2	5,7

Динаміка споживання соків свідчить, що у 2000 році кожен українець споживав, у середньому, лише 2,5 л соку, а у 2008 році – 21,1 л, тобто за 8 років споживання соків збільшилось у 8,4 рази. Світова фінансова криза негативно вплинула на споживання українцями соків, бо зразу ж у 2009 році (першому році після кризи) споживання соків порівняно з 2008 роком зменшилось на 5,2 л або у 1,3 рази.

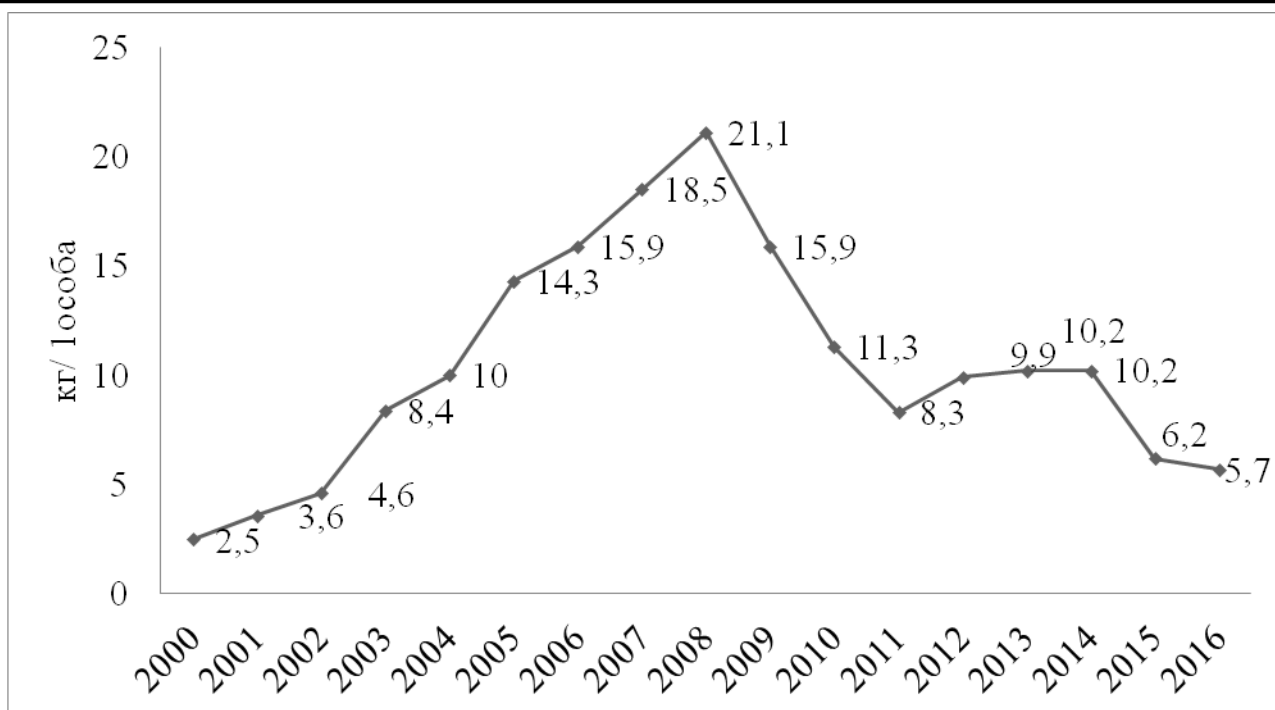


Рисунок 2. Динаміка споживання соку за 2000-2016 роки [10. – с. 147-152]

Аналізуючи рис 2, можна зробити висновок, що пік споживання соків на одну особу було досягнуто у 2008 році (21,1 л на кожного українця). Далі розпочався процес спаду споживання соків. При цьому, за останні два роки споживання соків на одну особу у порівнянні з 2013-2014 роками зменшилось на 4,5 л на кожного українця. Розглядаючи динаміку споживання соку на одну особу за 2000-2016 роки, можна побачити величезний спад, країна майже повернулась до показника 2002 року. [10. – с. 147-152].

В таблиці 2 наведені дані щодо споживання найпоширеніших видів напоїв українцями. Розглядаючи дані, видно що найбільше українці споживають газовані мінеральні води, що пов'язано з їх нижчою ціною за ціну соків. Порівняно з 2011 роком в 2016 році споживання соків на одну особу зменшилось з 8,3 л до 5,7 л або на 30 %.

Таблиця 2

Споживання найпоширеніших видів напоїв на одну особу за 2011-2016 роки [11]

Показники	Роки					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Соки фруктові та овочеві (крім сумішей) (кг)	8,3	9,9	10,2	10,2	6,2	5,7
Води натуральні мінеральні негазовані (л)	7,3	8,3	8,9	8,4	8,4	10,2
Води натуральні мінеральні газовані (л)	21,5	21,3	19,5	19,2	17,0	17,1

Основною причиною зменшення споживання соків є суттєве зниження купівельної спроможності українців, особливо у 2015-2016 рр. З іншого боку,

зменшення обсягів споживання населенням соків призводить до зменшення кількості поживних речовин, які вживають люди, а це послаблює захисні функції їхнього організму і створює сприятливе середовище для вірусів та хвороб. Відповідно, замість того, щоб витратити кошти на соки, українці витрачають гроші на лікування (у тому числі через нестачу мікроелементів, яких є достатньо у соках), що значно дорожче за споживання соків.

Розглянемо зовнішньоекономічну політику імпорту та експорту соку.

В Україну імпортуються соки і нектари з Австрії (30% від загального обсягу імпорту), Нідерландів (26%), Іспанії, Швейцарії, Ізраїлю, Сінгапуру і Китаю. Поставками з-за кордону займаються такі компанії: Сандора (входить до складу PepsiCo), Кока-Кола Беверіджиз Україна, ЗАТ Висма, УСПОТ ЛТД, виробнича фірма Ерлан ЛТД.

Географія імпортних поставок соків і нектарів обширна, але основний потік в першому півріччі 2016 року спостерігається з Австрії – її частка 30% від загального обсягу імпорту соків і нектарів (30% в 2015 році) і Нідерландів – її частка 26% (32% в 2015 році). Решта країн розташувалися наступним чином: Іспанія; Швейцарія; Ізраїль; Сінгапур; Китай; Італія; Молдова; Росія [9].

Ринок імпорту має негативну тенденцію, так як українські громадяни все ще відчувають кризу в країні, а соки і нектари – не продукт першої необхідності. Отже, українці або відмовляються від придбання соку або вибирають дешевий вітчизняний варіант.

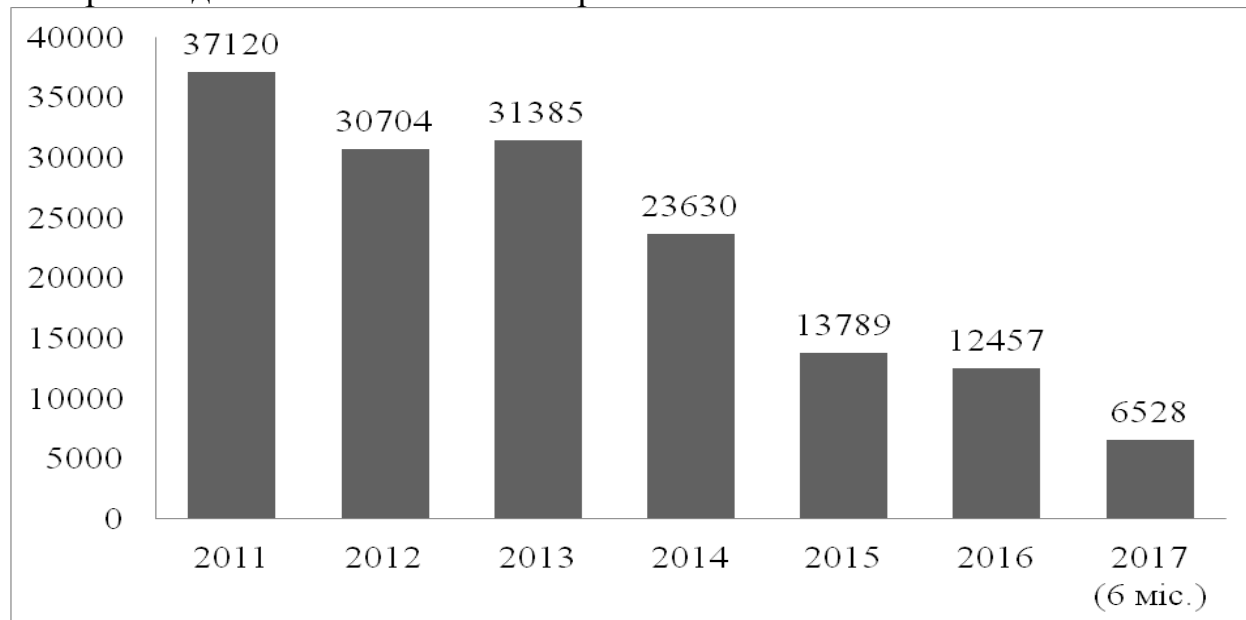


Рисунок 3. Імпорт фруктових та овочевих соків в тис. т [9]

Аналізуючи рис. 3, можна побачити, що починаючи з 2013 року, обсяги імпортних соків на українських прилавках знижуються. За останні 3 роки поставки з-за кордону впали на 60,3% в об'ємному вираженні, що відповідає 63,6% у валютному еквіваленті.

На внутрішньому ринку знижується попит на соки, тому виробникам слід звернути увагу на закордонні ринки. До 2014 року російський ринок становив приблизно 50% експортного сегмента. Тепер же виробники переключилися на ринки Західної Європи.

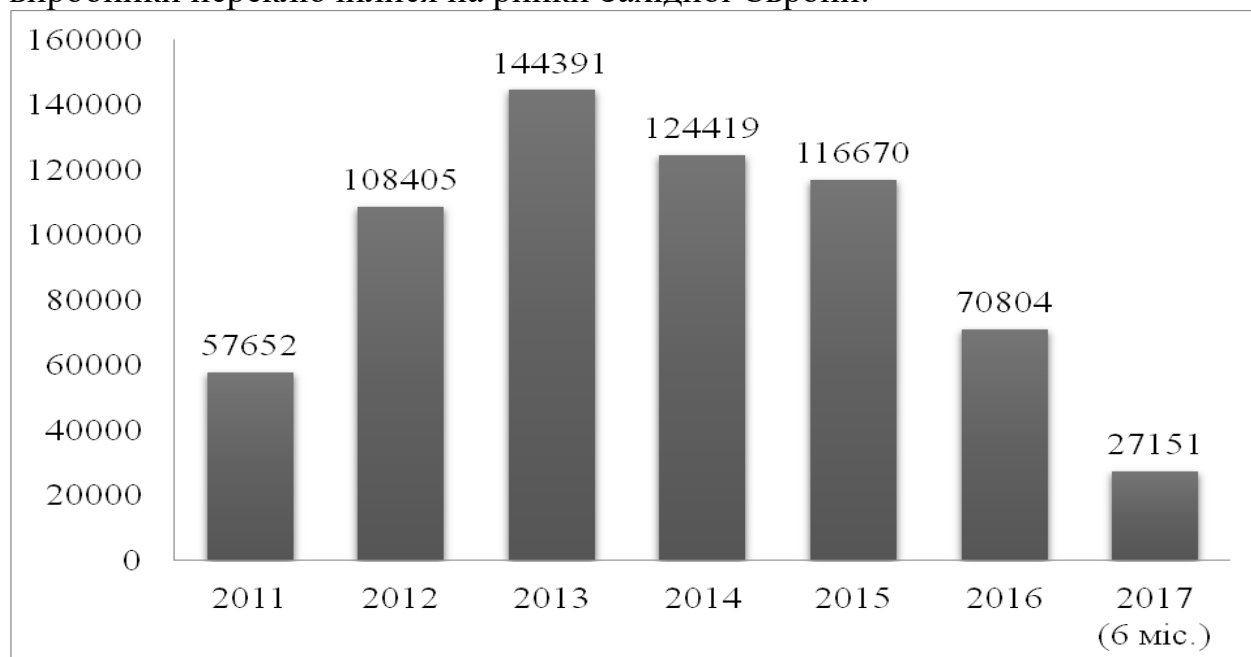


Рисунок 4. Експорт фруктових та овочевих соків в тис. т [9]

За перше півріччя 2017 року з України було експортовано 27151 тонна соків на суму 20933 тис. доларів.

Головна проблема безмитного ввезення соків на територію ЄС – складність отримання сертифікату походження. Якщо мова йде про томатні і яблучні соки, сертифікат отримати не важко, адже всі інгредієнти були зроблені в Україні. Якщо ж мова йде про екзотичні серії або про цитрусові соки, фрукти для виготовлення яких були закуплені за кордоном – отримання сертифіката ускладнюється.

Ще одна причина зниження обсягу експорту – невідповідність рівня якості. За останні 3 роки в країнах Західної Європи стали популярними соки прямого віджиму. Натуральна продукція маркується знаком «NFC», що означає not from concentrate – не з концентрату. В країнах ЄС даний продукт є популярним і дуже цінним серед споживачів. Він коштує дорожче, однак цінується споживачами [8].

Україна експортує соки та нектари у різні країни світу. Розглянемо які з країн є лідерами в отриманні української продукції (рис. 5).

Як показав аналіз ринку соків і нектарів, основний обсяг продукції з України поставляється в Польщу – її частка склала 45%, хоча ще в минулому році питома вага поставок в цю країну були всього на рівні 18% від загального обсягу експорту в натуральному вираженні. Помітно знизилися обсяги поставок соків і нектарів на білоруський ринок – частка цієї країни склала 17% від загального обсягу експорту, на відміну від 26% у 2015 році.

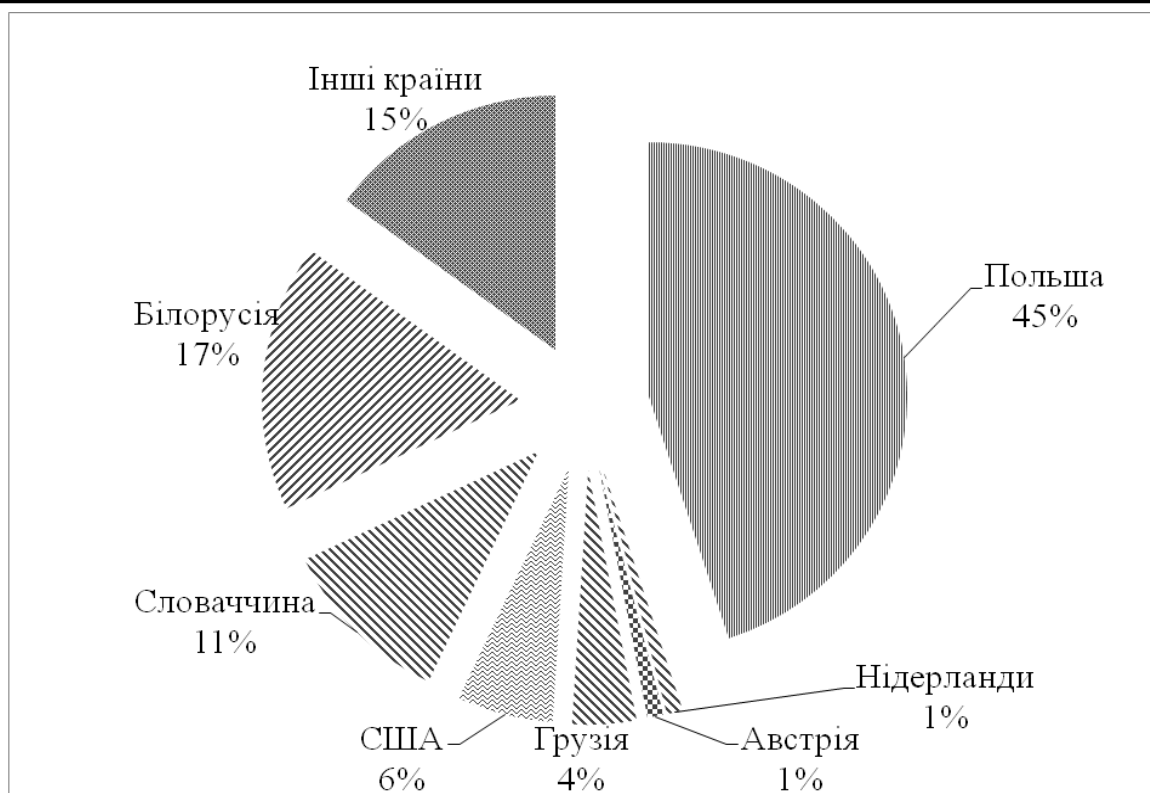


Рисунок 5. Країни, в які експортуються українські соки та нектари [9;14]

Далі слідує Словаччина, питома вага якої склала 11% в першому півріччі 2016 року (5% в 2015 році) і Сполучені Штати Америки з часткою 6% (8% у 2015 році). Замикає п'ятірку лідерів українського експорту соків і нектарів Грузія, частка якої в поточному році склала 4% від загальної кількості експорту, проти 3% поставок в 2015 році.

Істотно знизився обсяг експорту соків і нектарів в Австрію (1% в поточному році проти 17% в 2015 році) і Нідерланди (1% в першому півріччі 2016 року, проти торішніх 5%).

Рейтинг найбільших зовнішніх ринків збуту соків і нектарів в першому півріччі 2016 року: Польща; Білорусь; Словаччина; Сполучені Штати Америки; Грузія; Німеччина; Молдова; Росія; Казахстан; Азербайджан.

Найдорожчу продукцію на зовнішній ринок відправила компанія Атлантіс. У 2015 році лідером з найдорожчої експортованої продукції була Одеська компанія Діесес Україна. Найдешевшу сокову продукцію експортував Одеський консервний завод. У 2015 році лідером за низькою вартістю експортованої продукції була оптова компанія Міфрас. Рейтинг країн-покупців найдорожчих соків і нектарів в першому півріччі 2016 року: Об'єднані Арабські Емірати; Нідерланди; В'єтнам; Туркменістан; Норвегія. Рейтинг країн-покупців найдешевших соків і нектарів в першому півріччі 2016 року: Ірак; Румунія; Чехія; Киргизстан; Таджикистан [14].

Отже, конкурентоспроможність національної економіки це - рушійний фактор для досягнення лідерських позицій на світовому ринку. Харчова промисловість є однією з головних галузей, яка займає значну частину в

структурі національної економіки країни та вагоме місце у платіжному балансі нашої держави

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Таким чином, український ринок соків і сокової продукції має тенденцію зменшення. Оскільки для більшості населення, соки- не є товаром першої необхідності, то вони часто не потрапляють у споживчий кошик.

Зниження споживання соків на внутрішньому ринку стимулює шукати можливості експортувати продукцію за кордон. Однак на цьому шляху постає ряд проблем, найважливішими з яких є невідповідність законодавства з технічного регулювання в Україні і ЄС. Подолання цих бар'єрів є необхідним етапом розвитку національних брендів, особливо в умовах заборони торгівлі з Російською Федерацією. Інтеграція на ринок ЄС вимагає від українських суб'єктів господарювання особливу увагу варто приділити сокам нефасованим, а також смузі, оскільки різниця між вартістю цих продуктів на внутрішньому і зовнішньому ринку є достатньо суттєвою для отримання виробником прибутку. Світова практика доводить, що одним із дієвих економічних інструментів підвищення добробуту населення держави – є підвищення якості життя населення, а саме здорового способу життя, заснованому на вживанні якісних напоїв – натуральних соків. Обмеженість фінансових ресурсів у рішенні питань даної проблематики потребує економічних аспектів його використання та подальших досліджень.

Список використаних джерел (References):

1. Власенко Н.А. Ринок соків в Україні та одна з альтернатив підвищення конкурентоспроможності продукції [Текст] / Н.А. Власенко // Автоматика. Автоматизація. Електротехнічні комплекси та системи. – 2007. – № 1. – С. 169-173.
2. Євтушевська О.О. Тенденції розвитку українського ринку соків, нектарів, напоїв, що містять сік, морсів [Текст] / О.О. Євтушевська, С.І. Бабуріна // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 3. – С. 46-52.
3. Мельник І.В. Тенденції розвитку українського ринку соків [Текст] / І.В. Мельник // Облік і фінанси АПК. – 2010. – № 1. – С. 141-144.
4. Хворост Т.В. Стан конкурентоспроможності національної економіки України [Текст] / Т.В. Хворост // Економіка і суспільство. – 2017. – №10. – С. 145-148
5. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
6. Радченко О.О. Основні тенденції ринку натуральних продуктів та їх привабливість для експансії української продукції // Причорноморські економічні студії. – 2016. – №. 9 (2). – С. 13-17.
7. ДСТУ 4283.1:2007 Соки та сокові продукти. Частина 1. Терміни та визначення понять. – Введ. 2007–04–04. – К.: Держспоживтандарт України 2007, 12 с.

-
8. Лукомський Ю.О. Тенденції і напрями розвитку ринку соків в Україні // Молодий вчений. – 2016. – №. 7. – С. 73-77.
 9. Анализ украинского рынка соков за 2011-2017 год [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-ukrainskogo-rinka-sokov.html>.
 10. Кручак Л.В. Ринок соків України: аналіз стану та оцінка впливу дебіторської заборгованості покупців та його розвиток // Облік і фінанси. – 2016. – №3. – С. 147-152.
 11. Статистичний збірник Україна у цифрах 2016 / Державна служба статистики України; за редакцією І.Є. Вернера. Відповідальний за випуск О.А. Вишневська. – Державна служба статистики України, 2017. – 240 с.
 12. Вичавити соки. В Україні скорочується випуск соків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua1.com.ua/publications/vichaviti-soki-v-ukrajini-skorochuetsya-vipusk-sokiv-7439.html>.
 13. Офіційний сайт компанії «KOLORO» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://koloro.ua>.
 14. Кто и куда продает украинские соки и нектары. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://delo.ua/business/kto-i-kuda-prodaet-ukrainskie-soki-i-nektary-321390/?supdated_new=1510475333.

УДК 658.8

Зимбалеvська Юлія Вікторівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну



ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ БРЕНДИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Зимбалеvська Ю.В.

FORMING OF THE BRANDING SYSTEM AT ENTERPRISES UNDER THE MODERN CONDITIONS

Zymbalevska Y.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ БРЕНДИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Зимбалеvская Ю.В.

В статті подано удосконалено структурно-логічну модель процесу формування бренду на підприємствах в сучасних умовах. Охарактеризовано комплексний підхід до оцінки сили бренду. Описано теоретичний підхід до визначення капіталу бренду на основі дисконтування грошових потоків.

Ключові слова: брендинг, капітал бренду, сила бренду.

The article presents the improved structural and logical model of the process of brand formation in enterprises in modern conditions. A comprehensive approach to assessing brand strength is described. The theoretical approach to determining the capital of a brand on the basis of discounting of cash flows is described.

Keywords: branding, brand equity, brand strength.

В статье представлены усовершенствована структурно-логическую модель процесса формирования бренда на предприятиях в современных условиях. Охарактеризованы комплексный подход к оценке силы бренда. Описан теоретический подход к определению капитала бренда на основе дисконтирования денежных потоков.

Ключевые слова: брендинг, капитал бренда, сила бренда.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Інтеграція України у торгово-економічні, фінансово-інвестиційні, виробничо-технологічні глобальні процеси потребує застосування загальносвітових інструментів управління діяльністю вітчизняних підприємств легкої промисловості. Необхідність посилення і утримання ринкової позиції, отримання додаткового прибутку, збільшення капіталізації, залучення інвестицій актуалізує застосування технологій сучасного брендингу.

На світовому ринку жорсткої конкуренції вітчизняних та імпортованих товарів легкої промисловості, передусім китайського та турецького виробництв, набуває необхідності підвищення економічної ефективності діяльності українських підприємств. Важливою умовою забезпечення гармонійного розвитку та ефективної інтеграції у загальносвітові процеси підприємств України є забезпечення додаткової конкурентної переваги шляхом формування у свідомості споживачів сталих асоціацій, а також презентації переваг та особливостей. Ці завдання досягаються шляхом становлення товарних та корпоративних брендів на підприємствах України в умовах глобалізації.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). У сучасній економічній літературі проблематику брендингу описують досить детально. Зокрема, механізми створення успішних брендів викладено у роботах В. Домніна, Ж.-Н. Капферера, Е. Райса, Дж. Траута, Г. Чармессона, стратегії управління та оцінку вартості бренду описали Д. Аакер, Т. Гед, С. Девіс, К.Л. Келлер, Ф. Котлер, Дж. Траут, бренди з позиції поведінки споживачів розглянули Р. Блекуелл, Дж. Енджел, П. Мініард, створення ефективного бренду дослідив П. Чевертон. У межах вивчення різних напрямів маркетингової діяльності теоретичні аспекти та принципи брендингу частково дослідили Т. Амблер, Г. Армстронг, Ж.-Ж. Ламбен, Т. Левіт, Т. Роделіус, Д. Хейг, Дж. Хенкінсон, Л. Де Чернатоні та інші. На основі результатів їх досліджень особливості практики бренд-менеджменту на підприємствах України висвітлено у роботах Л. Балабанової, С. Гаркавенко, А. Длігача, О. Зозульова, В. Перції, Т. Примака, В. Пустотіна, Є. Ромата, А. Старостіної, Л. Шульгіної, Л. Яцишиної. Різні аспекти брендингової діяльності набули подальшого розвитку в дослідженнях українських науковців – Л. Бук, С. Велешук, О. Гейко, С. Димитрова, М. Лео, С. Махнула, Я. Приходченко, Ю. Рудченко, Д. Яцюка, О. Штовби та інших.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). В умовах глобалізації вимоги до глибини та комплексності досліджень у сфері брендингу кардинально зростають, з'являється багато дискусійних питань. В Україні брендинг як інструмент стратегічного розвитку є недостатньо дослідженим. Насамперед це стосується методичних підходів до оцінки капіталу бренду та його впливу на вартість підприємств.

Мета статті (Main purpose of the article) полягає у адаптуванні, удосконаленні та подальшому розвитку брендингу, що спрямований на підвищення вартості підприємств України в умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Сучасні тенденції насичення ринку і посилення конкуренції між товарами вітчизняного та зарубіжного виробництва, вихід українських економічних суб'єктів на світовий ринок обумовлюють необхідність використання концептуально нових елементів управління стратегічним розвитком підприємства. При таких умовах застосування брендингу є свідченням інноваційної активності і стратегічного бачення керівництвом перспектив розвитку підприємства.

Процес впровадження брендингу в управлінську діяльність підприємств відбувається повільно, що пояснюється зосередженням на вирішенні проблем, пов'язаних з ефективним використанням матеріальних активів. Формуванню потенціалу стратегічного розвитку за рахунок бренду, як нематеріального активу підприємства, не приділяється достатньої уваги. Ця ситуація обумовлена проблемами соціально-економічного характеру, відсутністю досвіду і недостатнім науково-методичним забезпеченням брендингу з урахуванням особливостей ринкової економіки України.

З метою забезпечення відповідності емоційних і матеріальних характеристик бренду обов'язковим є узгодження стратегії, позиції та ідентичності бренду з елементами комплексу маркетингу. Тому для новоствореного підприємства доцільно розглядати бренд як стратегічний орієнтир системних тактичних дій по формуванню і реалізації програм основних складових комплексу маркетингу. Для вже функціонуючого підприємства можливий пошук способів узгодження ідентичності і позиціонування бренду зі станом основних складових комплексу маркетингу, що діагностується за допомогою досліджень. Іншим, проте, більш складним способом реалізації концепції брендингу на підприємстві є пошук стратегічних ресурсів і можливостей для коригування складових комплексу маркетингу відповідно до ідентичності і позиціонуванням бренду, які є актуальними в поточних умовах ринку товарів. Таким чином, розвиток бренду обумовлено перманентної зміною цілей і стану системи взаємопов'язаних елементів комплексу маркетингу.

У запропонованій моделі (рис. 1) враховано, що формування бренду здійснюється не тільки на основі бренд-комунікацій, а й за рахунок синергії всіх складових маркетингового комплексу, тобто за рахунок реалізації маркетингових програм.

Аналіз умов ринкового середовища дозволяє визначити фактори і обставини ринкових умов, які забезпечують додатковими ресурсами процес формування бренду або перешкоджають йому. Також необхідно провести дослідження на предмет виявлення очікуваних вигод і користі від застосування товару.

Формування бренду на підприємстві доцільно здійснювати на основі результатів порівняння існуючих на ринку брендів товарів в розрізі елементів маркетингового комплексу. Передбачається, що в результаті аналізу зовнішніх (призначення, якість, надійність) і креативних (атрибути

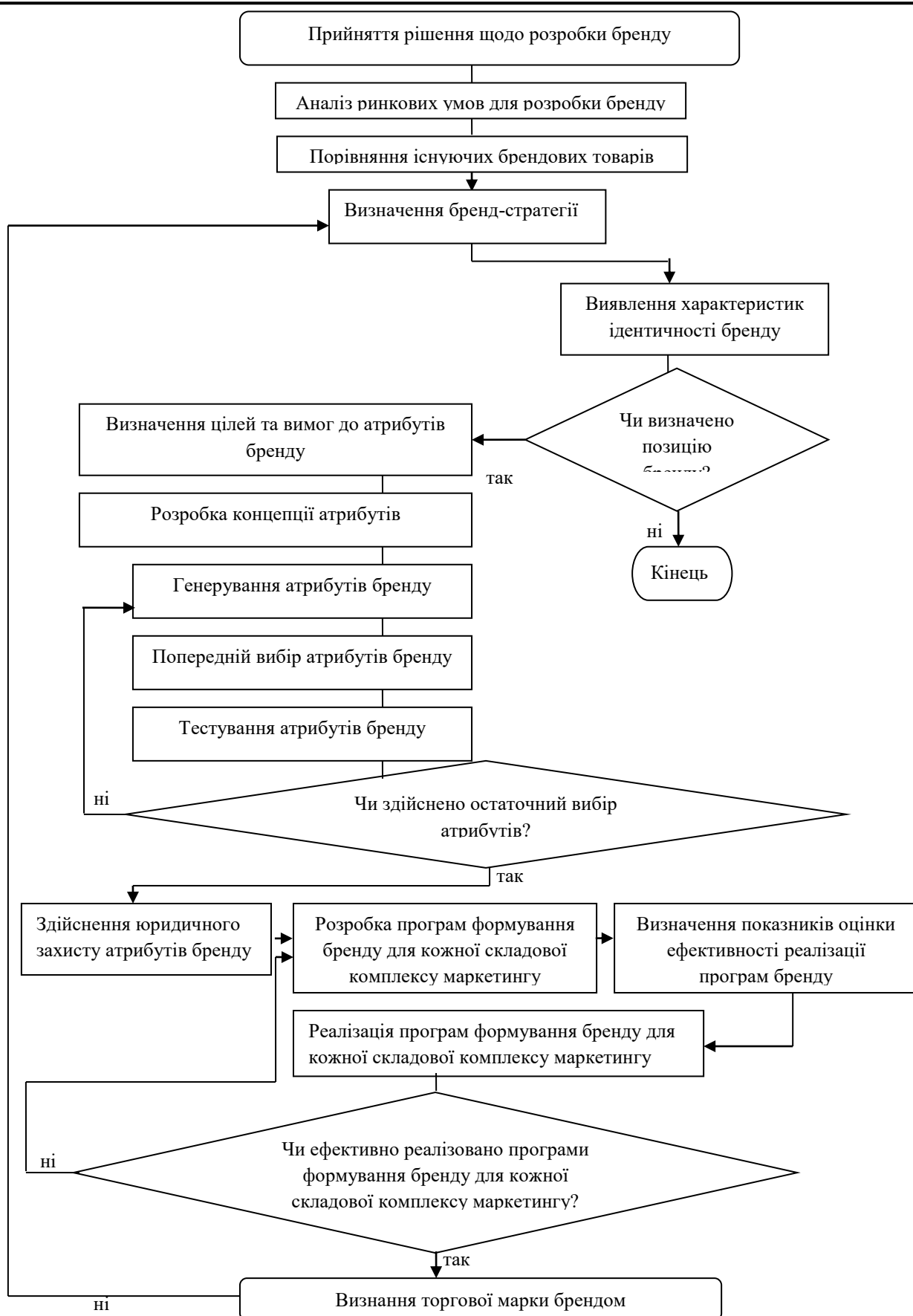


Рис. 1. Структурно-логічна модель управлінських дій щодо розробки бренду

бренду) характеристик конкурентних товарів повинно бути проявлено безумовно відмінна властивість, на основі якого в подальшому планується виявляти характеристики ідентичності і здійснювати позиціонування нового бренду.

Результати стратегічного аналізу дозволяють уникнути дублювання характеристик ідентичності вже існуючих на ринку брендів для формування нового бренду, врахувати сильні і слабкі сторони конкурентних аналогів, визначити представників цільової аудиторії, сформувані концепцію позиціонування. При цьому важливо правильно ідентифікувати конкурентів відповідно до специфіки складових комплексу маркетингу аналізованого бренду.

Для виявлення унікальних характеристик ідентичності бренду доцільно проаналізувати таку інформацію, як історія розвитку бренду, способи використання брендового товару. В процесі брендингу поширена практика застосування дисконтних карт як інструменту маркетингових досліджень, за допомогою яких відстежується періодичність, складові покупки і т. д.

Для виявлення характеристик ідентичності конкурентних брендів застосовують методику фокус-груп, на яких попередньо запрошених учасників дослідження розподіляють на групи, які протягом 10-15 хвилин формують сукупність характеристик конкурентних брендів. Логічно, що характеристики, які повторюються в списках груп, можна віднести до стрижневий ідентичності конкурентних брендів, інші характеристики - до розширеної ідентичності.

Для формування чіткої ідентичності нового бренду доцільно застосовувати 1-3 характеристики, якими не наділений ні один з конкурентних брендів. Їх можна виявити і за допомогою інших дослідницьких маркетингових інструментів, серед яких такий додатковий порівняно дешевий канал отримання даних, як новітні Інтернет-технології, що дозволяють проводити фокус-групи в режимі відеоконференцій, а глибинні інтерв'ю - в режимі онлайн. Також для пошуку характеристик ідентичності бренду вважаємо ефективним використовувати релевантні ринкові можливості та інтерпретувати інформацію, що надходить. Використання характеристик ідентичності, якими не наділений ні один з конкурентних брендів, вважається найдешевшим і менш ризикованим способом позиціонування.

З метою формування споживчої цінності бренду серед представників цільової аудиторії і суспільства в цілому необхідно досліджувати мотиви і економічні інтереси, якими керуються при купівлі товару.

На нашу думку, стратегічний аналіз бренду є інформаційною основою для формування бренд-стратегії і розробки інструментів її реалізації, однак, не може розглядатися як разова процедура. Процес моніторингу і адаптації складових комплексу маркетингу до змін ринкового середовища підприємства повинен здійснюватися на всіх стадіях брендингу.

В умовах високого рівня динамічності розвитку і невизначеності ринкового середовища процедура розробки бренд-стратегії (рівнів знання і визнання бренду, яких планується досягти протягом наступних 5 років) здійснюється експертно за результатами аналізу альтернативних сценаріїв стратегічних рішень.

Відповідно до обраної стратегії і на основі унікальної торговельної пропозиції (відмінної якості, важливого або цікавого переваги, цінності товару для представників цільової аудиторії), яке виявлено в результаті аналізу конкурентних брендів, вважаємо за можливе розробити концепцію та заходи досягнення позиціонування бренду.

Позиціонування, аналогічне до конкурентного бренду, вимагає обґрунтування причин лідерства певної марки. Дослідження психологів і практичний досвід свідчить про те, що позиціонування з більш ніж трьома критеріями не буває ефективним. При застосуванні паритетного способу позиціонування вибираються ті ж критерії позиціонування, що і при конкурентному. При цьому зберігається співвідношення цих критеріїв (вищий рівень ціни і сервісу) або забезпечується отримання додаткової вигоди. Диференціює спосіб позиціонування полягає в активному виділенні бренду серед конкурентів за рахунок кращих невикористаних критеріїв позиціонування.

Якщо в ході дослідження не вдалося визначити унікальні характеристики бренду, для його формування української практик брендингу А. Федоров [7] рекомендує максимізувати кількість рекламних звернень і їх носіїв. При таких обставинах ми не рекомендуємо штучно створювати унікальна торгова пропозиція, а використовувати нетрадиційні рекламні інструменти.

На основі синергії, що склалася бренд-стратегії і певних характеристик ідентичності бренду розробляються бренд-комунікації і стиль атрибутів. Концепція позиціонування ґрунтується на виборі і визначенні ролі кожного з комунікаційних носіїв при оптимізації бюджету. Регулярна оптимізація бренд-стратегії дозволяє зробити пропозицію підприємства більш комплексним для споживача.

Генерація атрибутів бренду здійснюється шляхом використання методу мозкового штурму, для проведення якого залучаються фахівці і співробітники підприємства. Також не потрібно нехтувати варіантами автоматичної генерації атрибутів за допомогою спеціального програмного забезпечення. Воно дозволяє провести фонетичний і семантичний аналізи імені бренду на предмет відсутності небажаних асоціацій з його змістом, а також лінгвістичний аналіз для порівняння зі словниками та наявними в мові морфем (невеликих, але ємких за значенням частин слів; структури, наголосів і рим). У загальному розумінні атрибути бренду повинні відображати сутність основних характеристик товару, бути приємним і легким для контакту і запам'ятовуватися у всіх країнах просування бренду.

Обов'язковим етапом процедури розробки атрибутів бренду є їх попереднє тестування, яке передбачає оцінку сприйняття ідентичності, образу бренду і комунікацій, можливість вибору оптимального варіанту ідеї атрибутів і характеристик, які максимально ефективно відповідають пропонованим переваг, запитам і перевагам цільових споживачів.

На думку А. Длігача [2], основна складова бюджету формування бренду повинна припадати на проведення досліджень і тестування концепцій, а не на бренд-комунікації. Т. Шевчук [4] стверджує, що правильно вибране ім'я бренду дозволяє зменшити майбутні витрати на бренд-комунікації. Обов'язковою вимогою до всіх бренд-комунікацій є максимізація рівня ідентифікації (помітне розміщення) імені та / або логотипу в якості основного бренд-формуючого фактора і одночасне грамотне відображення зв'язків імені з відповідною товарною категорією.

Згідно з чинним законодавством юридичний захист атрибуту бренду можуть отримати шляхом реєстрації не тільки торгової марки, але і інших об'єктів права інтелектуальної власності - винаходів і корисних моделей, промислових зразків, місця походження товару, об'єктів авторського права і т. П. Важливо перевірити патентну чистоту всіх обраних атрибутів бренду на предмет їх використання раніше.

Ціна вважається гнучким елементом комплексу маркетингу і єдиним, що формує прибуток підприємства. Чутливість покупців до ціни брендового товару є обернено пропорційною того, як споживачі оцінюють унікальні характеристики товару, що відрізняють їх від пропозицій конкурентів.

Формування бренду неможливо без забезпечення географічної доступності товару, тому рекомендується застосовувати франчайзинг як інструмент розширення торгової мережі і важіль утримання єдиної ціни. Інтер'єр в магазині повинен відповідати фірмовому стилю і суті бренду. Альтернативою змісту мережі фірмових магазинів є продаж товарів через каталоги.

При продажу брендових товарів потрібно з'ясувати і пристосуватися до вимог клієнтів, створити атмосферу співпереживання. З метою максимально ефективного управління прийняттям рішення про покупку доцільно використовувати такі маркетингові компоненти: якість обслуговування, правильне інформування про ціни кожної асортиментної позиції, надання кваліфікованих консультацій, використання інструментів аромамаркетингу, забезпечення зручності здійснення покупок (розташування секцій, логічність системи пішохідного переміщення по магазину, забезпечення музичного супроводу, температурної комфортності, належного освітлення).

З огляду на те, що для переважної більшості підприємств бажаним є малобюджетне формування бренду, альтернативою формування франчайзингової мережі можуть стати суб'єкти роздрібної електронної торгівлі: електронні магазини, аукціони, торгові майданчики, сайти-вітрини, промосайт і ресурси.

Брендинг здійснюється за допомогою побудованої системи маркетингових комунікацій, які забезпечать поступове формування бренду. Головною функцією комунікацій є виділення бренду серед інших, закріплення сформованих переваг, зміст наявних покупців і збільшення частоти і обсягів покупок.

У комунікаційних зверненнях необхідно правдиво передавати унікальна торгова пропозиція, використовуючи особливості типової поведінки образів, асоціативний ряд або легенду.

Все бренд-комунікації формуються за допомогою зрозумілих для цільової аудиторії слів і образів, а також дієвих аргументів того, що бренд допоможе змінити життя на краще, дасть те, про що давно мріяли; дозволить стати красивіше, краще і т. д.

Візуальні бренд-комунікації передбачають посилення інформаційної інтерпретації, в порівнянні з вербальними. Тому вважаємо за доцільне строго їх контролювати для того, щоб не вплинути на формування непотрібних додаткових повідомлень, які будуть супроводжувати основну ідею бренду.

В умовах товарного насичення ринку грамотна розробка і застосування технологій брендингу дозволить підприємствам мати переваги. Це обумовлено можливістю інтерпретувати уявлення і очікування споживачів в специфічні привабливі властивості товару, а також забезпечити відповідне рекламне супроводження з вдалою, близькою і звичної ідеєю, продуманою аргументацією, які будуть відповідати українській культурі і традиціям. Максимально ефективне управління брендом передбачає постійний і послідовний процес підтримки або зміни ситуації ідентичності шляхом підтримки анонсованої легенди, активної реалізації програм бренд-комунікацій, пропагандою використання і змісту заявленої якості брендового товару, а також в разі необхідності складання антикризових планів.

На думку експертів, для досягнення середнього рівня визнання бренду потрібно приблизно три роки, що є довготривалим процесом в мінливих умовах перехідної економіки.

Для утримання сформованих позицій бренду шляхом своєчасного і правильного реагування на зміни ринку товарів доцільно розробляти і організовувати роботу відповідних схем моніторингу.

На етапі розвитку бренду, коли процес вибору товару стабілізується, систематичне додаток розширеної ідентичності бренду новими характеристиками є необхідною умовою продовження його життєвого циклу. На думку українських практиків [7], бюджет маркетингових комунікацій в розрізі брендингу повинен становити менше 3% від доходу підприємства для утримання існуючої позиції бренду, 4-7% - при активному і 8-10% - при агресивному виході на ринок. На стадії зрілості доцільно інтенсифікувати бренд-комунікації, використовуючи CRM та ін.

Паралельно з кількісним визначенням поточного обсягу продажів бренду доцільно проводити якісний аналіз. Він передбачає визначення рівня виконання функціонального призначення бренду - досягнення поставлених

цілей, виконання покладених ролей в контексті «товар-ринок» і всередині бренд-портфеля. Відповідно і ресурси на посилення ринкової позиції бренду необхідно розподіляти, враховуючи функціональний його значення.

Найважливішим стратегічним ресурсом, що визначає перспективність розвитку підприємств, є нематеріальні активи, серед яких виділяється вартість торгової марки. Брендінг вважається ефективним засобом створення більшої частки доданої вартості як продукції, так і підприємства в цілому.

Відсутність нормативної бази для оцінки вартості нематеріальних активів, зокрема до оцінки торгової марки, передбачає необхідність вибору підходів і методів для обґрунтування результатів брендінгу.

Для визначення капіталу бренду використовуються різні підходи і методи. Більшість вчених [5] погоджуються з тим, що метод дисконтування грошового потоку, незважаючи на дискусійність застосування, найбільш точно визначає вартість функціонуючого об'єкта.

Для визначення капіталу бренду на дату оцінки за основу пропонується вибрати формулу чистої приведенної вартості (дисконтування грошових потоків).

$$CB = \sum_{t=1}^n \frac{C_{mt} \cdot Q_t \cdot \sigma}{(1+r)^t} - (C_d + C_r), \quad (1)$$

де: СВ - капітал бренду; C_{mt} - преміальна надбавка до вартості кожної одиниці товару відповідно до силою його бренду за період t ; Q_t - сукупний обсяг продажів брендового товару в натуральному вимірі за період t (скоригований на середньоквадратичне відхилення σ , якщо прогнозовані обсяги продажів брендового товару є неоднаковими за величиною, непостійними протягом визначеного періоду прогнозування або якщо реалізація товару обмежується часовими рамками); C_d - сума витрат на розробку фірмового стилю бренду (логотипу і вибір кольорової палітри); C_r - сума витрат на реєстрацію торгової марки;

$$\frac{1}{(1+r)^t} - \text{коефіцієнт дисконтування}$$

r - норма дисконтування; t - період, в якому брендовий товар представлений на ринку (календарний рік); n - кількість періодів, які аналізуються.

У запропонованій методиці оцінка капіталу бренду здійснюється на основі розміру встановленої преміальної надбавки до собівартості кожної одиниці товару. На нашу думку, процес встановлення ціни на брендовий товар повинен частково відрізнятись від традиційних підходів ціноутворення. В його основу має бути закладено отримання відповідних матеріальних вигод (збільшення суми чистого прибутку) від повного використання емоційного впливу на споживачів за допомогою торгової марки. Для формування дорогого, ексклюзивного, статусного і престижного

бренду доцільно на товар встановлювати більш високу ціну, ніж у конкурентів, оскільки споживачі готові платити більше за цінність бренду.

$$P_p = C + \tilde{N}mt, \quad (2)$$

де P_p - ціна товару; C - собівартість товару; Cmt - надбавка, яка визначається в залежності від коефіцієнта сили бренду товару ($K_{C.B.}$).

Для визначення розміру преміальної націнки на собівартість товару пропонується використовувати інтегральний показник сили бренду До С.Б. Він відображає поточні реальні позиції бренду в суспільстві на території пропозиції товару, а саме готовність купувати брендовий товар.

Не існує загальноприйнятих принципів визначення сили бренду, тому, на нашу думку, доцільно застосовувати метод спільного аналізу, який передбачає статистичне вимір комбінацій відносного споживацького ставлення до брендовому товару шляхом проведення структурованого опитування. Ставлення до торгової марки визначається, як оцінка покупцем сприйнятої здатності марки відповідати його поточної мотивації. Ставлення коливається від позитивного значення до негативного, проходячи через точку байдужості.

$$K_{C.B.} = \sqrt[6]{K_{об.} * K_{ас.} * K_{лоял} * K_{б.к.} * K_{п.} * K_p} \quad (3)$$

У табл. 1 представлені формули показників системи оцінки сили бренду.

Таблиця 1

Система показників для оцінки сили бренду

Назва показника	Формула розрахунку	Умовні позначення
1. Коефіцієнт обізнаності ($K_{об.}$)	$K_{об.} = K_{зн.} / K_{заг}$	$K_{зн.}$ – кількість респондентів, які знають торгову марку; $K_{заг}$ – загальна кількість респондентів
2. Коефіцієнт наявності асоціацій з товарною категорією ($K_{ас.}$)	$K_{ас.} = K_{ас. т.} / K_{заг}$	$K_{ас. т.}$ – кількість респондентів, у яких з'являються асоціації з товарною категорією
3. Коефіцієнт наявності бажання здійснити покупку ($K_{б.к.}$)	$K_{б.к.} = K_{м.б.} / K_{заг}$	$K_{м. б.}$ – кількість респондентів, які мають бажання купити товар даної торгової марки
4. Коефіцієнт покупок ($K_{п.}$)	$K_{п.} = K_{п.} / K_{заг}$	$K_{п.}$ – кількість респондентів, які купують товар даної торгової марки
5. Коефіцієнт лояльності ($K_{лоял.}$)	$K_{лоял.} = K_{к.р.} / K_{заг}$	$K_{к. р.}$ – кількість респондентів, які регулярно купують товар даної торгової марки
6. Коефіцієнт частоти рекомендацій іншим щодо покупки та використання ($K_{р.}$)	$K_{р.} = K_{р.і.} / K_{заг}$	$K_{р. і.}$ – кількість респондентів, які рекомендували іншим товар даної торгової марки

Під системою взаємопов'язаних показників сили бренду ми розуміємо вибудовану логічним принципом послідовність показників, в якій головний показник (сила бренду) залежить від інших. Показники системи пов'язані між собою логічно: кожен наступний показник, залучений до системи, відображає вищий рівень взаємозв'язку з брендовим товаром.

В ході перетворення індивідуальних показників в інтегральний рекомендуємо використовувати індексний метод, згідно з яким значення індикатора позиції бренду співвідноситься із загальним або еталонним (максимальне значення $K_{с.б.} = 1$). Для проведення розрахунків обрані показники, які мають необхідну статистичну базу. Оцінка полягає в наданні силі бренду кількісного значення, яке якомога точніше відображає відповідність реальної позиції бренду запланованої. Також оцінка дозволяє виявити проблеми і відповідно ідентифікувати актуальні напрямки посилення властивостей брендового товару в розрізі показників, внесених в систему розрахунку коефіцієнта сили бренду.

Показники, внесені в систему, характеризують силу бренду і підлягають плануванню. Рівень обізнаності забезпечує отримання оцінки ефективності бренд-комунікацій, інші показники оцінюють якість бренд-комунікацій.

Коефіцієнт обізнаності є свідченням здатності покупця ідентифікувати марку серед аналогів в товарній категорії. Його доцільно визначати за допомогою питань, орієнтованих на спонтанне пригадування. Але в разі, коли респондент не може дати відповідь, вважаємо за необхідне надати варіанти імені брендів цієї товарної категорії, забезпечуючи впізнання з підказкою. Рівень обізнаності забезпечує ухвалення рішення про покупку і формуванні певних взаємин між брендом і споживачем.

Коефіцієнти лояльності і наявності рекомендацій є індикаторами споживацької задоволеності або конкурентоспроможності бренду в порівнянні з аналогами, проте не відображають факторів, які є визначальними для його формування.

Коефіцієнт формування бажання стати власником або здійснити покупку товару є результатом впливу бренд-комунікацій.

Коефіцієнт покупок відображає рішення покупця зробити покупку і залежить від рівня обізнаності про певну торгову марку.

Коефіцієнт наявності рекомендацій іншим відображає певний стан споживача після застосування товару (після покупки і використання) передбачає наявність впевненості в тому, що товар позитивно вплине на життєдіяльність. Споживач розуміє, як бренд допомагає в задоволенні його потреб і які надає вигоди.

Згідно запропонованої методики надбавка до собівартості товару не встановлюється, якщо сила його бренду менше показника слабкої конкурента. Розмір надбавки варіюється в залежності від середньоринкового коефіцієнта сили бренду.

Прийнятним для перегляду розміру надбавки до ціни брендового товару вважаємо період на півроку, оскільки він дозволяє відстежувати ймовірності посилення активності конкурентів і враховувати сезонні коливання в процесі покупки, що обумовлено специфікою асортиментного ряду переважної більшості підприємств. Логічно, що розмір надбавок до собівартості бренду може варіюватися в залежності від позицій на географічно різних ринках збуту, кількісний вимір яких залежить від особливостей споживання товару.

Грошовим потоком, що генерується брендом за період t , пропонуємо вважати сукупний показник надбавки до обсягу продажу товару в вартісному вираженні, яка включена в його вартість відповідно до силою бренду, визначеної за результатами досліджень. Таким чином, за допомогою брендингу в собівартість товару генерується додатковий обсяг коштів, який можна використовувати для подальшого розвитку бренду і підприємства в цілому.

Прогнозний обсяг продажів в кожному наступному періоді пропонується розраховувати шляхом додавання до попереднього значення абсолютного показника середньорічного темпу приросту.

При оцінці вартості бренду вважається за доцільне враховувати суму витрат на реєстрацію торгової марки та розробку фірмового стилю, яка вноситься в бухгалтерський баланс як первісна вартість в сумі з іншими нематеріальними активами.

Для приведення майбутніх доходів до дати оцінки використана норма дисконтування, яка передбачає розрахунок ставки дисконту у вигляді суми двох основних компонентів:

1. Процентна ставка по мінімального ризику (або безризиковою), яку рекомендується розраховувати як середньоринкову дохідність за короткостроковими (річним) депозитними вкладками в гривні, що відповідає періоду t . Передбачається, що ставка банківського депозиту коригується на прогнозовані середньорічні темпи інфляції. Ставка дисконту характеризує норму прибутку, за якою майбутні грошові надходження приводяться до теперішньої вартості на момент оцінки.

2. Кумулятивна надбавка (премія) за ризик інвестування коштів у формування бренду (1-3%). Без урахування фактора ризику, який відображає особливості ринку товарів, розрахунок капіталу бренду не можна вважати завершеним. Фактори-компоненти премії за ризик пропонується визначати експертно. Премія за ризик зростає при погіршенні економічної ситуації і в кризових умовах. Крім того, виникає необхідність в обліку ставки дисконтування ризику невизначеності, оскільки, чим більш віддаленим у часі буде прогнозований період, тим більше буде і рівень невизначеності щодо справжності грошових потоків. Облік ризику за рахунок коригування ставки дисконту зменшить результат оцінки капіталу бренду.

При оцінці факторів ризику визначення капіталу бренду вважаємо за необхідне враховувати, крім внутрішньо організаційних, ринкові параметри,

які охоплюють мікро- і макросередовище функціонування бренду. Ризики, пов'язані з процесом формування бренду, характеризують рівень допущення помилок при формуванні та управлінні брендом.

Незважаючи на наявність фундаментальних наукових досліджень з обліку фактора часу при оцінці капіталу бренду, невирішеною залишається проблема визначення тривалості розрахункового періоду. Обсяги реалізованої продукції і показник надбавки до собівартості відповідно до показника сили бренду можуть відрізнятися в зв'язку з мінливою ринковою середовищем в різних періодах. У сучасній теорії при застосуванні дохідного підходу оцінку бренду традиційно проводять в два етапи:

- визначають вартість в межах прогнозованого періоду;
- здійснюють оцінку післяпрогнозний періоду за допомогою нескінченного ануїтету, тобто методом капіталізації.

Отримані дані дозволяють здійснити кінцеву оцінку капіталу бренду.

У методиці використовується велика кількість експертних оцінок, що обумовлено суб'єктивністю поняття бренд. Невизначеність кількості періодів дисконтування грошового потоку може значно спотворити результати оцінки капіталу бренду. З метою удосконалення механізму обліку фактора часу, в цьому випадку, пропонується визначати тимчасові рамки розрахункового періоду як середній період амортизації основних засобів і нематеріальних активів, зважений за питомою вагою кожної групи активів в їх загальній вартості. Зазначений метод визначення тривалості розрахункового періоду може вважатися спірним, адже вартість основних засобів і нематеріальних активів не завжди є вирішальним показником в оцінці капіталу бренду. Однак, функціонування будь-якого підприємства неможливо без рефінансування коштів на оновлення певного майнового комплексу. Так, на нашу думку, такий спосіб визначення розрахункового періоду має право на існування.

Метод дисконтування грошового потоку не відображає минулих результатів, а оцінює майбутні перспективи, тому може бути використаний тільки для оцінки бренду, який знаходиться на стадії виведення на ринок. Його доцільно використовувати для оцінки вартості підприємств зі стабільними доходами або стабільними темпами їх зміни. Запропонована методика передбачає оцінку бренду, враховуючи фактори часу і ризику, а також особливості ринкової кон'юнктури. Даний метод доцільно застосовувати для визначення капіталу бренду товарів, на підприємствах яких частка капіталу належить іноземним підприємствам або планується продаж всього або частини пакета акцій. Однак, він має і ряд недоліків, основними з яких є: трудомісткість розрахунків, потреба у фінансовій інформації про діяльність підприємства, приблизний характер прогнозів, складність розрахунку ставки дисконтування та ін.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

За рахунок формування довготривалої взаємозв'язку між брендом і споживачами товару брендинг є стратегічним інструментом збільшення

вартості підприємства. Формування бренду доцільно проводити в розрізі основних елементів комплексу маркетингу. Процес збільшення вартості підприємства передбачає нарощування ключових факторів, серед яких як матеріальні, так і нематеріальні активи. Брендинг також вважається інноваційним інструментом конкурентної боротьби підприємства. Він передбачає забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства за допомогою реалізації відповідних способів, актуальних на оперативному рівні.

Список використаних джерел (References):

1. Моисеева Н.К. Брендинг в управлении маркетингом / Моисеева Н.К. [и др.]; под ред. Н.К. Моисеевой. - Второй изд. М.: «Омега-Л», 2008. - 336 с.
2. Длигач А., Писаренко Н. Обратная сторона Луны // www.mdngroup.com
3. Дойль П. Маркетинг, ориентированный на стоимость. - СПб.: Питер, 2011. - 480 с.
4. Зимбалева Ю.В. Формирования конкурентных преимуществ украинских предприятий легкой промышленности согласно концепции брендинга. Особенности устойчивого развития рынков в странах Центрально-Восточной Европы. Монография. 2-е издание. [Дайнора Грудей, Иван Грищенко, Томаш Берна (научные редакторы)] / Ю.В. Зимбалева // – Киев-Каунас-Щецин: Каунасский гуманитарный факультет Вильнюсского университета, Киевский национальный университет технологий и дизайна, Центр социологических исследований, Щекинский университет, 2011. – С. 179-196.
5. Зимбалева Ю.В. Методи визначення вартості бренду /Ю.В. Зимбалева // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск. – 2012. – №4 (66). – С. 272-281.
6. Зимбалева Ю.В. Брендинг як інструмент досягнення стратегічних завдань підприємства /Ю.В. Зимбалева, Л.К. Яцишина // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Тематичний випуск. – 2013. – №5. – С. 370-379 (автором запропоновано структурно-логічну схему формування бренду на підприємстві легкої промисловості та наведено методику ціноутворення брендового товару).
7. Лаборцева Е.И. Маркетинг и развитие предпринимательства в легкой промышленности Украины: Монография - М: КНУТД, 2008.- 364 с.
8. Ромат Е.В. Реклама: Учебник для вузов. Седьмое изд. - СПб.: Питер, 2008. - 512 с.
9. Старостина А.А., Черванев Д.М., Зозулев А.В. Маркетинг: Учеб. пособие. - М.: Знание-Пресс, 2012.
10. Федоров А.В., Чельшева И.В., Новикова А.А. и др. Проблемы медиаобразования. Монография. Таганрог: Изд-во Таганрогского государственного педагогического института, 2007. 212 с.

УДК 339.9, 338.48

Попова Анжела Миколаївна

Кандидат технічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Харківського національного автомобільно-дорожного університету



Коваль Олена Олексіївна

старший лаборант кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Харківської державної академії дизайну і мистецтв



ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯЗИЧНИЦЬКОЇ СЕМІОТИКИ В СУЧАСНОМУ ЕКОТУРИЗМІ ЯК СЕКТОРІ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Попова А.М., Коваль О.О.

TRANSFORMATION OF PAGAN SEMIOTICS IN MODERN ECO-TOURISM SECTOR AS THE GLOBAL ECONOMY

Popova A.M., Koval O.O.

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯЗЫЧЕСКОЙ СЕМИОТИКИ В СОВРЕМЕННОМ ЭКОТУРИЗМЕ КАК СЕКТОРЕ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Попова А.М., Коваль А.А.

Відображено сучасність міжнародного екотуризму з залученням народних вірувань, легенд та міфів. Розглянуті можливі приклади вже поширених серед туристів маршрутів та проаналізовано їх зміст, привабливість для туристичної галузі. Регіональні особливості традиційної духовної і матеріальної культури різних країн, дія соціальних, історичних чинників, місцевих природно-екологічних умов та можливість їх використання для розвитку туристичної галузі у країні.

***Ключові слова:** міжнародний туризм, зелений туризм, екотуризм, двовірство, язичництво.*

The contemporary international ecotourism is reflected with the involvement of popular beliefs, legends and myths. Considered possible examples of the already common route among tourists and analyzed their content, attractiveness for the tourism industry. Regional features of the traditional spiritual and material culture of different countries, the effect of social, historical factors, local natural and ecological conditions and the possibility of their use for the development of tourism industry in the country.

Key words: international tourism, green tourism, ecotourism, bipartite, paganism.

Отражена современность международного экотуризма с привлечением народных верований, легенд и мифов. Рассмотрены возможные примеры уже распространенных среди туристов маршрутов и проанализированы их содержание, привлекательность для туристической отрасли. Региональные особенности традиционной духовной и материальной культуры разных стран, действие социальных, исторических факторов, местных природно-экологических условий и возможность их использования для развития туристической отрасли в стране.

Ключевые слова: международный туризм, зеленый туризм, экотуризм, двоеверие, язычество.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Дослідження виконано у контексті науково-дослідної теми кафедри СГД ХДАДМ «Соціально-гуманітарної дискурс у системі художньої комунікації».

Туризм є однією з найбільших і динамічних галузей економіки, важливою частиною зовнішньоекономічної діяльності багатьох розвинених країн світу, що розвиваються. Високі темпи його розвитку, великі об'єми валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню туристської індустрії.

Міжнародний ринок туризму можна розглядати з боку попиту і пропозиції. Під попитом в цьому випадку слід розуміти об'єм виїзного туризму, тобто кількість міжнародних поїздок з країн світу. Вибір тієї або іншої країни в якості мети подорожі визначається конкурентними перевагами цих країн.

Екологічний туризм, як складова частина природного туризму, нині є одним з напрямів, що найдинамічніше розвиваються, у світовій туристській індустрії, на долю якого доводиться за різними оцінками 7-8% світового обігу капіталу у сфері туристського бізнесу.

Зростаюча популярність його певною мірою відбиває тенденцію збільшеного інтересу до природи і дбайливого відношення до природного довкілля, засновану на більш високому рівні екологічної свідомості людей у світі.

Про «екотуризм» як напрямок туризму, стали говорити відносно не давно - на початку 80 х років ХХ ст. Перші згадки «екотуризму» саме як

терміну відносяться до 1983 року. Але до сих пір, немає єдиного визначення. Міжнародні організації такі як Всесвітній Фонд дикої природи (ВГО) і Міжнародний Союз охорони природи (МСОП) під екологічним туризмом мають на увазі - подорожі з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відношенню до непорушеним природним територіям, з метою отримати уявлення про природні і культурно-етнографічний особливості даної місцевості. А ось Суспільство екотуризму (The Ecotourism Society у своїй термінології говорить про - відповідальній подорожі в природні території, яка сприяє охороні природи і покращує добробут місцевого населення.

Ми не ставимо завданням дати новий варіант трактування цього терміну. Але на підставі існуючих визначень виділимо основні відмітні особливості екотуризму : подорож в природу, причому головний зміст таких подорожей - знайомство з живою природою, а також з місцевими звичаями і культурою; відвертання негативної дії на природу і культуру; зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціально-культурного характеру, підтримка екологічної стійкості середовища; сприяння охороні природи і природних ресурсів; екологічна освіта і просвіта; участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності. забезпечення соціально-економічного розвитку територій;

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Питання екотуризму туризму досліджувалися такими австрійськими та німецькими вченими такими як: Р. Bernecker, Е. Spatt, а з німецької – G. Walterspiel, В. Pfister, Н. Sauermann. В Україні на сьогодні вагомий внесок у розвиток дослідження теоретичних аспектів туризму так вчені: Ю.А. Заставний, ММ. Крачило, Б.П. Яценко, М.І. Долишного, Н.Й. Коніщевої, Т.І. Ткаченко, Л.М., М. Рутинського, М. Костриці, Ю. Зінька, П. Горішевського та інші, а також був проведений контент-аналізі Інтернет-джерел та рекламних матеріалів, робіт спілок з питань туризму, результатах опитування сільських господарів, аналізі кон'юнктури туристичного ринку регіону та аналізу нерухомості регіону. Питання розвитку сільського туризму розглядалися у роботах С.М. Ілляшенка, Г.П. Скляра, Л.М. Черчик, І.О. Крюкової.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Існуючий приклад міжнародного екотуризму з залученням народних вірувань, легенд та міфів, знаходиться в первинному стані. И тому ми вважаємо доцільним розглянути цей аспект в рамках складової міжнародної економіки при сучасних глобалізаційних тенденціях та змінах у туристичній галузі.

Мета статті (Main purpose of the article). Мета дослідження полягає у визначенні актуальних форм залучення язичництва та культурного наслідку народів світу становлення та розвитку в галузі екотуризму та розробці практичних рекомендацій щодо їх втілення.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Згідно з сучасними уявленнями про розвиток екологічного туризму, його зміст визначається не лише туристської та екскурсійними програмами природознавської спрямованості, але і наочним знайомством туристів з традиційним життєвим сільського населення устроєм в межах природних ландшафтів, що збереглися.

В цілому у світі роль екологічного туризму зростає з кожним роком, що обумовлено, в першу чергу, наступними чинниками: загальним зростанням об'ємів туризму; зростаючою популярністю подорожей по спеціальних інтересах; зростанням громадської уваги до збереження довкілля.

Регіональні особливості традиційної духовної і матеріальної культури, як правило, відбивають не лише дію соціально- історичних чинників, але і специфіку місцевих природно-екологічних умов. При розробці програм екотуризму і проектуванні туристської та екскурсійних маршрутів розглядають природну і культурну спадщину регіонів в єдиному комплексі, розкриваючи в ході екскурсій взаємообумовленість природних ландшафтів, форм природокористування, систем розселення, традицій духовної і матеріальної культури населення, включаючи специфіку регіональної архітектури. І саме в контексті традицій духовної і матеріальної культури в екотуризм усе більш проникають тенденції язичництва і двовірства, що на побутовому рівні є привабливим для споживачів туристичного бізнесу. Природно відразу стає доцільним розробки нових фольклорно-етнографічних екскурсійних маршрутів, присвячених міфології на основі показу культових (язичницьких і християнських) об'єктів. Язичництво - це прадавня релігія на Землі що ввібрала багато тисячолітню мудрість, знання, історію, культуру. У наш час язичниками називають тих, хто сповідує стару віру до виникнення християнства. Проблемам язичництва і двовірства присвячена безліч наукових розробок, ми ж покажемо на прикладах ближнього і далекого зарубіжжя, як язичеські аспекти використовуються в екотуризмі.

Розглянемо найбільш відомі приклади екотуризму з язичеським ухилом або з використанням двовірства при залученні туристів на прикладі країн пострадянського періоду та деяких країн далекого зарубіжжя:

Молдова: Циповський ландшафтний заповідник, на межі Чишишеутської піднесеності і Сусленської рівнини, розташований на лівому березі Дністра. Ріки, по праву тієї, що вважається однією з прадавніх на планеті - її долина почала формуватися п'ять мільйонів років назад, після того, як з території нинішньої Молдавії пішло Сарматське море. Одна з легенд свідчить, що в давнину в гроті місцевого водоспаду був похований міфічний старогрецький співак Орфей, що не переніс розлуки зі своєю коханою Евридікою. Кам'яна кладка, за якою покояться його останки, надійно укрита скрижаллю з сімома отворами. Практично на всіх сайтах туристичних компаній, що представляють даний напрям туризму відбита ця інформація.

Білорусь Одним з основних елементів рекреаційно-ресурсного потенціалу республіки є водні об'єкти. Як правило, їх використання пов'язане з організацією масового оздоровчого відпочинку населення. Водні об'єкти культового (язичницького і християнського) поклоніння як ресурс пізнавального і паломницького туризму. Програми пізнавального туризму включають відвідування Поликавичської криниці з каплицею у м. Могильов, джерела Окменица на березі оз. Струсто у Брацлавському районі, культових джерел у д. Нивки Логойського району, Раковської криниці та ін. У ряді випадків естетичне сприйняття культових джерел посилюють архітектурні форми (каплиці, скульптурні композиції). Найпоширенішим сюжетом легенд про культові озера є легенди про затонулу церкву. Особливо часто такі легенди пов'язані з озерами з назвою Святе, яке досить часто зустрічається на території Білорусі. Як правило, на берегах таких озер археологи фіксують сліди язичницьких капищ: у селища Стрілки у Верхнедвинському районі, у селища Микуліно в Полоцькому районі, поблизу р. Лепель, в Чашникському районі та інші.

Україна: Житомирська область, Олевський район. Кам'яне село, "український Стоунхендж", найкраще відвідати в 20-х числах травня. Це диво геології, дивовижні збори валунів, що нагадують розмірами і розташуванням будинку в поселенні, користується увагою туристів у будь-яку пору року - його вважають місцем сили. Житомирська область, Овручський район, Селезовка. Поліський заповідник. У візит-центрі заповіднику є музей священних древлянських каменів : Камінь-престол, Скриня, Камінь-Любові, каміння-слідовики, Камінь сльози Богородиці, жертвний камінь. Експонується реконструйований водяний млин з автентичним зрубом з відселеного села Доleti і відновлене язичницьке святилище і техніку виплавки заліза з болотяної руди. У Дніпропетровській області недалеко від міста Павлоград, прямо посеред степу знаходиться загадкове скупчення низин і височин. Їх називають Маврінський майдан. На думку деяких дослідників, ця площа - своєрідний храм, який знайшли наші пращури. За однією версією, майдан був місцем для молитов і жертвопринесень. У свою чергу, інші дослідники розходяться у своїх припущеннях відносно його походження.

Литва. Жемантійський парк. Саме тут жили останні язичники Європи аж до 19 століття, коли тут було прийнято християнство. Відгомони язичництва тут зустрічаються навіть в орнаменталіці церкви.

Вірменія. Храм Гарни - одна з архітектурних і культових пам'яток Вірменії. Цей прадавній язичницький храм присвячений Митрі - язичницькому богові сонця, небесного світла і справедливості. Він розташований в 28 км від вірменської столиці, біля села Гарни, на трикутному мисі, який височіє над ущелиною річки Азат. Передбачуваною датою спорудження храму вважається друга половина I ст. - час правління вірменського царя Трдата I. Після прийняття Вірменією християнства

практично усі язичницькі святині були зруйновані, храм Митри - єдиний вцілілий.

Росія. рибальське селище Нижнеангарск. Він заснований як російське поселення на землях евенків. У 1643 році землепроходець Семен Скороход поставив тут зимовище, а в 1646 році Василь Колесник, в місцевості Дагари (о. Яскраві) на лівому березі Верхньої Ангари, побудував Верхнеангарський острог, де туристів знайомлять з традиційним тисячолітнім ритуалом умилювання древнього язичницького божества Бурхана, вартвого цих місць. Дагестан є унікальним полігоном як яскраво виражений поліетнічний регіон, розташований на стику світових культур і минулий складний шлях політичного, соціально-економічного і культурного розвитку. Дагестан - частина більшого Кавказького геокультурного регіону, що займає унікальне геополітичне і геокультурне положення, регіону, де позначився бар'єр і в той же час сторічні взаємодії християнства, в першу чергу православ'я, ісламу і буддизму; тут проходили доміантні торгові шляхи. Найпривабливішими в язичницькому плані є передмістя Дербенту, що з успіхом використовується при прокладанні туристичних маршрутів.

Польща. Свентокшинський національний парк. Лиса гора. У язичницькі часи тут було капище Ладі і Лелю. В середні віки в першу травневу ніч за переказами зліталися відьми на шабаш. Зараз на вершині гори розташований Храм Святого Хреста.

Чехія. Прага. Місто на язичницькому капищі. Головне і найбільше місто країни - Прага. Вона стоїть на березі Влтави, прямо навпроти її порогів. Ймовірно, місце розташування і визначило її назву: по-чеськи " prah" - означає " поріг". Але є і інші версії. Так, припускають, що назва чеської столиці споріднена дієслову " praziti". Він означає відразу дві дії: "вирубувати ліс" і "знищувати вогнем". Дійсно, багато міст будувалися на розчищених від лісу ділянках. Та і з "знищенням вогнем" все зрозуміло - в цих місцях знаходилося язичницьке капище, де спалювали жертвних тварин. Але як би то не було з назвою, місто з'явилося в зручному місці - на перехресті торгових шляхів.

Аргентина. Провінція Сан-хуан. Найолее цікавим маршрутом екотуризму є язичницький храм Дифунта-Корреа.

Італія. Національний парк Maiella Гора Майелла є у прямому розумінні культовою горою в Абруццо. Люди здавна надавали їй священний сенс і поклонялися їй як Горі Матері. Сама назва Maiella походить від язичницького божества Маја, богині і матері урожаю. З незапам'ятних часів гора давала дах і їжу місцевим жителям, мисливцям, пастухам, відлюдникам, мандрівникам, збіглим солдатам і розбійникам.

Шотландія - Argyll Forest Park - одно з найдраматичніших місць, туристам охоче розповідають о потребах друїдів. Так само обов'язково знайомлять з легендами озера Лох-Нес.

Франція. Жодне місто Франції не може порівнятися з Німом по кількості і збереженню пам'ятників давньоримської архітектури. Пішохідна

прогулянка по історичному центру: Язичницький храм I століття н.е., Римська арена, побудована 2000 років тому. Сад фонтанів, храм Діани, перший у Франції собор, побудований в неоготичному стилі.

І в завершенні короткого огляду, хотілося б звернути увагу на досвід в *Ісландії*. В даний момент в країні зводиться новий язичницький храм для залучення туристів. Поштовхом до будівництва храму послужив рух нових язичників, ініціатива яких була повністю схвалена урядом. Храм планується побудувати дуже незвичайний: освітлення в храмі змінюватиметься залежно від освітленості землі сонцем в різний час роки. У храмі проводитимуться різні церемонії, у тому числі і весілля, похорони, урочистості, а також церемонії присвячення. Єдина традиція, від якої було вирішено відмовитися, - жертвопринесення і вбивства тварин. Ця подія показує тенденцію повернення до витоків і двовірство, як можливість розвинути екотуризм за рахунок оновлення старих вірувань. При цьому розглянути це явище як поштовх до ознайомлення з частинам найдревнішої історії та культурної спадщини країн, що мали вплив на формування сучасних традицій та системи світосприйняття.

Екологічний туризм може розглядатися як найважливіша, системна характеристика, що має комплексний характер, точка зростання місцевого населення. Серед них можна виділити: економічний аспект (як джерело доходу для сільського населення в ситуації кризи аграрного сектора і деградації сільських регіонів); вбудовування в новий сектор туристичної індустрії, що динамічно розвивається, припускає застосування інформаційних технологій, сучасну організацію роботи галузі (виробництво і збут конкурентоздатного туристичного продукту); використання переважно невичерпних ресурсів, раніше усієї природної спадщини.

Слід підкреслити, що екотуризму з елементами язичництва та двовір'я, неможна відокремлювати від так званого агротуризму. Навпаки вони тісно пов'язані, та допомагають одне одному для кращого залучення туристів, до цього тандему можна сміливо додати і етнотуризм. Всі ці види тісно між собою сполученні, та дають такі туристичні пропозиції як майстер-класи у народних умільців; "зелені" школи; пропозиції активного відпочинку в регіоні; екскурсії; національні і міжнародні велотури; піші походи; водні походи; тематичні петлі; еко музеї; місцева сувенірна продукція для туристів; тури вихідного дня та ін.

Сучасна підприємницька діяльність переступила межі традиційної виробничо-підприємницької діяльності в туризмі та інтегрувалася у сферу розваг та дозвілля, фінансових, курортних та транспортно-експедиторських послуг, інтернет-магазинів, агорекреаційних послуг та інше.

Сьогодні в багатьох країнах існує розвинена мережа зон агротуризму. У такій зоні можна оселитися на якомусь хуторі, у будинку лісника або навіть в старовинній хаті, яка побудована для туристів. У розвинених агротуристичних зонах для відпочинку надаються туристські комплекси, сільські будинки, гостьові будиночки і навіть спеціалізовані бази відпочинку

на воді. Окрім цього такі розвинені зони мають у своєму розпорядженні мисливські і рибальські будиночки, садиби із зоофермами і пасіками, екологічні і етнографічні поселення.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Екотуризм є цілою комплексною концепцією, що має на увазі використання і збереження різноманіття для майбутніх поколінь, планування і управління туристичною діяльністю з огляду на охорону довколишнього середовища; окрім інтересів туристів, він має на увазі досягнення громадських цілей, екологічної рівноваги, єднання традицій та сучасності. Невід'ємний компонент екотуризму - взаємодія з місцевим населенням, створення сприятливіших економічних умов у відвідуваних районах, зацікавлення усієї громади у успішному вирішенні всіх питань з ефективною реалізації туристичних програм. Таким чином, стає ясною відмінність між туроператорами, що пропонують "традиційні" тури в природу, і організаторами турів екологічних. Перші не беруть на себе зобов'язань по охороні природи або управлінню природними територіями, вони просто пропонують клієнтам можливість побувати в екзотичних місцях і познайомитися з культурами корінних народів "до того, як вони зникнуть". Другі встановлюють партнерські стосунки з територіями, що охороняються, і місцевими жителями. Вони прагнуть до того, щоб їх бізнес вносив реальний вклад в охорону дикої природи, традицій, самобутності етносу і розвиток місць.

Канали і форми фінансових надходжень можуть бути різними, наразі можливе поєднання комерційних проектів та роботи по відновленню культурних пам'яток. Серед найбільш поширені: відрахування доходів від туризму до місцевого бюджету; плата за передачу прав користування від місцевих органів управління іногороднім туристичним компаніям; надання на місцях попередніх послуг тур фірмам (наприклад, постачання продуктами харчування, будівельними матеріалами, ремісничими виробами і тому подібне); робота по найму (службовці професійних туристичних агентств). Проте, роль екотуризму зовсім не вичерпується прямими фінансовими надходженнями. Не менш важливі так звані немонетарні переваги, які не завжди можливо оцінити економічно або які лише побічно виражаються економічними категоріями.

Підкреслимо, що усвідомлення соціально-економічного значення екологічного туризму стало причиною його розвитку у багатьох країнах і регіонах світу. Екотуризм все більш і більш стає масовою формою відпочинку людини, найважливішим засобом вдосконалення якості його життя.

І в цьому аспекті залучення трансформованої під сучасність язичницької семіотики відкриває більші межі для розвитку туризму і як наслідок розвитку економіки.

Багато хто помилково сприймає народні традиції як щось древнє, придатне тільки для внутрішнього вживання. Насправді традиції можуть не лише об'єднувати громадян, але і приносити відчутну економічну користь.

Не лише старовинні витвори мистецтва і архітектура притягають людей, не менший інтерес викликають барвисті обряди і ритуали. І це, як показує досвід інших країн, величезне джерело валютних надходжень, абсолютно не залежне від дорогих комплектуючих і енергетичних ресурсів.

Список використаних джерел (References):

1. Ecotourism and Sustainable Development in Biosphere Reserves: Experiences and prospects. Quebec, Canada MAB/UNESCO. 2002.
2. EuroMAB/UNESCO Workshop on Ecotourism, Rome, Italy. 2002.
3. Guidelines For Community Based Ecotourism Development. UK, WWF. 2001.
4. Lindberg K., Hawking D. Ecotourism: A Guide for Planners and Managers. 1993.
5. Rauschelbach B., etc. Cooperating for Sustainable Tourism. 2002.
6. Steck D. Sustainable Tourism as a Development Option. Practical Guide for Local Planners, Developers and Decision Makers. 1999.
7. Аверова Н.Г. Экологический туризм. // Экономика туризма, 2017. - № 3. – С. 12-21.
8. Биржаков М.Б., Воскобойникова Н.Н., Григорьева В.В. Экологический туризм // Большой Глоссарий терминов международного туризма. - СПб; М.: Невский фонд: Издательский дом «Герда», 2006. - С. 881-906.
9. Березовский В.С. Экологические вопросы современного туризма. // Наука и жизнь, 2015. - № 9. – С. 74
10. Бочкарева Т.В., Самарцев С.Е., Хлыстова Я.Г. Эколога-культурный туризм: технологии и опыт организации. В: Экологический туризм на пути в Россию. 2002.
11. Бортникова Н.А. Основные виды туризма в Германии. // Туризм сегодня, 2015. - № 4. – С. 3.
12. Ватин Г.А. Экологический туризм в Германии: экономический аспект. // Международная экономика, 2016. - № 5. – С. 18-20.
13. Грушев П.О. Экологический туризм в странах Европы. // Экономика, 2017. - № 1. – С. 56-63.
14. Дроздов А.В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы. В: Актуальные проблемы туризма, 99. 1999.
15. Панов И.Н. Экологический туризм и его роль в устойчивом развитии территорий. Вестник МГУ, сер.5. География, №6, 1998.
16. Коваль О.О. Трансформація язичницьких вірувань у слов'ян у період прийняття християнства Київською Руссю та збереження їх протягом століть: (07.00. 01)/Дніпропетр. держ. ун-т - Універ. Дніпропетровськ, 1998
17. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: Учеб. пособие. - 2-е изд. - М.: ИЦ «Академия», 2008. - С. 216.

18.Сергеева Т.К. Экологический туризм: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2004. - С. 267.

19. Соціально-гуманітарний дискурс у системі художньої комунікації: монографічне дослідження // Н. Більдер, О. Гончар О.Коваль та ін.; 2017, ХДАДМ

20. Ольгаина П.Р. Экология и туризм: перспективы взаимодействия. // Зеленая планета, 2015. - № 7. – С. 17-22.

ФІНАНСОВЕ ТА ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 657.62:658.29

Одрехівський Микола Васильович

доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва Національного університету «Львівська політехніка»



ПРОБЛЕМИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ОБЛІКОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Одрехівський М. В.

PROBLEMS OF THE INSTITUTION OF THE ACCOUNTING SYSTEM OF PROVISION OF THE INNOVATIVE ENTERPRISES

Odrekhivskyi M.V.

ПРОБЛЕМЫ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ УЧЕТНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Одрехивский Н. В.

Досліджено проблеми побудови системи облікового забезпечення інноваційних підприємств (СОЗІП), яка забезпечує ефективну взаємодію різних структурних підрозділів ІП та реагує на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищах, оскільки є складовою системи управління ІП і базується на даних обліку, контролю, аудиту та аналізу. Проаналізовано господарський облік як оперативний, статистичний та бухгалтерський обліки, де останній включає фінансовий, управлінський, податковий та креативний обліки. Всі зазначені обліки у сукупності розглядаються як єдина система господарського обліку, яка у системі «планування – облік – контроль – аудит – аналіз – прийняття рішень – реалізація рішень» виконує інформаційну, контрольно-аналітичну та оцінювальну функції. Запропоновано організацію СОЗІП здійснювати таким чином, щоб вона була адекватною ринковим умовам господарювання, гнучкою, адаптогенною до умов зовнішнього середовища, а її структура сприяла б зростанню

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

інвестиційної привабливості ІП, прийняттю оптимальних управлінських рішень, відпрацюванню стратегічних завдань, з метою забезпечення стійкого функціонування та розвитку ІП.

Ключові слова: аудит, інноваційне підприємство, контроль, проблема, рішення, система, структура, облік, функціонування, розвиток.

The problems of the Institution of the Accounting System of Provision of the Innovative (hereafter referred as to ASPIE) which provides the efficient interaction of the different structure units of IE and reacts on the changes in the internal and external environments, whereas is the part of the IE operation system and based on the data of accounting, control, audit and analysis were investigated. Household accounting as an operative, statistic and accounting, where the last includes financial, management, tax and creative accounting was analyzed. Generally, all the above mentioned accountings are considered as the single system of the household accounting, which in the system of “planning-accounting-control-audit-analysis-decision-decision realization” performs the informational, control and analytical functions. The organization of ASPIE was suggested to realize in such a way that it will be adequate to the market household conditions, flexible, adaptogenic to the external environment conditions and its structure would have a positive influence on the growth of the investment attractiveness of IE, making the optimal administrative decisions, working out the strategic issues on purpose of providing the steady functioning and IE development.

Keywords: audit, innovation enterprise, control, problem, solution, system, structure, accounting, functioning, development.

Исследовано проблемы построения системы учетного обеспечения инновационных предприятий (СУОИП), обеспечивающей эффективное взаимодействие разных структурных подразделений ИП и реагирующей на изменения во внутренней и внешней среде, так как является составляющей системы управления ИП и базируется на данных учета, контроля, аудита и анализа. Проанализировано хозяйственный учет как оперативный, статистический и бухгалтерский учеты, где последний включает финансовый, управленческий, налоговый и креативный учеты. Все указанные учеты в совокупности рассматриваются как единая система хозяйственного учета, которая в системе «планирование – учет – контроль – аудит – анализ – принятие решений – реализация решений» выполняет информационную, контрольно-аналитическую и оценочную функции. Предложено организацию СУОИП реализовывать таким образом, чтобы она была адекватной рыночным условиям хозяйствования, гибкой, адаптируемой к условиям внешней среды, а ее структура способствовала бы возрастанию инвестиционной привлекательности ИП, принятию оптимальных управленческих решений, разработке стратегических заданий, с целью обеспечения устойчивого функционирования и развития ИП.

***Ключевые слова:** аудит, инновационное предприятие, контроль, структура, проблема, решение, система, учет, функционирование, развитие.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Сьогодні, за умов комп'ютеризації облікових робіт, розвитку ринкових відносин, міжнародної інтеграції інноваційних процесів та трансферу технологій, надзвичайно актуальною є проблема побудови системи облікового забезпечення (СОЗ) інноваційних підприємств (ІП), в основу якої пропонується покласти підходи щодо вирішення пріоритетних завдань облікової діяльності ІП, до яких належить збирання, оброблення та відображення даних про стани господарської діяльності ІП, систематизація, групування та зведення даних, з метою отримання результативної інформації про господарську діяльність ІП, достатнього забезпечення необхідними даними процеси оцінювання, аналізу та прогнозування станів цієї діяльності для оптимального управління процесами виконання поставлених господарських завдань, контролю за господарською розрахунково-аналітичною діяльністю, режимом економії та забезпеченням збереження власності ІП. Техніко-економічні, фінансові та інші показники операційно-фінансової діяльності ІП, які використовуються в даний час у обліковій діяльності, методи їх оцінювання та використання у системі управління ІП не відповідають вимогам часу та мають ряд недоліків, тому потребують додаткових наукових досліджень. Оскільки облікова інформація про стани діяльності та розвитку ІП мають сприяти досягненню поставлених цілей і завдань різних рівнів організації ІП, то актуальними тут стають дослідження сучасних підходів до побудови СОЗІП.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Значний вклад у дослідження проблем господарського обліку підприємств внесли багато вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Ф.Ф. Бутинець, М.А. Вахрушина, А.М. Герасимович, С.Ф. Голов, З.В. Гуцайлюк, І.Д. Дишкант, В.Б. Івашкевич, В.А. Константинов, І.О. Ламикін, Ю.Я. Литвин, В.С. Ленъ, Б.Г. Маслов., І.А. Маслова, М.Р. Метьюс, В.А. Мікрюков, Л.В. Нападовська, Б. Нідлз, Л.К. Сук, М. Я. Остап'юк, В.Ф. Палій, Г.О. Партин, І.І. Поклад, П.В. Попова, М.С. Пушкар, Ж. Решар, Г.В. Савицька, В.В. Сопко, Г.О. Фалько, Дж. Фостер, Ч.Т. Хорнгрен, О.К. Шишкін та інші [1, 3-6, 8-14].

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Завдання господарського обліку ІП, підходи щодо їх реалізації, проблеми організації та побудови СОЗІП.

Мета статті (Main purpose of the article) – розроблення методів, підходів та принципів реалізації завдань облікового забезпечення системи управління ІП, побудови відповідної СОЗІП.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Функціонування системи управління ІП неможливе без оперативної, достовірної та релевантної інформації, її адекватного аналітичного опрацювання. Облікове забезпечення

(ОЗ) менеджменту відіграє особливо важливу роль у функціонуванні системи управління ІП, забезпечуючи ефективну взаємодію різних структурних підрозділів ІП та реагуючи на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. ОЗ базується на даних господарського обліку, який включає оперативні дані та використовує для економічного аналізу операційну, статистичну, довідкову та інші види інформації.

Господарський облік є одним з основних джерел інформації, що характеризують фактичний стан результатів діяльності та розвитку ІП, тому має бути об'єктивним та точним, доступним та зрозумілим, своєчасним та ощадливим. Об'єктивність та точність обліку означає, що всі облікові дані мають бути достовірними, відображати фактичний стан господарської діяльності, мають містити і досягнення, і допущені недоліки у роботі підрозділів ІП. Зрозумілість та доступність обліку необхідні для того, аби стати засобом громадського контролю, сприяти залученню широкого загалу до активної участі у господарському керівництві. Показники обліку, таким чином, мають бути простими і зрозумілими, чітко відображати всі аспекти господарської діяльності. Своєчасність обліку має бути зорієнтована на забезпечення керівництва ІП своєчасною інформацією, необхідною для оперативного прийняття рішень та управління діяльністю ІП, раціонального використання трудових, інформаційних, природних та інших видів ресурсів. Тобто облік має давати змогу працівникам ІП оперативно розробляти та реалізовувати конкретні заходи, зорієнтовані на підвищення якості господарювання.

Завдяки тому, що єдина система обліку включає до себе три взаємопов'язані та внутрішньо узгоджувані види обліку (рис. 1): оперативний; бухгалтерський та статистичний, господарський облік може забезпечувати усі ланки управління ІП необхідною інформацією, яка використовується для планування, стимулювання, контролювання та аналізування діяльності ІП. Кожному із зазначених видів господарського обліку належить відповідне місце та роль у єдиній системі обліку та статистики. Оскільки бухгалтерський облік як система бере початок від XV ст., то більш раннім був оперативний облік, який став попередником бухгалтерського. Сучасний оперативний (оперативно-технічний) облік охоплює різноманітні процеси та операції здебільшого операційного характеру. Завдяки чому керівництво ІП отримує необхідні оперативні дані про виконання стратегії розвитку, використання людських, інформаційних, матеріальних та фінансових ресурсів, реалізацію інноваційних продуктів та продукції, формування собівартості, накопичення прибутку тощо. Практично немає бути жодної структури в ІП, яка б не вела оперативного обліку.

Під бухгалтерським обліком ІП слід розуміти процес виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передавання інформації про діяльність ІП зовнішнім та внутрішнім користувачам для прийняття оптимальних рішень [4].

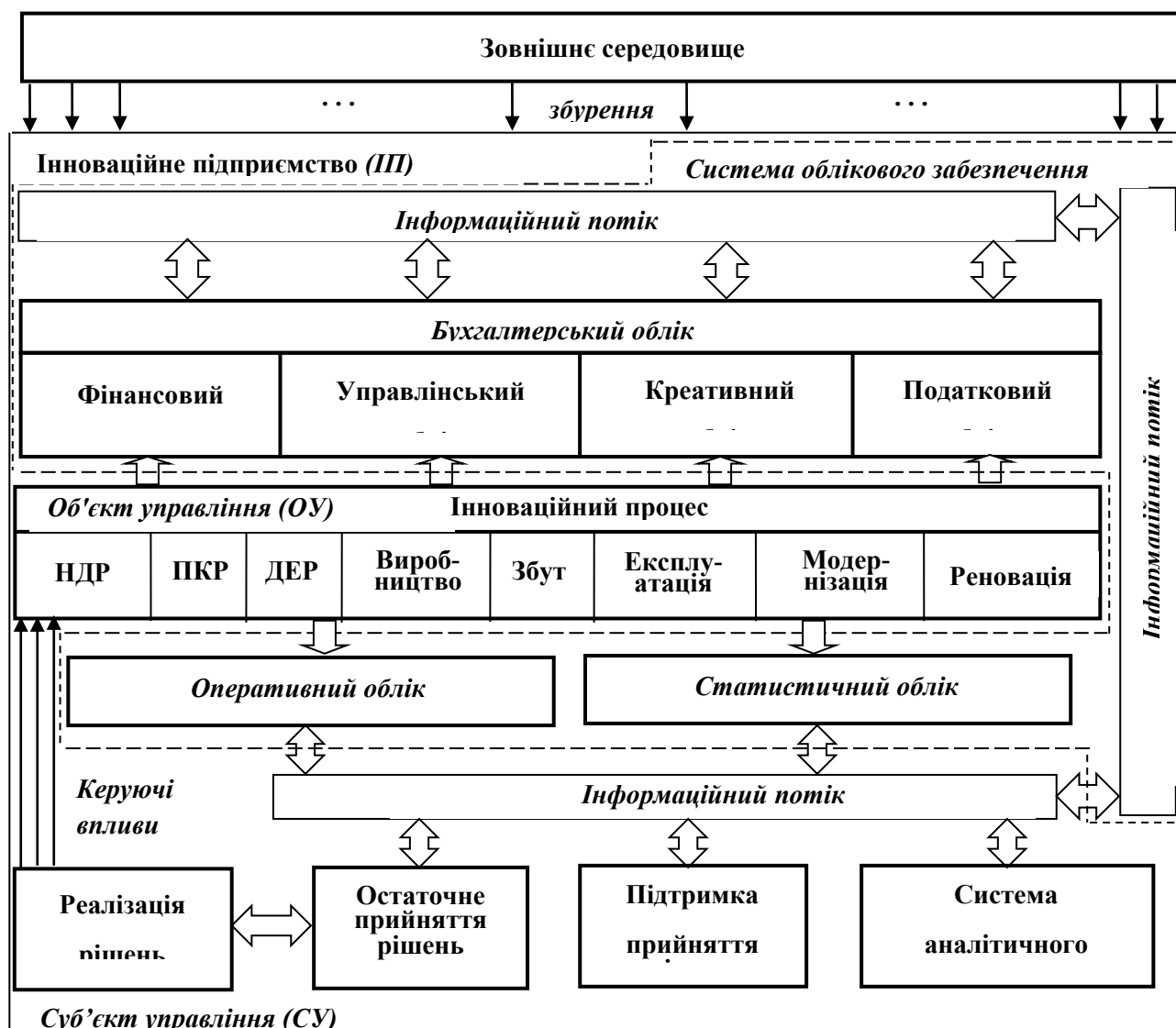


Рис. 2. Структура системи управління інноваційних підприємств

*НДР – науково-дослідна робота; ПКР – проектно-конструкторська робота;
ДЕР – дослідно-експериментальна робота.*

Об'єктами бухгалтерського обліку виступає майно ІП, їх зобов'язання та господарські операції, здійснювані ІП у процесі їх діяльності. Основним завданням бухгалтерського обліку ІП є формування повної і достовірної інформації про діяльність ІП, їх майнове положення, необхідної внутрішнім користувачам бухгалтерської звітності — керівникам, засновникам, учасникам та власникам майна ІП, а також зовнішнім — інвесторам, кредиторам та іншим користувачам бухгалтерської звітності. Тому бухгалтерський облік може розглядатися як елемент господарської інформаційної системи, яка генерує та інтерпретує всю базу інформаційного потоку, надану різними системами для ефективного управління. Поряд з тим, облікова система є автономною, елементи якої можуть виступати у якості систем більш низького порядку [5,6]. У вітчизняній та зарубіжній теорії

методологічно й організаційно сучасний бухгалтерський облік поділяють на фінансовий та управлінський. Деякі фахівці сюди відносять податковий та креативний обліки.

Фінансовий облік – це сукупність правил та процедур, які забезпечують підготовку та оприлюднення інформації про результати діяльності ПП відповідно до вимог законодавчих актів та стандартів бухгалтерського обліку [9,12]. Фінансовий облік ПП призначений для узагальнення фінансових даних бухгалтерських записів та надання їх у формі річних звітів різним користувачам. Традиційно даний вид обліку був пов'язаний із забезпеченням інформацією зовнішніх користувачів: інвесторів, банківських та інших кредитних установ, постачальників, замовників, акціонерів та органів державного регулювання і контролю. Дані фінансового обліку є найбільш достовірними й доступними. Однак, ця інформація не є повною, оперативною та достатньою для прийняття рішень, тому має бути доповнена іншими видами інформації, яка формується у системі управлінського обліку.

Управлінський (внутрішній) облік — це сукупність методів, принципів, підходів та процедур, що забезпечують підготовку та надання інформації для планування, контролювання, внутрішнього аналізу та прийняття оптимальних рішень на різних рівнях управління [12,13]. Управлінський облік ПП ведеться для задоволення потреб в інформації керівництва всього ПП та його структурних підрозділів. Дана інформація повністю розкриває інноваційні, технічні, технологічні та економічні особливості операційних процесів, подальші можливості ПП, наявні внутрішньовиробничі відносини, ресурси та фінансові можливості. Основна мета управлінського обліку полягає у забезпеченні інформації менеджерів, відповідальних за досягнення конкретних планових показників, для підготовки та розроблення можливих альтернатив для прийняття оптимальних коротко- та довгострокових управлінських рішень.

Для ПП невирішеною є проблема розширення інформаційних ресурсів про нетрадиційні об'єкти (наукові розробки, ноу-хау, охорону природи, логістику, маркетингові дослідження, інновації тощо), вирішення якої покладають на креативний облік, який вимагає від облікових працівників організації фактів та правил їх групування, виходячи з інтересів менеджменту з метою отримання знань про нові об'єкти спостереження. Термін «креативний облік» у перекладі з англійської мови (creative accounting) – означає дослівно «творчий облік». У загальному випадку креативний облік являє собою будь-який обліковий метод, що не відповідає загальноприйнятій практиці або встановленим стандартам та принципам бухгалтерського обліку. Учені зазначають, що креативний облік є прийнятним, коли використовується доречно, прогресивно, для відображення основних тенденцій стосовно змін вартості бізнесу, для представлення достовірної й докладної інформації про справи підприємства, особливо, якщо немає інших методів відображення в обліку нової операції [5], тому креативний облік набуває позитивних характеристик за умов достатнього

економіко-правового обґрунтування обрання облікових методик та підходів до ідентифікації господарських операцій. Ідея креативного обліку в ІП полягає у формуванні в них духу оновлення усіх сфер діяльності на основі поширення інформації та створення нових знань. Метою креативного обліку є генерування інформації на запит менеджерів, що підвищує ефективність роботи обліковців та управлінців ІП. Тобто креативний облік можна вважати окремим видом обліку, на рівні з фінансовим і управлінським обліком, він має свою мету, інструменти регламентації, методи та користувачів [10].

Предметом податкового обліку також виступає господарська діяльність ІП, однак податковий облік зорієнтований у першу чергу на нарахування та сплату податків. Тому й предмет податкового обліку слід розглядати у більш вузькому розумінні. Об'єктом оподаткування (тобто те, що обкладається податком) є дохід (прибуток), додана вартість продукції (робіт, послуг), вартість певних товарів, спеціальне використання природних ресурсів, майно юридичних та фізичних осіб та інші об'єкти оподаткування. Податковий та бухгалтерський облік загалом мають різні цілі. Бухгалтерський облік має на меті надання достовірної інформації про фінансовий стан підприємства для різних користувачів, а податковий облік виконує лише фіскальні та регуляторні функції. Тому певні розбіжності між зазначеними системами обліку існують та матимуть місце завжди.

Таким чином, бухгалтерський облік - це упорядкована система реєстрів, із затвердженим планом рахунків, своєю аналітикою, завдяки чому досягається досить високий рівень об'єктивності фінансових показників. На сьогодні бухгалтерський облік в Україні базується на Положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку, які відповідають вимогам міжнародних стандартів бухгалтерського обліку і в найбільшому ступені інтегровані до системи обліку Євросоюзу [4].

У науковій літературі з бухгалтерського обліку та економічного аналізу немає одностайної думки щодо ролі оперативного та бухгалтерського обліку. Деякі вчені-економісти віддають перевагу оперативному обліку, оскільки його основою є первинна документація. Бухгалтерський же облік у цьому разі стає ніби продовженням оперативного й має виконувати функції узагальнюючого вартісного обліку, однак з цим не всі погоджуються. Звичайно, роль та значення оперативного обліку є важливими, але не можна перетворювати бухгалтерський облік на додаток до оперативного, тому краще розглядати, як вони пов'язані між собою.

У 50-ті роки з централізацією бухгалтерського обліку оперативний облік не зазнав суттєвих змін і залишався децентралізованим, а відтак об'єкти оперативного та бухгалтерського обліку все більше втрачали свою тотожність. Зі зростанням обсягів та інноваційності виробництва, ускладненням виробничо-господарських зв'язків підприємств у ринкових умовах господарювання значно збільшуються інформаційні потоки, зростає пріоритетність інформації, тому управління ІП стало потребувати оперативного регулювання. За цих умов бухгалтерський облік через

недостатню оперативність не задовольняє потрібні вимоги та його роль в оперативному управлінні зменшується, а роль оперативного обліку — зростає. Це спричинено тим, що оперативний облік дає можливість контролювати та регулювати господарські операції або у процесі їхнього виконання, або зразу по закінченню, чого не може забезпечити бухгалтерський облік. Тобто оперативний облік має ту перевагу, що уможливорює не тільки безпосереднє спостереження за інноваційними процесами чи операціями ІП, а й виявлення відхилень від запланованого ходу цих процесів та операцій, тому він підпорядкований потребам управління і, передовсім, оперативного регулювання ІП.

Однак сучасна організація оперативного обліку має ряд недоліків, головним з яких є те, що оперативний облік ведеться в різних структурних підрозділах підприємств без загальної методичної бази. Брак необхідних форм документів, не розробленість системи показників призводить до замкнутості багатьох даних оперативного обліку тільки в межах окремих служб підприємств. Звідси походять серйозні розходження даних оперативного й бухгалтерського обліку, збільшення розриву між ними, дублювання та паралелізм потоків інформації. Разом з тим слід заперечити, що між оперативним та бухгалтерським обліком не існує взаємозв'язку, такий зв'язок є і прикладом цього може бути оперативно-бухгалтерський облік матеріалів та широке використання різноманітних даних оперативного обліку для підвищення достовірності бухгалтерського обліку.

Статистичний облік, як один із видів господарського обліку, представляє собою систему вивчення та контролю різного роду соціально-економічних явищ. Для вивчення їх кількісної сторони у нерозривному зв'язку з якісною стороною статистичний облік підприємств будується, в основному, на даних оперативного та бухгалтерського обліку, а також на даних первинного обліку, що організовується самостійно. Дані, отримані за допомогою цих видів обліку, обробляються статистичними методами та використовуються для контролю за виконанням показників на макро-, мезо- та мікрорівні. Статистичні установи широко використовують дані бухгалтерського обліку. Отримуючи від підприємств бухгалтерську звітність, вони тим самим отримують різнобічну інформацію про виробничу та фінансово-господарську діяльність усіх галузей та виробництв України. Ця інформація використовується відповідними комісіями Верховної Ради України для підготовки законодавчих актів, для оцінювання та аналізування діяльності міністерств, відомств, галузей, окремих підприємств. В узагальненому вигляді дані бухгалтерської звітності публікуються в щорічних статистичних збірниках.

Органи статистики на місцях регулярно проводять на підприємствах обстеження невстановленого устаткування, понаднормових виробничих запасів, спостереження за використанням основних засобів та людських ресурсів. Дані статистичного обліку, особливо результати спостережень за використанням основних засобів та людських ресурсів, широко

застосовуються в бухгалтерському обліку, з метою підвищення його достовірності. Звідси можна зробити незаперечний висновок, що дані оперативного та статистичного обліку суттєво підвищують достовірність бухгалтерського обліку. Водночас і дані бухгалтерського обліку використовуються в оперативному та статистичному обліку, тобто між цими трьома видами господарського обліку існують прямі та зворотні зв'язки.

Впровадження в ІІІ інтелектуальних інтегрованих інформаційних систем (ІІІС) дозволить усунути межі між оперативним, бухгалтерським та статистичним обліком. Застосування програмно-технічних засобів автоматичного та автоматизованого збирання, оброблення та передавання інформації про виконання технологічних операцій, використання робочого часу, матеріалів, устаткування тощо уможливить використання тих самих первинних даних для потреб управління (оперативний облік) і для вартісного узагальнення у бухгалтерському обліку та ведення відповідної статистичної звітності у статистичному обліку. Тоді зникає автономне існування кожного із видів господарського обліку, бо створення ІІІС уможливить створення єдиної системи господарського обліку.

Облік, таким чином, у системі «планування – облік – контроль – аудит – аналіз – прийняття рішень – реалізація рішень» виконує інформаційну, контрольно-аналітичну та оцінювальну функції. Тобто до СОЗ ІІІ можна віднести вартісне оцінювання результатів інноваційної діяльності, яке може проводитися згідно з алгоритмом, що включає [7]: визначення стандартів на дослідницькі, виробничі та сервісні операції; визначення робочого часу, необхідного для виконання дослідницьких, виробничих та сервісних операцій працівниками; визначення вартості одиниці робочого часу працівників, зважаючи на основний рівень їхньої заробітної плати; визначення витрат на обладнання, природо-ресурсні та комплектуючі засоби, інших витрат; встановлення питомої частки заробітної плати серед усіх витрат на інноваційну діяльність; визначення ціни інноваційних товарів та послуг; встановлення мотивації до інноваційної діяльності; визначення вартості інноваційних товарів та послуг.

Алгоритм ціноутворення, таким чином, починається із визначення стандартів на інноваційні товари та послуг, що мають включати перелік дослідницьких, виробничих та сервісних операцій і засобів, а також перелік фахівців, що здійснюють їх, після чого визначається час роботи, необхідний кваліфікованому працівникові або працівникам для виконання інноваційної чи технологічної операції, а також вартість одиниці робочого часу працівника, рівень його базової заробітної плати, регламентований відповідними документами. Встановлюється питома частка заробітної плати до вартості усіх витрат на інноваційну операцію (заробітна платня, вартість обладнання, природо-ресурсних засобів та інших чинників). Для заохочення поліпшення виконання інноваційних операцій, з метою оптимізації їх вартості, встановлюються чинники щодо мотивації праці за ефективно її

виконання та пошук організаційних і технологічних удосконалень, тобто за інноваційну діяльність.

Фінансово-кредитне планування діяльності ІП включає складання проектів фінансових планів та, після затвердження основних фінансових показників, розроблення у повному обсязі фінансового плану і розрахунків до нього. Розрахунки, необхідні до фінансового плану, мають здійснюватися з урахуванням усіх внутрішньогосподарських резервів ІП. Сюди ж відносяться операції з: планування асортименту та якості продукції виробництва; планування обсягів упровадження та реалізації інновацій; складання плану постачання ІП; розроблення кошторису та планового завдання на зменшення технологічних витрат.

Підвищення ефективності оцінювання, стимулювання, прогнозування та планування діяльності ІП може досягатися шляхом удосконалення системи показників. Правильний вибір, облік та аналіз зв'язків між цими показниками значною мірою визначатиме ступінь об'єктивності оцінювання діяльності ІП, сприятиме підвищенню ефективності застосування фінансового та економічного механізмів в управлінні ІП [8]. Головним показником сьогодні, на підставі якого розробляється господарсько-фінансовий план ІП, є обсяг робіт, відповідно до яких здійснюється розрахунок планових показників, зокрема чисельність персоналу, фонд заробітної плати, норматив оборотних засобів тощо. Одним з основних розділів господарсько-фінансового плану ІП можна вважати план з праці та заробітної плати, який є розрахунком числа працівників, необхідних для забезпечення безперервного функціонування ІП, а також обсягів грошових засобів для оплати їхньої праці. Тобто основними показниками плану з праці та заробітної плати є фонд заробітної плати, чисельність та склад працівників.

Суттєвим недоліком, що проявляється при побудові плану з праці та заробітної плати ІП, є безпосередня залежність показника з чисельності працівників від встановленої кількості інноваційних продуктів, що випускаються. Це приводить до того, що на ІП з випуском великих обсягів інноваційних продуктів інколи необґрунтовано завищене число персоналу, оскільки до уваги не беруться такі важливі обставини, як різниця у рівнях технічної оснащеності технологічних процесів усіх служб та господарств, новизна технологій та, в кінцевому рахунку, ефективність виробництва у різних ІП. Типізація штатного розкладу ІП, дотримання строгої залежності чисельності працівників тільки від кількості інноваційних продуктів, що випускаються, без урахування інших чинників не стимулює пошук шляхів економії трудових затрат, а відтак не відповідає вимогам організації господарського механізму ІП для ринкових умов господарювання. Усе це потребує науково обґрунтованої системи показників та планів фінансової діяльності ІП.

Нині порядок розподілу прибутку підрозділів ІП, за якого переважну його частину забирають вище стоячі організації та перерозподіляють у

централізованому порядку, не стимулюючи пошук шляхів та резервів збільшення кінцевих результатів у господарсько-фінансовій діяльності. Тому бажаною можна вважати централізацію засобів амортизаційного фонду на повне відновлення та частини засобів амортизаційного фонду на капітальний ремонт на рівні штаб-квартири ІП, наприклад, технопарків чи технополісів. Цю обставину можна вважати однією з причин, що зумовлює необхідність у створенні останніх.

Збільшення дохідної бази ІП може бути досягнуто не тільки за рахунок мережі ІП, а й унаслідок збільшення кількості та поліпшення якості інноваційних операцій, інноваційної організації виробництва. Крім того, для забезпечення умов функціонування ІП на засадах господарського розрахунку необхідно, щоб рівень цін на інноваційні продукти, за рахунок яких ІП покриває витрати, був приведений у відповідність до необхідних витрат. Доцільним можна вважати створення на рівні штаб-квартири ІП єдиного інноваційного фонду за рахунок пайових внесків підприємств та бюджетних організацій, засобів галузей невиробничої сфери і частини засобів, які надходять від різних суспільних та благодійних заходів. У діяльності ІП можуть мати місце додаткові доходи від малих, великих та спільних підприємств, частину яких також можна спрямовувати до інноваційного фонду.

До СОЗ ІП можна віднести контрольно-ревізійний підрозділ, який виконуватиме контрольно-аналітичну функції за господарськими операціями ІП. Контроль – це процес, який зумовлює відповідність функціонування керованого об'єкта прийнятим управлінським рішенням та спрямований на успішне досягнення поставлених цілей. Основна мета контролю полягає у тому, аби об'єктивно дослідити фактичний стан справ у різних сферах діяльності ІП, виявити ті чинники та умови, які негативно позначаються на виконанні прийнятих рішень щодо досягнення поставлених цілей.

Контроль, як функція управління, дає змогу своєчасно виявити та усунути ті умови та чинники, які не сприяють ефективній господарській діяльності ІП та досягненню поставлених цілей. Він сприяє коригуванню діяльності ІП чи окремих підрозділів, дає можливість з'ясувати, які саме служби та підрозділи ІП, а також напрями їхньої діяльності сприяють досягненню поставлених цілей та підвищенню результативності діяльності. Тобто контроль, як функція управління, є засобом зворотного зв'язку між об'єктом та суб'єктом управління, інформуючи останнього про справжній стан керованого об'єкта, фактичного виконання управлінських рішень. Як функцію управління, контроль, залежно від часу проведення, класифікують на попередній, поточний (оперативний) та завершальний [1-3].

Попередній контроль реалізується до прийняття управлінських рішень і виконання господарських операцій. Об'єктами попереднього контролю можуть бути: внутрішньогосподарські плани; кошторисна документація; документи на відпуск товарно-матеріальних цінностей та готової продукції; відомості на видачу грошових засобів; договори тощо. Мета попереднього

контролю – запобігання незаконним діям посадових осіб, незаконним та економічно необґрунтованим господарським операціям, забезпечення ощадливого та ефективного оприбуткування господарських ресурсів, недопущення непродуктивних розтрат.

Мета поточного контролю – виявити негативні відхилення у господарській діяльності, які при попередньому або завершальному контролі можуть бути не виявленими, відшукати внутрішньогосподарські резерви подальшого зростання ефективності діяльності ІП. При поточному контролі аналізуються показники оперативної звітності, здійснюються тематичні перевірки і працівниками контрольно-ревізійного відділу, і фахівцями самих підрозділів ІП. Достатньо ефективним є поєднання поточного контролю з попереднім, що має важливе значення для запобігання непродуктивним розтратам, можливим розкраданням та втратам матеріальних ресурсів та грошових засобів.

Завершальний контроль реалізується по закінченню господарських операцій на основі даних, зафіксованих у первинних документах, реєстрах бухгалтерського обліку та бухгалтерської звітності. Метою такого контролю є перевірка доцільності та законності господарських операцій за певний проміжок часу, виявити недоліки у роботі і, якщо мали місце, порушення та зловживання. Такий контроль дає змогу виявити та мобілізувати резерви для подальшого покращення всіх виробничих, сервісних та економічних показників. Однією з форм завершального контролю є ревізія технологічної та фінансово-господарської діяльності ІП. Вона надає всебічну оцінку цій діяльності, ефективності використання виробничого потенціалу, забезпеченню збереження господарських ресурсів, використанню внутрішніх резервів ІП для підвищення ефективності НДДКР, виробництва та вдосконалення процесів господарювання.

Формою завершального контролю вважається зовнішній аудит (аудит за законом) [1,3], об'єктом якого є баланс та фінансова звітність, а мета – встановлення достовірності фінансової звітності та показників балансу, а також відповідність організації бухгалтерського обліку встановленим стандартам і нормативним положенням з його ведення. Тобто аудит – це об'єктивний систематичний процес перевірки достовірності та правдивості фінансової звітності, встановлення ступеня відповідності цих даних встановленим критеріям (законам, інструктивним нормативним актам) та повідомлення результатів власникам підприємств ІП, їх керівникам і трудовим колективам, власникам акцій, кредиторам.

Аудит здійснюється незалежними особами, які роблять висновок про якісний бік інформації, і відрізняється від ревізії не тільки за цілями, а й за організаційними формами проведення. Ревізія проводиться контрольно-ревізійним відділом ІП у підприємствах та організаціях ІП. Аудит – це незалежний контроль, який проводиться аудиторською групою, що веде приватну підприємницьку діяльність та має сертифікат на такий вид діяльності.

Внутрішній аудит – це діяльність, пов'язана з аналізом функцій управлінських структур. Внутрішній контроль визначає ефективність досягнення цілей з функціонування системи контролю та обробки якості економічної інформації з управління фінансами, а також розробки системи її вдосконалення. Мета внутрішнього аудиту має передбачати не тільки детальний контроль за гарантією безпеки активів, а й здійснювати контроль за фінансовим менеджментом. Внутрішній аудит включає такі напрями фінансового менеджменту: планування використання короткострокових та довгострокових фінансових ресурсів; фінансовий аналіз та систему прийняття рішень; аналіз можливого ризику; виконання рішень; контроль за виконанням рішень; звіт про виконання та вивчення процесу реалізації рішень.

Найвищого рівня дієвості та ефективності контролю може бути досягнуто послідовним поєднанням попереднього, поточного та завершального контролів. Внутрішній аудитор, своєю чергою, здійснює перевірку доцільності та якості виконання фінансових процедур, а незалежний аудитор не має покладатися на дані внутрішнього контролю, він зобов'язаний переконатися, що внутрішній аудит, дані якого він використав, функціонував належним чином впродовж тривалого часу.

З обліком та контролем тісно пов'язаний аналіз. Облік несе інформацію про стан об'єкта управління. Контроль базується на зіставленні облікової інформації з нормативною, передбачає ревізію, адміністративні санкції. Якщо контроль встановлює лише факт самого відхилення, то завдання аналізу, використовуючи дані, накопичені обліком та контролем, дослідити: закономірності відхилень, їх стабільність; чинники, що викликали причини відхилень; резерви щодо усунення впливу збурень; шляхи реалізації резервів, їх ефективність; перспективи розвитку. Тобто завдання господарського аналізу набагато ширші контрольних функцій і для вирішення зазначених завдань у структуру системи управління ІІІ введено систему аналітичного забезпечення.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Функціонування системи управління ІІІ неможливе без оперативної, достовірної та релевантної інформації, її адекватного аналітичного опрацювання, тому СОЗ відіграє особливо важливу роль у функціонуванні системи управління ІІІ, забезпечує ефективну взаємодію різних структурних підрозділів ІІІ та реагує на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, оскільки є складовою загальної системи управління ІІІ і базується на даних обліку, контролю, аудиту та аналізу.

Господарський облік включає оперативний, статистичний та бухгалтерський обліки. Останній, своєю чергою, поділяють на фінансовий, управлінський, податковий та креативний обліки. Всі зазначені обліки у сукупності становлять єдину систему господарського обліку, який має бути об'єктивним та точним, доступним та зрозумілим, своєчасним та ощадливим. У системі «планування – облік – контроль – аудит – аналіз – прийняття

рішень – реалізація рішень» облік виконує інформаційну, контрольно-аналітичну та оцінювальну функції.

Контроль, як функція управління, є засобом зворотного зв'язку між об'єктом та суб'єктом управління, інформуючи останнього про справжній стан керованого об'єкта та фактичного виконання управлінських рішень. Під аудитом слід розуміти об'єктивний систематичний процес перевірки достовірності та правдивості фінансової звітності, встановлення ступеня відповідності цих даних встановленим критеріям (законам, інструктивним нормативним актам) та повідомлення результатів власникам підприємств ІП, їх керівникам та трудовим колективам, власникам акцій, кредиторам.

Організація СОЗІП має бути адекватною ринковим умовам господарювання, гнучкою, адаптогенною до умов зовнішнього середовища, її структура має сприяти зростанню інвестиційної привабливості ІП, прийняттю оптимальних управлінських рішень, відпрацюванню стратегічних завдань, з метою забезпечення стійкого функціонування та розвитку ІП, тому потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел (References):

1. Аудит и ревизия: справ. пособие / Под общ. ред. И. Н. Белого. – Мн.: ООО «Мисанта», 1994. – 221 с.
Audit i reviziya: sprav. posobiye / Pod. obshch. red. I.N. Belogo. – Мн.: ООО “Misanta”, 1994. – 224 s.
2. Глухов Б. Б. Основы менеджмента : учеб.- справ. пособие / Б. Б. Глухов. — СПб.: Специальная литература, 1995. – 510 с.
Glukhov B.B. Osnovy menedzhmenta: ucheb.-sprav. posobiye / B.B. Glukhov. – Spb.: Spetsialnaya literatura, 1995. – 510 s.
3. Дорош Н.І. Аудит: методологія і організація / Н.І. Дорош. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2001. – 402 с.
Dorosh N.I. Audyt: metodolohiia i orhanizatsiia / N.I. Dorosh. – К.: T-vo “Znannia”, КОО, 2001. – 402 s.
4. Закон України “Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні” // http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T990996.html
Zakon Ukrainy “Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini” // http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T990996.html
5. Метьюс М.Р. Теория учета: учебник / М.Р. Метьюс, М.Х.Б. Перера. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1999. – 663 с.
Met'ius M.R. Teoriya ucheta: uchebnik / M.R. Met'ius, M.Kh.B. Perera. – М.: Audit, YuNITI, 1999. – 663 s.
6. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Л. Колдуэл. – М.: Ф. и С., 1994. – 496 с.
Nidlz B. Printsipy bukhhalterskogo ucheta / B. Nidlz, Kh. Anderson, L. Kolduel. – М.: F. I S., 1994. – 496 s.
7. Одрехівський М. В. Система обліково-аналітичного забезпечення інноваційних підприємств / М.В. Одрехівський, Б.В. Наконечний // Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. Менеджмент та

підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2017. – № 862. – С. 198 – 203.

Odrekhivskyi N.V. Systema oblikovo-analitychnoho zabezpechennia innovatsiinykh pidpriemstv / M.V. Odrekhivskyi, B.V. Nakonechnyi // Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. – Lviv, 2017. - № 862. – S. 198 – 203.

8. Остап'юк М. Я. Основы теории бухгалтерского обліку: навч. посібник / М. Я. Остап'юк– К. : ІСДО, 1993. – 108 с.

Ostapiuk M.Ya. Osnovy bukhhalterskoho obliku: navch. posibnyk / M. Ya. Ostapiuk. – K.: ISDO, 1993. – 108 s.

9. Попова П. В. Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы / П.В. Попова, Б.Г. Маслов, И.А. Маслова // Финансовый менеджмент. – 2003. - № 5. – С. 8-15.

Popova P.V. Osnovnyye teoretitseskiye printsipy postroyeniya uchetho-analiticheskoy systemy / P.V. Popova, B.G. Maslov, I.A. Maslova // Finansovyy menedzhment. – 2003. - № 5. – S. 8 – 15.

10. Пушкар М.С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів) / Михайло Семенович Пушкар . – Тернопіль: Карт - бланш, 2006 . – 334 с.

Pushkar M.S. Kreatyvnyi oblik (stvorennya informatsii dlia menedzheriv) / Mykhailo Semenovych Pushkar. – Ternopil: Kart – blansh, 2006. – 334 s.

11. Савицька Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємства / Г.В. Савицька. – Мн.: Нове знання, 2002. – 704 с.

Savytska H.V. Analiz hospodarskoï diialnosti pidpriemstva / H.V. Savytska. – Mn.: Nove znannia, 2002. – 704 s.

12. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: Навч. посіб. / В.В. Сопко. – К.: КНЕУ, 2006. – 526 с.

Sopko V.V. Bukhhalterskyi oblik v upravlinni pidpriemstvom: Navch. pos. / V.V. Sopko. – K.: KNEU, 2006. – 526 s.

13. Управленческий учет: Учеб. пособ. / Под редакцией А.Д. Шеремета. – М.: ФБК-ПРЕСС, 1999. – 512 с.

Upravlentseskyu ucheth: Ucheb. posob./ Pod redaktsiyey A.D. Sheremeta. – M.: FBK-PRESS, 1999. – 512 s.

14. Шишкін О.К. Облік, аналіз, аудит на підприємстві: Навчальний посібник для вузів / О.К. Шишкін, В.А. Мікрюков, І.Д. Дишкант. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 496 с.

15. Shyshkin O.K. Oblik, analiz, audit na pidpriemstvi: Navchalnyi posibnyk dlia vuziv / O.K. Shyshkin, V.A. Mikriukov, I.D. Dyshkant. – M. : Audyt, YuNYTY, 1996. – 496 s.

УДК 336.717.3

Герасименко Віра Василівна

Кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи Донецького національного університету імені Василя Стуса



РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ БАНКУ НА ОСНОВІ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ КОШТАМИ, ЩО ОСІДАЮТЬ НА РАХУНКАХ ПІДПРИЄМСТВ

Герасименко В.В.

REGULATION OF THE BANK'S FINANCIAL RESOURCE POTENTIAL ON THE BASIS OF MONEY RESOURCES MANAGEMENT CONSIDERING ON THE ACCOUNTS OF ENTERPRISES

Gerasymenko V.V.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА БАНКА НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ, ОСЕДАЮЩИМИ НА СЧЕТАХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Герасименко В.В.

У статті обґрунтована необхідність забезпечення банків достатнім фінансовим ресурсним потенціалом на основі управління залишками коштів на рахунках підприємств, виділені і пояснені відмінності між фінансовим ресурсним потенціалом і ресурсною базою банку, дано авторське визначення фінансового ресурсного потенціалу, розроблено механізм ефективного управління незнижуваними залишками коштів підприємств на поточному рахунку на основі їх перерахування на депозитний рахунок клієнта.

Ключові слова: ресурси, фінансові ресурси, грошові кошти, рахунки підприємства, фінансовий потенціал.

The article substantiates the necessity of providing banks with sufficient financial resource potential on the basis of managing the balances of funds on the accounts of enterprises, distinguishing between the financial resource potential and the resource base of the bank, author's definition of financial resource potential is given, the mechanism of effective management of the non-deductible

balance of funds of enterprises in the current account has been developed on the basis of its transfer to the customer's deposit account.

Keywords: resources, financial resources, money resources, enterprise accounts, financial potential.

В статье обоснована необходимость обеспечения банков достаточным финансовым ресурсным потенциалом на основе управления остатками средств на счетах предприятий, выделены и объяснены отличия между финансовым ресурсным потенциалом и ресурсной базой банка, дано авторское определение финансового ресурсного потенциал, разработан механизм эффективного управления наснижающими остатками средств предприятий на текущем счете на основе их перечисления на депозитный счет клиента.

Ключевые слова: ресурсы, финансовые ресурсы, денежные средства, счета предприятия, финансовый потенциал.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Управління фінансовим ресурсним потенціалом відноситься до найважливіших напрямків фінансового менеджменту банків. Це пояснюється тим, що в умовах нестабільності і мінливості ринкового середовища кожен банк повинен адекватно оцінювати рівень своїх фінансових можливостей і раціонально розпоряджатися своїми ресурсами. Адже фінансовий ресурсний потенціал являє собою потужний елемент для оперативної і стратегічної підтримки банками розвитку національної економіки та підвищення життєвого рівня населення країни. Від розмірів і структури фінансового ресурсного потенціалу багато в чому залежить конкурентоспроможність банку та його можливості отримувати доходи і прибуток за результатами діяльності на ринку.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Актуальність проблеми забезпечення банків достатніми ресурсами зумовила підвищений інтерес вітчизняних і зарубіжних вчених до її вирішення, що знайшло відображення в наукових працях П. Роуза [1], К. Волохатої, В. Волохатої [2], А. Грищенко [3], В. Дерези [4], А. Драбаніч, А. Пилипенко [5], Н. Євченко, О. Кріклій [6] , В. Коваленко [7; 8], К. Ларіонової, С. Возного [9], О. Лаврушина [10], О. Папаїки, Г. Панасенко [11], Ж. Торяник [12] та інших.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Визнаючи значний внесок цих та інших вчених в розробку теоретичних і вирішення практичних питань забезпечення фінансовими ресурсами банків в достатніх обсягах, до теперішнього часу актуальною залишається проблема управління залишками коштів клієнтів на рахунках в банку як найважливішого джерела його фінансового ресурсного потенціалу. Цим визначилася **мета статті (Main purpose of the article)**- запропонувати

механізм регулювання фінансового ресурсного потенціалу банку на основі управління грошовими коштами, які осідають на рахунках підприємств.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). У своїх дослідженнях ми виходимо з того, що поняття фінансового ресурсного потенціалу не можна ототожнювати з ресурсною базою банку, оскільки:

1) ресурсна база є фактичною сукупністю банківських ресурсів в певний момент часу, а фінансовий ресурсний потенціал включає ще й потенційну можливість залучення додаткових ресурсів на фінансовому ринку;

2) основна мета розширення ресурсного потенціалу банку - оптимізація ресурсної бази, а не навпаки;

Особливістю фінансового ресурсного потенціалу банку є те, що він являє собою не просто сукупність банківських ресурсів і можливостей їх формування, а їх єдність; потенційні можливості залучення ресурсів реалізуються внаслідок проведення ефективної банківської діяльності. При цьому слід враховувати, що:

1) фінансова складова ресурсного потенціалу банку є тільки частиною загальної його сукупності (матеріальних, нематеріальних, трудових, інноваційних, фінансових ресурсів);

2) фінансовий потенціал, як складова частина ресурсного потенціалу, визначається застосовуваними банком методами управління і організації фінансових ресурсів банку;

3) фінансовий ресурсний потенціал банку являє собою сукупність наявних у банку грошових ресурсів і потенційних можливостей його збільшення відповідно до потреб свого розвитку і ефективного функціонування;

4) можливості залучення коштів з потенційних джерел для нарощування фінансового ресурсного потенціалу багато в чому залежать від застосовуваних методів управління діяльністю банку і їх ефективності.

Виходячи з таких методологічних посилок, фінансовий ресурсний потенціал банку - це сукупність власних коштів і зобов'язань банку, що знаходяться в безпосередньому його розпорядженні, і ресурсів, які він може потенційно залучити з фінансового ринку на основі застосовуваних ефективних методів організації та управління банківською діяльністю [13].

Ринкове середовище функціонування банків і глобалізація процесів, що відбуваються на фінансових ринках, підсилюють невизначеність діяльності банків щодо формування фінансового ресурсного потенціалу і вимагають регулювання його обсягу і структури. При цьому під регулюванням фінансового ресурсного потенціалу банку розуміється діяльність з підтримки в динамічній системі управління формуванням фінансових ресурсів заданих параметрів.

В умовах економічної невизначеності та нестабільності, в яких функціонують банки України, забезпечення достатніми фінансовими ресурсами багато в чому визначається обсягами грошових коштів, які осідають на рахунках їх клієнтів. За нашими розрахунками, частка коштів клієнтів в структурі зобов'язань банків України становила на 01.01.2014 64,8 %, а на 01.01.2017 вона збільшилася до 74,8 %. У клієнтському портфелі ресурсів банку кошти суб'єктів господарювання займали відповідно 37,1 % і 49,5 %. Основну частину коштів юридичних осіб становили залишки коштів на їх поточних рахунках. За аналізований період вони збільшилися більш ніж в 2 рази, а їх частка в складі коштів цієї категорії клієнтів банків підвищилася з 52,6 % до 71,2 %. З огляду на це, завданням менеджменту банку є:

- 1) залучити нового клієнта;
- 2) утримати клієнта;
- 3) розвинути (виростити) клієнта;
- 4) позбутися недобросовісного клієнта.

Залучення клієнтів - дорогий для банку захід. По відношенню до інших видів клієнтського бізнесу (наприклад, утримання клієнтів) витратність залучення вище в 2-3 рази. Для того, щоб спонукати підприємство вибрати конкретний банк для обслуговування, такий банк повинен розглядати потенційного клієнта як ділового партнера, тобто забезпечити умови для реалізації не тільки своїх економічних інтересів, а й інтересів клієнта. Це вимагає від менеджменту банку всебічного вивчення потреб клієнта, його пріоритетів у взаємовідносинах з банком і оцінки можливості банку відповідати вимогам клієнтів.

Вирішуючи проблему забезпечення достатності фінансового ресурсного потенціалу, кожен банк повинен враховувати те, що її рішення багато в чому залежить від того, які грошові потоки будуть проходити по рахункам його клієнтів. Для підприємства при виборі банку для розрахунково-касового обслуговування важливе значення має тарифна політика банку та можливість отримувати доходи на залишок коштів на поточному рахунку. Якщо банк зацікавлений в залученні нового клієнта, як потенційного постачальника ресурсів, то такому підприємству може бути запропоновано винагороду у вигляді відсотків від суми залишку коштів на рахунку, що виплачуються щомісяця на середній їх залишок, або нараховуються щодня. З огляду на те, що процентні ставки на залишок коштів на поточному рахунку підприємства низькі, відчутним такий процентний дохід може бути тільки для підприємств, у яких значні залишки коштів на поточному рахунку. Однак, фінансово благополучні організації зазвичай «приростають» до певної банківської структури і важко йдуть на відкриття рахунків в іншому банку. В даному випадку їх можна залучити, працюючи шляхом орієнтації клієнтів на співпрацю з певним банком. Початковим етапом цієї діяльності є пропозиція пакету додаткових послуг, за допомогою яких потенційний клієнт потрапляє в умови необхідності

подальшої співпраці з банком, що широко використовується багатьма банками України.

Банк може запропонувати підприємству перераховувати частину коштів, які осідають на поточному рахунку, на його терміновий депозитний рахунок. Для визначення можливої суми коштів клієнтів для такого переміщення ($\overline{O}_n$) може бути використані кілька варіантів її обчислення, в тому числі:

а) розрахунок можливої суми перерахування коштів з поточного на депозитний рахунок підприємства (ППпр) може здійснюватися за формулою:

$$ПП_{const} = \frac{\overline{O}}{Вотч} \cdot Впр ,$$

де $\overline{O}_n$ - стабільний залишок коштів на поточному рахунку клієнта в аналізованому періоді;

Вотч та Впр - кредитовий оборот поточного рахунку клієнта в аналізованому і прогнозованому періоді - відповідно.

Обчислення стабільного залишку коштів на поточному рахунку клієнта в аналізованому періоді ($\overline{O}$) може здійснюватися різними способами. Найбільш простий з них - розрахунок середньої хронологічної:

$$\overline{X} = \frac{0,5x_1 + x_2 + x_3 + \dots + 0,5x_n}{n-1}$$

де x_1, x_n - залишок коштів на поточному рахунку підприємства на початок поточного і наступного за ним місяця відповідно;

$x_2, x_3, \dots$ - залишок коштів на поточному рахунку підприємства на проміжні дати місяця;

n - кількість спостережень.

Для оцінки стабільності залишку коштів на поточному рахунку підприємства може бути використаний, запропонований Н. Євченко й О. Криклій [14] показник мінливості залишку коштів на депозитному рахунку (K_i), який характеризує відхилення мінімальної суми залишку депозитних коштів від середнього його значення за період:

$$K_i = X_{imin} / X_{icp},$$

де X_{imin} , X_{icp} - мінімальне та середнє значення сумарного залишку грошових коштів для групи і за досліджуваний період відповідно.

Чим більше значення K_i наближається до одиниці, тим залишки на депозитних рахунках банку є більш стабільними.

Переміщення коштів з поточного рахунку на строковий депозитний рахунок клієнта банку має свої переваги і недоліки (рисунок 1).

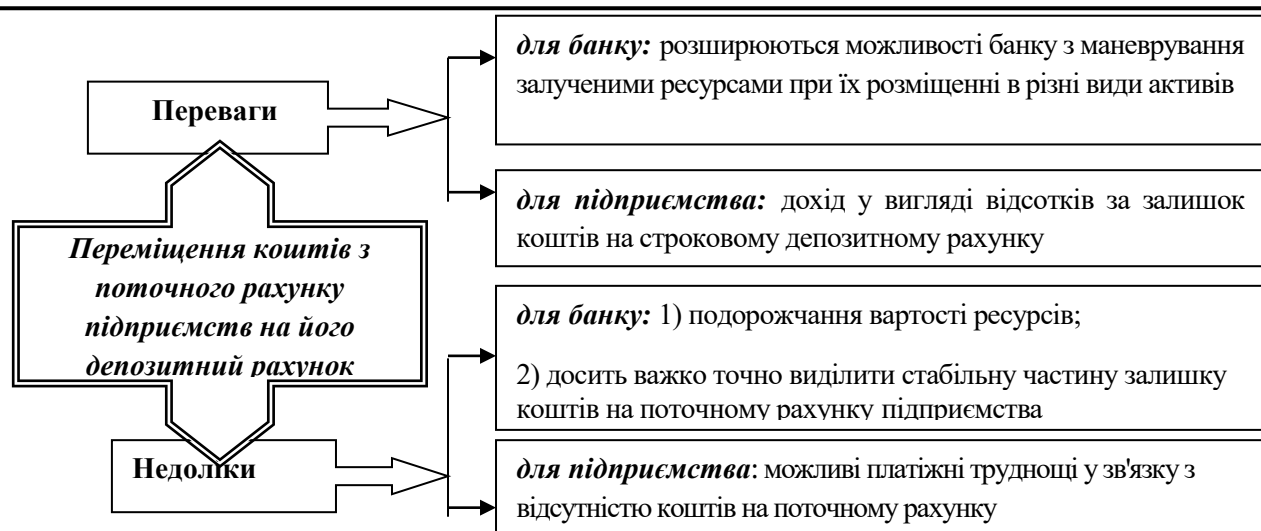


Рис. 1 Економічна оцінка переміщення коштів підприємства з поточного на строковий депозитний рахунок

З огляду на можливі платіжні труднощі у підприємства у зв'язку з таким переміщенням коштів, менеджмент банку повинен запропонувати клієнту ефективний механізм управління перерахуваннями, для чого може бути, наприклад, використаний овердрафт. Однак, це не завжди може бути виправдане, тому що значно зросте навантаження на операційних працівників банку і можливий ефект від розміщення коштів на строковому депозитному рахунку не перекриє додаткові витрати банку з управління ресурсами, а дохід клієнта за депозитом знизиться на суму витрат по оплаті відсотків за овердрафтом.

Вирішення цієї проблеми певною мірою може бути забезпечено наступним. У разі утворення у власника поточного рахунку овердрафту, в зв'язку з перерахуванням частини коштів на строковий депозитний рахунок, банк знімає з цього депозитного рахунку необхідну суму для забезпечення претензій до його поточного рахунку. Такий метод може бути ефективним для тих підприємств, у яких дебетові та кредитові обороти відрізняються невеликим розривом й істотно не коливаються. Тому, перш ніж приймати рішення про таке перерахування коштів, вважаємо за необхідне спочатку розрахувати коефіцієнт варіації (K_{var}):

$$K_{var} = \frac{\sigma}{\bar{x}}, \quad \sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}},$$

де σ - середньоквадратичне відхилення;

x_i - залишок коштів на поточному рахунку клієнта на кожну з спостережуваних дат;

$\bar{x}$ - середній залишок коштів на поточному рахунку клієнта за місяць;

n - кількість спостережень.

При значенні $K_{var} > 0,33$ перерахування коштів з поточного рахунку клієнта на його строковий депозитний рахунок недоцільно.

Для зниження ймовірності виникнення платіжних труднощів у клієнта в зв'язку з перерахуванням коштів з поточного рахунку на строковий депозитний рахунок доцільним видається встановити верхню та нижню межу залишку коштів на поточному рахунку підприємства для управління його коштами.

Нижня межа показує такий залишок коштів, при якому підприємство має в кожному конкретному випадку приймати окреме рішення про можливість і суму перерахування коштів із поточного рахунку на строковий депозитний рахунок. Визначальне значення в цьому випадку має очікувані у найближчий час вимоги до його поточного рахунку. Якщо сума залишку коштів на поточному рахунку підприємства знизилась нижче встановленої нижньої його межі, але очікувані вимоги до поточного рахунку (вихідні грошові потоки) менше очікуваного залишку коштів на рахунку, менеджмент може прийняти рішення про перерахування частини коштів з поточного рахунку на депозитний рахунок.

У разі залишку коштів на поточному рахунку в розмірі меншому розрахункової нижньої його межі (тобто, $O_{fakt} \leq O_{limn}$) й очікуваних вихідних грошових потоків, що перевищують цю нижню межу, перерахування коштів із поточного рахунку на строковий депозитний рахунок призведе до платіжних ускладнень у підприємства, тому таке перерахування коштів здійснювати недоцільно.

Розрахункова верхня межа залишку коштів на поточному рахунку підприємства вказує величину того залишку коштів, при якому підприємство з допустимим ступенем ризику може здійснювати перерахування суми перевищення цього залишку з поточного рахунку на депозитний рахунок.

Залишок коштів в цих межах ($O_{limn} \leq O_{fakt} \leq O_{limv}$) дає підставу для того, щоб підприємство не вживало ніяких дій з управління своїми коштами на поточному рахунку.

У зв'язку з цим важливо встановити верхню і нижню межу залишку коштів на поточному рахунку. Це також необхідно задля управління грошовими коштами, що осідають на ньому. Їх розрахунок пропонуємо здійснити у наступному порядку.

1. За формулою середньої хронологічної визначити середній залишок коштів на поточному рахунку підприємства в аналізованому періоді.
2. Потім розрахувати середньоквадратичне відхилення фактичного залишку коштів на поточному рахунку підприємства в порівнянні із середнім залишком коштів на рахунку.
3. Після цього встановити задану надійність довірчого інтервалу P ($\theta - \varepsilon < x < \theta + \varepsilon$) = γ , який повинен знаходитися в межах від 1% до 100%.
4. За таблицею нормальних розподілів із зазначеною нами ймовірністю визначити квантиль (q) - значення, яким задана випадкова величина, що не перевищує фіксовану ймовірність.

5. Розрахувати нижню і верхню межі залишку коштів на поточному рахунку підприємства для прийняття рішення з управління грошовими коштами, що осідають на цьому рахунку, за формулою:

$$O_{limn} - O_{limv} = \bar{O} \pm \sigma \times q$$

Суттєве значення для практичної реалізації пропонованої моделі управління банком коштами, що осідають на поточному рахунку підприємства, має строк дії депозитного рахунку (C_d). Він розраховується за формулою:

$$C_d = \frac{\bar{O}}{B} \times D$$

де - середній залишок коштів на рахунку клієнта;

B - оборот із видачі коштів (дебетовий оборот);

D - кількість днів у розрахунковому періоді.

Економічний ефект, отриманий підприємством при такому переміщенні коштів з поточного на депозитний рахунок, прирівнюється до суми відсотків, нарахованих на залишок коштів на його депозитному рахунку. Якщо підприємству виплачуються відсотки за залишок коштів на поточному рахунку, то економічний ефект від переміщення коштів із поточного на терміновий депозитний рахунок складе:

$$\mathcal{E} = \frac{\sum_{i=1}^n O_i \times (ДП - ТП) \times t}{T \times 100\%},$$

де O_i - залишок коштів на депозитному рахунку підприємства;

ДП, ТП - річна ставка відсотка за депозитним і поточним рахунком відповідно;

t - термін депозиту;

T - кількість днів у році;

n - кількість днів, за які нараховувалися відсотки за депозитом.

Досить часто власники бізнесу, який активно розвивається, прагнуть до отримання швидких ризикованих грошей, максимально задіявши ресурси фірми. Внаслідок цього перед фінансистами ставиться завдання використовувати наявні грошові кошти так, щоб залишок на поточному рахунку підприємства дорівнював банківської комісії, а будь-яке надходження виручки направлялось в обіг. Об'єктами вкладень можуть бути незаплановані капітальні витрати або інші непрофільні напрями бізнесу основного власника. У будь-якому випадку така агресивна політика використання фінансових ресурсів може обернутися, як вигодами, так і

втратами, результат яких може бути непередбачуваний.

Вивільнені ресурси логічно було б направити в так звані грошові еквіваленти. Найбільш оптимальними за рівнем ліквідності та співвідношенню ризик/доходність є короткострокові і середньострокові депозити. В результаті таких вкладень компанія оперативно отримає стабільний додатковий дохід, не допустивши «з'їдання» грошей інфляцією; банки отримають ресурси для подальшого їх прибуткового розміщення; економіка країни може розраховувати на додаткову кредитну підтримку банків. Чим більше часу ці кошти будуть перебувати на депозитному рахунку підприємства, тим ефективніше виявиться регулююча функція фінансового менеджменту банку з управління своїми фінансовими ресурсним потенціалом.

Для того, щоб мати можливість регулювати свій фінансовий ресурсний потенціал за рахунок управління залишками коштів на рахунках підприємств, банки повинні вести постійну роз'яснювально-консультативну роботу з клієнтами щодо економічних вигод, які отримає підприємство, розміщуючи частину своїх коштів на його строкових депозитних рахунках.

Для підвищення ефективності управління тимчасово вільними коштами, які осідають на рахунках підприємств, банки повинні полегшувати своїм клієнтам доступ до депозитів, використовуючи сучасні банківські технології щодо їх відкриття та обслуговування.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Отже, проведені дослідження показали, що для банків України управління залишками коштів на поточному рахунку підприємств є необхідною умовою підвищення стійкості фінансового ресурсного потенціалу банківських установ і розширює можливості кредитної підтримки розвитку національної економіки. Запропоновано перераховувати частину стабільного залишку коштів, які осідають на поточних рахунках підприємств, на їх строковий депозитний рахунок, і управляти цим процесом для попередження можливих платіжних труднощів у клієнта.

Список використаних джерел (References):

1. Роуз Питер С. Банковский менеджмент. Пер. с англ. со 2-го изд. М.: "Дело Лтд", 1995. 768 с.
2. Волохата К. О., Волохата В. Є. Сутність і значення ресурсної бази банків. Проблеми розвитку фінансово-кредитної системи в сучасних умовах. 2011. № 1 (10).
3. Грищенко О. О. Управління поточними пасивами банку автореф. дис. канд. екон. наук. Суми, 2007. 23 с.
4. Кумейко О. М., Дереза О. М. Депозитна діяльність банків в аспекті формування їхньої ресурсної бази. Економіка та суспільство. 2017. № 10. С. 624 – 630.
5. Драбаніч А. В., Пилипенко А. М. Ресурсний потенціал банку: оцінка та нарощування. Регіональна бізнес-економіка та управління. 2014. № 3 (43). С. 56 – 61.

6. Євченко Н. Г., Криклій О. А. Планування обсягу депозитних ресурсів банку на основі сегментації клієнтської бази. Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу. Зб. тез II міжнар. наук. - практ. конф. Київ, 2011. 596 с.
7. Коваленко В.В. Управління фінансовими ресурсами банку: сутність та принципи. Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». 2012. № 6 (3). С. 67-73.
8. Коваленко В. В. Ресурсний потенціал банків України: методи оцінювання та напрями забезпечення його достатності Економічний дискурс. Міжнародний збірник наукових праць. Випуск 1. 2016. С. 90 – 99.
9. Ларіонова К. Л., Возна С. А. Оцінка ресурсного потенціалу банку. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 5. С. 99-104.
10. Управление деятельностью коммерческого банка (банковский менеджмент) / Под. ред О. И. Лаврушина. М.: Юристъ, 2003. 688 с.
11. Папаїка О. О., Панасенко Г. О. Особливості оцінки ефективності формування ресурсного потенціалу банківської установи. Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 15. С. 9-13.
12. Торяник Ж. И. Коэффициентный и интегральный анализ как методы оценивания уровня функциональной достаточности ресурсного потенциала банков. [Текст] Бизнес Информ. 2008. № 3.
13. Герасименко В. В., Герасименко Р. А. Оцінка фінансового ресурсного потенціалу банку. Прикладна статистика: проблеми теорії та практики. Зб. наук. пр. Вип.15 Нац. акад. статистики, обліку та аудиту; ред. кол.: О. Г. Осауленко (голов. ред.) та інш. Київ, ТОВ Видавничо-поліграфічний дім «Формат». 2014. С. 162-171.
14. Євченко Н. Г. Планування обсягу депозитних ресурсів банку на основі сегментації клієнтської бази. Фінансово-кредитний механізм активізації інвестиційного процесу. Зб. тез II міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2011. 596 с.

УДК 336.66

Вакулич Марія Михайлівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування Університету імені Альфреда Нобеля



Піддубна Маргарита Юріївна

магістр університету імені Альфреда Нобеля



ОБЛІК І КОНТРОЛЬ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вакулич М.М., Піддубна М.Ю.

ACCOUNTING AND CONTROL OF FIXED ASSETS AND ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF THEIR USE AT THE ENTERPRISE

Vakulich M., Pidubna M.

УЧЕТ И КОНТРОЛЬ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ И АНАЛИЗ ЭФЕКТИВНОСТИ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Вакулич М.М., Поддубная М.Ю.

У статті розглянуто проблеми існування різноманітних підходів до існуючої термінології та визначення економічної сутності основних засобів. Виділено основні проблеми визначення термінів корисного використання основних засобів, порядок їх оцінки, переоцінки та списання. Обґрунтовано основні проблеми обліку основних засобів, запропоновано вирішення розглянутих проблем, а також визначено основні завдання для удосконалення обліку та контролю основних засобів підприємства.

Ключові слова: основні засоби, об'єкт основних засобів, оцінка, первісна вартість, ліквідаційна вартість.

The article deals with the problems of the existence of various approaches to existing terminology and the definition of the economic essence of fixed assets. The

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

main problems of determining the useful life of fixed assets, the order of their valuation, revaluation and write-off are identified. The main problems of accounting for fixed assets are substantiated, the solution of the problems under consideration is proposed, as well as the main tasks for improving the accounting and control of the main assets of the enterprise.

Keywords: fixed assets, property, valuation, initial value, liquidation value.

В статье рассмотрены проблемы существования различных подходов к существующей терминологии и определения экономической сущности основных средств. Выделены основные проблемы определения сроков полезного использования основных средств, порядок их оценки, переоценки и списания. Обоснованы основные проблемы учета основных средств, предложено решение рассматриваемых проблем, а также определены основные задачи по совершенствованию учета и контроля основных средств предприятия.

Ключевые слова: основные средства, объект основных средств, оценка, первоначальная стоимость, ликвидационная стоимость.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Господарська діяльність та фінансове становище підприємства формуються під впливом різноманітних чинників та умов, до яких відносять рівень забезпечення основними засобами, ефективність їх використання, ступінь зносу, правильність оцінки. Одним із найважливіших факторів підвищення ефективності виробництва є забезпеченість його основними фондами. Одним із основних завдань обліку основних засобів є надання повної, правдивої та неупередженої інформації щодо них.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Проблеми обліку та контролю основних засобів ніколи не втрачали своєї актуальності. Вагомий внесок у розроблення теоретичних підходів до розв'язання проблем обліку й контролю основних засобів та їх використання внесли провідні вчені-економісти, такі як Л. В. Городянська, Н. Г. Виговська, С. Ф. Голов, Ф. Ф. Бутинець, Л. О. Леонова, В. В. Сопко, І. О. Гладій, Н. В. Плаксій, В.С. Рудницький, А. П. Панасенко та ін.

Однак висвітлені ними питання є недостатніми, а тому потребують удосконалення та уточнення. Саме тому, на сьогоднішній день, питання обліку та контролю основних засобів набувають ще більшої актуальності.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Вивчення літератури показали, що проблеми обліку та контролю використання основних засобів є досить поширеними, вони показують, що це питання є відкритим незважаючи на наукові здобутки. Саме тому питання з обліку та контролю основних засобів на сьогоднішній час, в умовах нестабільної економічної ситуації потребують подальшого дослідження.

Мета статті (Main purpose of the article). Основною метою статті є дослідження проблем обліку і контролю за використанням основних засобів.

Завданням дослідження є вивчення та систематизація теоретичних та методологічних аспектів обліку та контролю основних засобів, виявлення шляхів їх подальшого удосконалення для ефективної діяльності підприємств.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). На сучасному етапі розвитку ринкових відносин спостерігається неконвенційність понятійно-категорійного апарату бухгалтерської науки, що негативно впливає на економічні процеси та явища. Особливої актуальності при переході до ринкових відносин, набуває проблема обліку основних засобів. Бухгалтерський облік основних засобів повинен забезпечувати контроль за ефективним використанням обладнання, виробничих майданчиків, машин, транспортних засобів, устаткування та ін.

Необхідність посилення контролю за основними засобами обумовлюється зростанням нестабільності зовнішнього середовища, а також ускладненням в управлінні необоротними активами, що потребують механізму координації.

Основні засоби є матеріальною основою підприємницької діяльності, вони визначають виробничий потенціал кожного підприємства. Тому перевірка їх збереження та ефективності використання займає провідне місце в діяльності суб'єкта господарювання.

Таким чином, вивчення та дослідження економічної категорії – основні засоби визначається тим що, вони складають матеріальну основу продуктивних сил підприємства, а їх наявність та склад визначає економічний потенціал суспільства.

Якщо досліджувати поняття «основні засоби» можна виділити також поняття «основні фонди», дуже багато вчених та науковців ототожнюють ці два терміни, деякі навіть пропонують відмовитися від даного поняття. Але, якщо ми звернемо увагу на думку Р. Л. Цебень, який наголошує на тому, що вирішальне значення при трактуванні понять «основні фонди» та «основні засоби» має не сама назва, а його економічна сутність [6]. Виходячи з цього, доцільно буде зупинитися на понятті основних засобів.

Основні засоби, як складова нематеріальних активів, відповідають усім визначеним ознакам необоротних активів, але від інших складових їх відрізняє матеріальна форма, стан, що характеризується придатністю до використання.

Основними нормативними документами, що регулюють облік основних засобів є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів та Податковий кодекс України [3, 5, 2]. Ці нормативні акти у своєму взаємозв'язку визначають методологічні засади формування бухгалтерського обліку основних засобів, а також розкриття інформації про них у фінансовій звітності.

Підходи до визначення поняття основних засобів представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Сутність поняття «основні засоби» згідно визначень нормативних актів

Нормативний документ	Визначення
1	2
П(Б)О 7 «Основні засоби»	матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік)
Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» [4]	матеріальні об'єкти, які утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг, для надання в оренду іншим або для адміністративних цілей та використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного звітного періоду
Податковий кодекс України	матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 грн., невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 грн. і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік.

Зробивши аналіз нормативних актів з обліку основних засобів, можна зробити висновок, що основні засоби розглядаються як матеріальні активи, які використовуються підприємством тривалий час для здійснення його господарської діяльності.

На сучасному етапі розвитку економіки проблема підвищення ефективності використання основних засобів та потужностей підприємства займає вагоме місце. Кожен суб'єкт господарювання повинен постійно аналізувати та оцінювати рух основних виробничих засобів: їх склад та структуру; стан та ефективність використання.

Об'єктом основних засобів у бухгалтерському обліку згідно з П(С)БО 7 є закінчений пристрій з усіма пристосуваннями та приладдям до нього чи окремий конструктивно відокремлений предмет, призначений для виконання певних самостійних функцій, або відокремлений комплекс конструктивно з'єднаних предметів однакового або різного призначення, що мають для обслуговування спільні пристрої, приладдя керування та єдиний фундамент, унаслідок чого кожний із предметів може виконувати свої функції лише у складі комплексу, а не самостійно [3].

Об'єкт основних засобів повинен відповідати певним критеріям його визнання. Відповідно до П(С)БО 7 «Основні засоби» виділяють наступні критерії їх визнання (рис. 1):

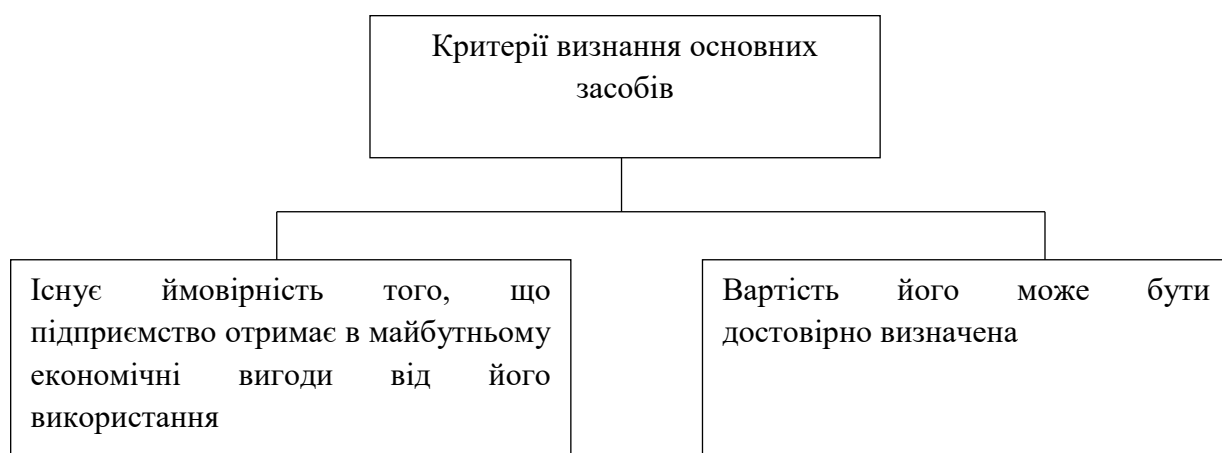


Рис. 1. Критерії визнання основних засобів

Важливу роль для правильної організації обліку основних засобів відіграє їх обґрунтована класифікація за економічними та технічними параметрами.

Згідно з П(С)БО 7 виділено групи однакових за призначенням та технічними характеристиками основних засобів (рис. 2).

На основі складу основних засобів оцінюється їх структура – питома вага окремих груп у загальній вартості.

На обсяг, динаміку і структуру основних засобів впливають різні чинники, зокрема: галузь виробництва; характер та особливості виробничого процесу; технологія виробництва; форма організації виробництва; методи організації виробництва.

В табл. 2, наведено склад і структуру основних виробничих засобів, куди включені лише ті групи, які є в наявності у досліджуваного підприємства.

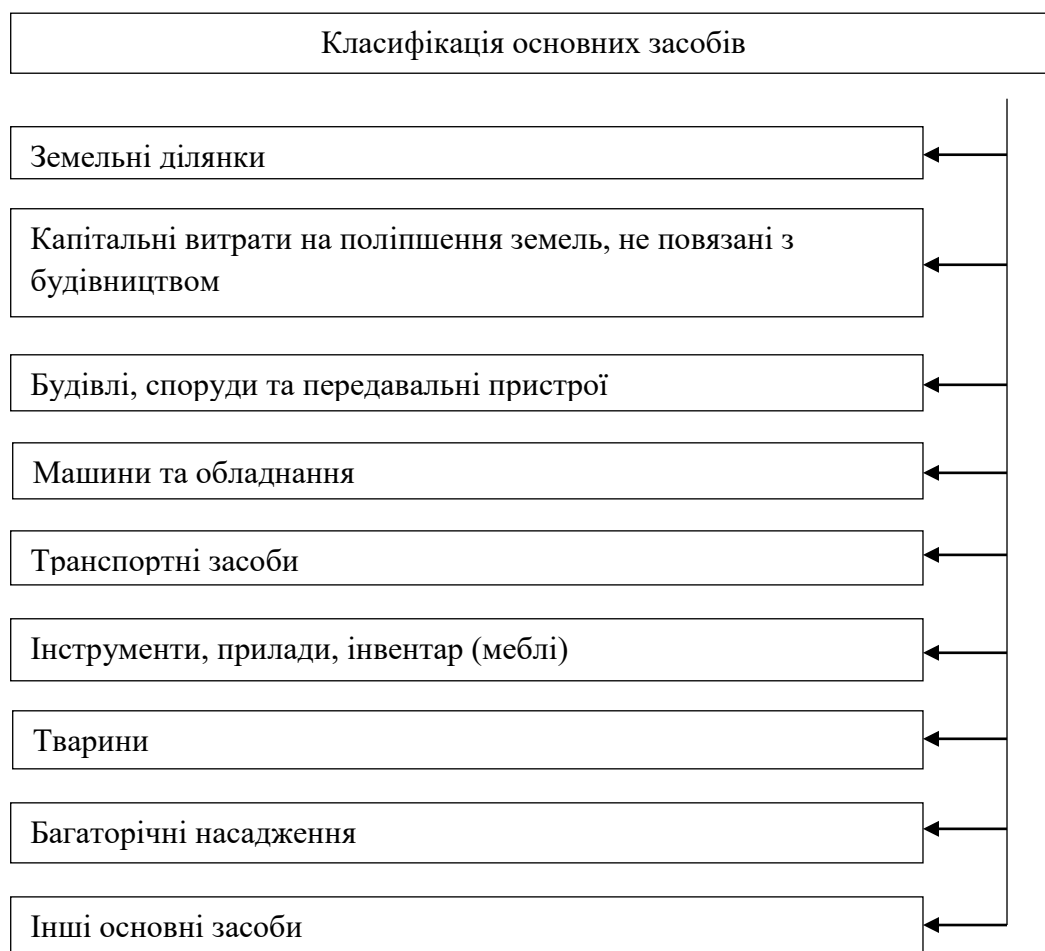


Рис. 2. Класифікація основних засобів

Таблиця 2

Склад і структура основних виробничих засобів

Назва показника	Наявність на кінець року			
	Попередній рік		Звітний рік	
	Сума, тис. грн.	Частка, %	Сума, тис. грн.	Частка, %
1	2	3	4	5
Усього основних засобів	11180678,39	100	11711982,18	100
у тому числі:				
- машини та обладнання	9613431,45	86,0	11431889,35	97,6
- транспортні засоби	1248060,64	11,2	-	-
- інструменти, прилади, інвентар (меблі)	316451,30	2,8	279492,83	2,4

Зростання обсягу і питомої ваги машин і обладнання, транспортних засобів в кінці звітного року, в порівнянні з минулим свідчить про абсолютне і відносне збільшення активної частини основних засобів, що означає поліпшення структури основних засобів.

Співвідношення питомої ваги активної та пасивної частин основних засобів відображено у табл. 3.

Таблиця 3

Співвідношення питомої ваги активної та пасивної частин основних засобів

Показник	Попередній рік		Звітний рік		Відхилення (+, -)	
	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Сума, тис. грн.	Питома вага, %	Суми, тис. грн. (гр. 3 – гр. 1)	Питомої ваги (гр. 4 – гр. 2)
1	2	3	4	5	6	7
Промислово-виробничі основні фонди, тис. грн.	11180678,39	100	11711982,18	100	531303,79	-
у тому числі: активна частина	10861492,09	97,2	114631889,35	97,6	103770397,26	0,4
пасивна частина	316451,30	2,8	279492,83	2,4	-36958,47	-0,4

Згідно з даними таблиці видно, що при загальному зростанні обсягу виробничих основних засобів на 531303,79 тис. грн., активна їх частина зросла на 103770397,26 тис. грн.

Якщо зіставляти прирости активної та пасивної частин, то цілком очевидно, що активна частина за досліджуваний період зросла, в порівнянні з пасивною. Незважаючи на те що, розрахунки зроблені за прийнятою методикою, активна частина становить лише приблизно третину від загального обсягу основних виробничих засобів.

Важливим аспектом обліку основних засобів є їх оцінка. Оцінка основних засобів регулюється стандартами бухгалтерського обліку, але вона дещо відрізняється від міжнародних стандартів обліку. Доречною тут є думка Щирської О. В. – «дуже важливим для підприємства є правильність оцінки первісної вартості основних засобів, внесених власниками в статутний капітал, тому що від цього прямо залежить реальність величини власного капіталу» [10].

Оцінка основних засобів є одним із важливих елементів методу бухгалтерського обліку. Її використовують як інструмент обміну та облікового відображення актів купівлі-продажу в умовах товарно-грошових відносин. В загальному визначенні – це спосіб вираження певним вимірником наявності та руху необоротних об'єктів.

На сьогоднішній день, існує ряд проблем, які негативно впливають на облік основних засобів, знижуючи ефективність їх використання.

До основних проблем обліку основних засобів можна віднести такі:

- організаційні:
- 1. впровадження Міжнародних стандартів фінансової звітності;
- 2. відображення витрат на ремонт основних засобів;

Таблиця 4

Характеристика видів оцінки основних засобів

Вид вартості	Економічний зміст
1	2
Первісна вартість	Історична (фактична) собівартість основних засобів у сумі грошових коштів або справедливої вартості інших активів, сплачених (переданих), витрачених для придбання (створення) основних засобів
Залишкова вартість	Первісна вартість за вирахуванням зносу
Вартість, яка амортизується	Первісна або переоцінена вартість основних засобів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості
Ліквідаційна вартість	Сума коштів або вартість інших активів, яку підприємство очікує отримати від реалізації (ліквідації) необоротних активів після закінчення строку їх корисного використання (експлуатації), за вирахуванням витрат, пов'язаних з продажем (ліквідацією)
Переоцінена вартість	вартість основних засобів після їх переоцінки
Справедлива вартість	Суми, за якою можна продати актив або оплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату
Чиста вартість реалізації	Справедлива вартість основних засобів за вирахуванням очікуваних витрат на його реалізацію

- технологічні:
 1. поліпшення первинного обліку;
 2. утворення єдиної інформаційної системи
- документальні:
 1. оптимізація форм первинної документації.

Проблема складності оцінки основних засобів є найпоширенішою, адже найкращим методом оцінки на практиці є метод відображення за первісною вартістю, але він не завжди є доречним через інфляційні процеси, що може викривити кінцеві результати діяльності підприємства.

Для того щоб усунути існуючі недоліки в обліку основних засобів, необхідно підвищити ефективність контролю за ними на підприємстві, а досягти цього можна за допомогою внутрішньої перевірки.

Внутрішня перевірка повинна проходити за встановленою схемою, і виконувати наступні завдання:

1. перевірка стану обліку основних засобів, ефективності їх використання та зберігання;
2. встановлення правильності оформлення надходження та вибуття;
3. перевірка правильності нарахування зносу та віднесення витрат на ремонт;
4. перевірка правомірності реалізації та оцінки основних засобів;
5. перевірка своєчасності та правильності віднесення результатів при ліквідації;
6. перевірка правильності віднесення сум на рахунки бухгалтерського обліку при переоцінці.

Контроль за використанням основних засобів полягає в розробці системи заходів, спрямованих на підвищення коефіцієнтів рентабельності і виробничої віддачі основних засобів. На основі контрольної інформації визначаються резерви ефективного використання основних засобів – зниження потреб в них за рахунок підвищення коефіцієнтів їхнього використання в часі і потужності, оскільки між цими двома показниками існує зворотна залежність. Критеріями ефективності використання основних засобів є: рентабельність (відношення суми прибутку до середньої вартості основних засобів) та фондівіддача (відношення обсягу зробленої або реалізованої продукції до середньої вартості основних засобів). Звідси ефективність використання основних засобів є важливим фактором оптимізації собівартості продукції, що впливає на фінансовий результат діяльності підприємства [7].

До числа проблем, які негативно впливають на розвиток процесів удосконалення контролю основних засобів можна віднести:

- нераціональне вдосконалення системи амортизації;
- похибки в первинних документах;
- низький рівень інформаційного забезпечення в управлінні матеріально-технічною базою;
- проблеми аналізу ефективності використання основних засобів.

Для того щоб вирішити вище згадані проблеми необхідно:

1. удосконалити методику обліку основних засобів;
2. розробити бухгалтерську модель економічного механізму амортизації, яка буде сприяти вирішенню проблем фінансового, внутрішньогосподарського контролю;
3. удосконалити методику витрат на ремонт основних засобів;
4. розробити модель залежності експлуатаційних витрат від віку устаткування, яка допоможе визначити доцільність проведення ремонту основних засобів [8].

Первинний, синтетичний та аналітичний облік основних засобів відповідає чинним вимогам законодавства, але все ж таки система бухгалтерського обліку потребує певного вдосконалення.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Основні засоби є важливою ланкою діяльності підприємств. Бухгалтерський облік та контроль основних засобів потребує вдосконалення як в методичних так і в організаційних аспектах. Контроль за використанням основних засобів та їх збереженням повинен бути повним, достовірним, відповідати встановленим нормам та актам. Ефективне управління основними засобами забезпечить підприємства продуктивною діяльністю із найменшими витратами, пов'язаними із придбанням, ремонтом та ліквідацією основних засобів.

Список використаних джерел (References):

1. Закон України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 9996 – XVI(зі змінами та доповненнями).

2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 зі змінами та доповненнями.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», затверджено наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92.
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби» \ IASB; Стандарт, Міжнародний документ від 01.01.2012.
5. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів / Затв. Наказом Міністерства фінансів України від 30.09.2003 р. № 561.
6. Цебень р. Л. // Облікова політика основних засобів у контексті впровадження Податкового кодексу України – 2011. - № 6. – С. 3-10
7. Євтушенко С. М. амортизація основних засобів у системі бухгалтерського обліку. Автореферат, дисертація кандидата економічних наук – Національний науковий центр та інститут – К., 2004. 22 с.
8. Сук Л., Сук П. Організація обліку необоротних активів // бухгалтерія в сільському господарстві.-№15-16 [240-241]. – 2010. – с. 49-60
9. Лайко О.І. Вдосконалення обліку і аудиту основних засобів на підприємствах вітчизняної економіки // економіка та держава. - №8.- 2011. – С. 28-34.
10. Шнайдер О. В. Основные средства: проблемы и методы использования – Вектор науки ТГУ. № 1(23), 2013.
11. Щирська О. В. Облік і внутрішній контроль амортизації основних засобів: теорія і методологія: автореф. Дис. На здобуття наук. Ступеня канд. Екон. Наук: спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами діяльності)» / Щирська Ольга Василівна; Національна академія статистики, обліку та аудиту. – Київ, 2013. – 20 с.

УДК 658.14/.17(047.32)

Скаско Олег Іванович

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і фінансів Львівського інституту економіки і туризму



Пилипенко Соломія Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і фінансів Львівського інституту економіки і туризму



Мороз Володимир Павлович

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри обліку і фінансів Львівського інституту економіки і туризму



ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТРЕБИ КОРИСТУВАЧІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Скаско О. І., Пилипенко С. М., Мороз В. П.

INFORMATION REQUIREMENTS FOR USERS OF FINANCIAL ACCOUNTS

Skasko O., Pylypenko S., Moroz V.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Скаско О. И., Пилипенко С. М., Мороз В. П.

Висвітлено результати дослідження щодо інформаційних потреб користувачів фінансової звітності. Визначено існування внутрішніх та зовнішніх користувачів інформації фінансової звітності. Досліджено інформаційні потреби фінансових органів. Розглянуто порядок використання даних фінансової звітності керівництвом та менеджерами з метою раціонального та ефективного управління фінансовими ресурсами. Схематично окреслено процес формування та використання інформації на підприємстві.

Ключові слова: інформація, потреба, внутрішні користувачі, зовнішні користувачі, фінансова звітність, менеджмент, контроль, регулювання.

The results of research on informational needs of users of financial reporting are presented. The existence of internal and external users of financial reporting information has been determined. The information needs of financial institutions are investigated. The procedure for using financial reporting data by management and managers for rational and efficient management of financial resources is considered. Schematically highlighted process of formation and use of information at the enterprise.

Keywords: information, need, internal users, external users, financial reporting, management, control, regulation.

Освещены результаты исследования информационных потребностей пользователей финансовой отчетности. Определены существования внутренних и внешних пользователей информации финансовой отчетности. Исследованы информационные потребности финансовых органов. Рассмотрен порядок использования данных финансовой отчетности руководством и менеджерами с целью рационального и эффективного управления финансовыми ресурсами. Схематично обозначен процесс формирования и использования информации на предприятии.

Ключевые слова: информация, потребность, внутренние пользователи, внешние пользователи, финансовая отчетность, менеджмент, контроль, регулирование.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Сучасне суспільство характеризується відкритістю економік та глобалізацією. У цих умовах основою для визначення цінності компанії є фінансова звітність, яка формується в системі бухгалтерського обліку. Саме завдяки фінансовій звітності будуються довготривалі відносини з контрагентами, що сприяють ефективній діяльності та стабільному розвитку підприємства.

Щоб досягти даної цілі, звітність підприємств повинна повністю задовольняти вимоги та потреби її користувачів в отриманні повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів за звітний період для прийняття більш

обґрунтованих економічних рішень та оцінки ефективності прийнятих управлінських рішень.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Питання, що стосуються інформаційних потреб користувачів фінансової звітності, досить активно досліджуються провідними вітчизняними науковцями та практиками, зокрема значний внесок у дослідженні зробили Ф. Ф. Бутинець [7], С. Ф. Голов, Н. О. Гура, Г. Г. Кірейцев, Н. М. Малюга, М. С. Пушкар, Л. В. Чижевська [10], В. Г. Швець та інші.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Водночас багато питань залишаються недостатньо розкритими та потребують подальшого дослідження. Зокрема, це стосується необхідності чіткого розмежування інформаційних потреб зовнішніх та внутрішніх користувачів фінансової звітності з метою прийняття управлінських рішень. Практична значимість вказаних проблем і необхідність їх дослідження визначили вибір теми і мету наукової публікації.

Мета статті (Main purpose of the article) є визначення інформаційних потреб зовнішніх та внутрішніх користувачів фінансової звітності для прийняття обґрунтованих економічних рішень.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1] та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2] передбачають складання наступних форм фінансової звітності (табл. 1).

Таблиця 1

Форми фінансової звітності та їх призначення

Форма фінансової звітності	Зміст	Процеси, в яких використовується інформація
1	2	3
Баланс (Звіт про фінансовий стан)	Наявність економічних ресурсів, які контролюються підприємством на дату балансу та права на ресурси, а також джерела їх формування	Оцінка структури ресурсів підприємства та прав на ресурси, його ліквідності та платоспроможності. Прогнозування майбутніх потреб у позиках. Оцінка та прогнозування змін в економічних ресурсах, які підприємство ймовірно контролюватиме у майбутньому
Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)	Доходи, витрати, сукупний дохід і фінансові результати діяльності підприємства за звітний період	Оцінка та прогноз доходів і витрат підприємства та їх структури
Звіт про рух грошових коштів	Генерування та використання грошових коштів підприємства протягом звітного періоду	Оцінка та прогноз руху грошових коштів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства
Звіт про власний капітал	Зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду	Оцінка та прогноз змін у власному капіталі

Форма фінансової звітності	Зміст	Процеси, в яких використовується інформація
1	2	3
Примітки до річної фінансової звітності	Обрана облікова політика: інформація, не наведена безпосередньо у фінансових звітах, але обов'язкова за П(С)БО; додатковий аналіз статей звітності, необхідний для забезпечення її зрозумілості	Оцінка та прогноз облікової політики, ризиків або непевності, які впливають на підприємство, його ресурси та зобов'язання; діяльність підрозділів підприємства тощо
Додаток до річної фінансової звітності «Інформація за сегментами»	Доходи, витрати та результати діяльності звітних сегментів, а також про балансову вартість активів звітних сегментів і капітальні інвестиції	Оцінка та прогноз діяльності за звітними сегментами для прийняття рішень щодо інвестування

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначено, що для суб'єктів малого підприємництва встановлено скорочену за показниками фінансову звітність у складі Балансу і Звіту про фінансові результати, форма і порядок складання яких визначено П(С)БО 25 «Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва» (табл. 2).

Таблиця 2

Форми фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва

Форми звітності	Суб'єкт, який подає звітність
1	2
Фінансовий звіт СМП: – Баланс (форма № 1-м) – Звіт про фінансові результати (форма № 2-м)	Суб'єкти малого підприємництва – юридичні особи, які визнані такими відповідно до законодавства, крім довірчих товариств, страхових компаній, банків, ломбардів, інших фінансово-кредитних та небанківських фінансових установ, суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють обмін іноземної валюти, є виробниками та імпортерами підакцизних товарів, суб'єктів підприємницької діяльності, у статутному фонді яких частка внесків, що належить юридичним особам – засновникам і учасникам цих суб'єктів, які не є суб'єктами малого підприємництва, перевищує 25%
Спрощений фінансовий звіт СМП: – Баланс (форма № 1-мс) – Звіт про фінансові результати (форма № 2-мс)	Суб'єкти малого підприємництва – юридичні особи, які відповідають критеріям, визначеним пунктом 154.6 статті 154 розділу III ПКУ та мають право на застосування спрощеного бухгалтерського обліку доходів і витрат, а також платники єдиного податку, які відповідають критеріям, визначеним підпунктом 4 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XVI ПКУ [3]

Безпосередньо фінансова звітність забезпечує інформаційні потреби користувачів щодо: придбання, продажу та володіння цінними паперами; участі в капіталі підприємства; оцінки якості управління; оцінки здатності підприємства своєчасно виконувати свої зобов'язання; забезпеченості зобов'язань підприємства; визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу; регулювання діяльності підприємства та інших рішень [9, с. 442].

Інформація, наведена у фінансових звітах, стає необхідною для користувачів завдяки властивим їй якісним характеристикам, основними з яких є зрозумілість, доречність, достовірність, порівнюваність звітності [6; 9, с. 441].

Фінансова звітність складається за національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку. Для складання фінансової звітності можуть застосовуватися міжнародні стандарти публічними акціонерними товариствами, банками, страховиками, а також підприємствами, які провадять господарську діяльність за визначеними КМУ видами.

Усіх споживачів фінансової звітності умовно можна поділити на:

1) внутрішніх (або «своїх») користувачів – виконують функції менеджменту й безпосередньо зацікавлені в ефективній діяльності підприємства. Серед внутрішніх користувачів виділяють власників, менеджерів і трудовий колектив підприємства;

2) зовнішніх (або «чужих») користувачів – можна поділити на три групи (табл. 3) [4, с. 92].

Таблиця 3

Зовнішні користувачі фінансової звітності

Група 1	Група 2	Група 3
1	2	3
Користувачі інформації, які безпосередньо зацікавлені в ефективній господарській діяльності підприємств – мають прямий інтерес до фінансового стану респондентів	Суб'єкти, які мають не прямий інтерес до фінансового стану респондентів, а використовують її показники для оцінювання економічної політики держави та прийняття управлінських рішень у сфері регулювання діяльності економічних систем	Суб'єкти, які не мають фінансового інтересу до респондентів. Вони, використовуючи інформаційні ресурси фінансової звітності, здійснюють задоволення власних потреб або визначають її як об'єкт господарської діяльності
Інвестори; банки і фінансово-кредитні установи; постачальники та підрядники; клієнти, замовники	Державні органи – Державна фіскальна служба України, Державна аудиторська служба України, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Державна служба статистики	Науково-дослідні установи і навчальні заклади освіти; аудиторські фірми, рейтингові агентства і суб'єкти господарювання з надання інформаційних послуг; громадські організації

Інформаційні потреби різних груп користувачів наведено в табл. 4 [4, с. 94; 5].

Таблиця 4

Інформаційні потреби користувачів фінансової звітності

Користувачі фінансової звітності	Інформаційні потреби
1	2
Внутрішні користувачі	
Власники	Оцінка здатності підприємств збільшувати власний капітал та перспектив виплати дивідендів
Менеджери	Ефективне управління підприємством: планування, організація, контроль; прийняття управлінських фінансових рішень
Трудовий колектив	Оцінка стабільності і прибутковості діяльності підприємства з метою визначення перспективи своєї зайнятості, здатності забезпечувати належний рівень оплати праці, пенсійного забезпечення та інших видатків
Зовнішні користувачі	
Інвестори (діючі та потенційні)	Оцінка спроможності підприємства здійснювати прибуткову діяльність та сплачувати дивіденди
Банки та інші фінансово-кредитні установи	Можливість надання, своєчасність повернення кредитів та відсотків та імовірність настання ризиків невиконання укладених угод
Постачальники та підрядники	Своєчасність здійснення розрахунків
Клієнти, замовники	Можливість одержання товарів, послуг згідно укладених договорів (строк, якість, кількість тощо)
Державні органи	Своєчасність і повнота сплати податків, врегулювання діяльності у законодавче поле, формування стратегій і підтримка ефективного і збалансованого економічного розвитку держави, формування макроекономічних показників та політики їх досягнення тощо
Громадські організації	Вплив діяльності підприємства на добробут суспільства (зайнятість, екологію)
Науково-дослідні установи і заклади вищої освіти	Проведення наукових досліджень
Аудитори, рейтингові агентства	Діагностика фінансового стану об'єкта аудиту, інтерпретація її результатів та моніторинг інвестиційної

З поміж зовнішніх користувачів фінансової звітності окремою групою виділяють фінансові органи, до яких належать банки та інші фінансово-кредитні установи (кредитні спілки і товариства, лізингові компанії, страхові компанії, довірчі товариства, пенсійні фонди, фінансові компанії, ломбарди, факторингові компанії тощо) та державні органи (Державна фіскальна служба України, Державна аудиторська служба України), які мають потребу у відповідній фінансовій інформації.

Зокрема під час надання кредитів та на стадії контролю за процесом погашення відсотків і заборгованості за кредитом перед будь-яким банком чи

іншою кредитною установою виникає необхідність оцінювання кредитоспроможності позичальників, що охоплює такі складові:

- 1) вивчення кредитної історії підприємства, його репутації в банку;
- 2) оцінка позиції підприємства на ринку і його співпраця з контрагентами (термін функціонування підприємства за поточним профілем діяльності, частка ринку, залежність від постачальників та покупців тощо);
- 3) аналіз фінансового стану позичальника на основі даних фінансової звітності та первинних документів;
- 4) оцінювання якості управління і контролю (рівень кваліфікації, професіоналізм і особисті якості керівника, наявність системи внутрішнього аудиту тощо).

Отже, банки та інші фінансово-кредитні установи як одні з основних користувачів фінансової інформації підприємства, використовують її, головним чином, аналізуючи фінансовий стан позичальника.

Державна фіскальна служба України як центральний орган виконавчої влади реалізує:

- державну податкову політику;
- державну політику у сфері державної митної справи;
- державну політику з адміністрування єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Державна фіскальна служба України використовує інформацію з показників фінансової та податкової звітності для контролю за правильністю розрахунку доходів і витрат звітного періоду, валового прибутку, нарахування податків та інших обов'язкових платежів та своєчасністю їх сплати [8, с. 93].

Державна аудиторська служба України є центральним органом виконавчої влади, основними завданнями якої є:

- 1) забезпечення формування і реалізація державної політики у сфері державного фінансового контролю;
- 2) здійснення державного фінансового контролю, спрямованого на оцінку ефективного, законного, цільового, результативного використання та збереження державних фінансових ресурсів, необоротних та інших активів, досягнення економії бюджетних коштів;
- 3) надання у передбачених законом випадках адміністративних послуг.

Державна аудиторська служба України використовує інформацію фінансової звітності для здійснення державного фінансового контролю за ефективним, законним, цільовим, результативним використанням та збереженням державних фінансових ресурсів, необоротних та інших активів, досягненням економії бюджетних коштів.

Щодо внутрішніх користувачів фінансової звітності, то головним їх завданням є забезпечення прибуткової та успішної діяльності підприємства, яка неможлива без раціонального управління фінансовими ресурсами задля:

- забезпечення конкурентної позиції фірми;
- запобігання банкрутства і великих фінансових втрат;

- максимізації ринкової вартості фірми;
- забезпечення темпів росту економічного потенціалу фірми;
- максимізації прибутку і мінімізації витрат;
- забезпечення рентабельної діяльності та інше.

Ефективне управління фінансами підприємства дає змогу правильно використовувати власні фінансові ресурси, залучати додаткові фінансові ресурси на найвигідніших умовах (використовуючи позики банків або додаткову емісію цінних паперів), інвестувати їх із найбільшим ефектом, проводити прибуткові операції на фінансовому ринку.

Для виконання функцій щодо управління фінансовими ресурсами і контролю за їх раціональним використанням фінансові служби підприємства виконують необхідні розрахунки (за інформацією, що подана у фінансовій звітності) і на їх основі вносять обґрунтовані пропозиції керівництву підприємства щодо розподілу наявних фінансових ресурсів між виробничими структурними підрозділами, функціональними службами; розробляють поточні і оперативні фінансові плани та інші планово-фінансові документи; вишукують резерви збільшення прибутку і надходження додаткових фінансових ресурсів з метою забезпечення потреб підприємства у коштах на фінансування виробництва, капітальних вкладень, проведення соціально-культурних заходів; здійснюють контроль за виконанням показників фінансового плану підрозділами і підприємством в цілому, а також за цільовим використанням фінансових ресурсів.

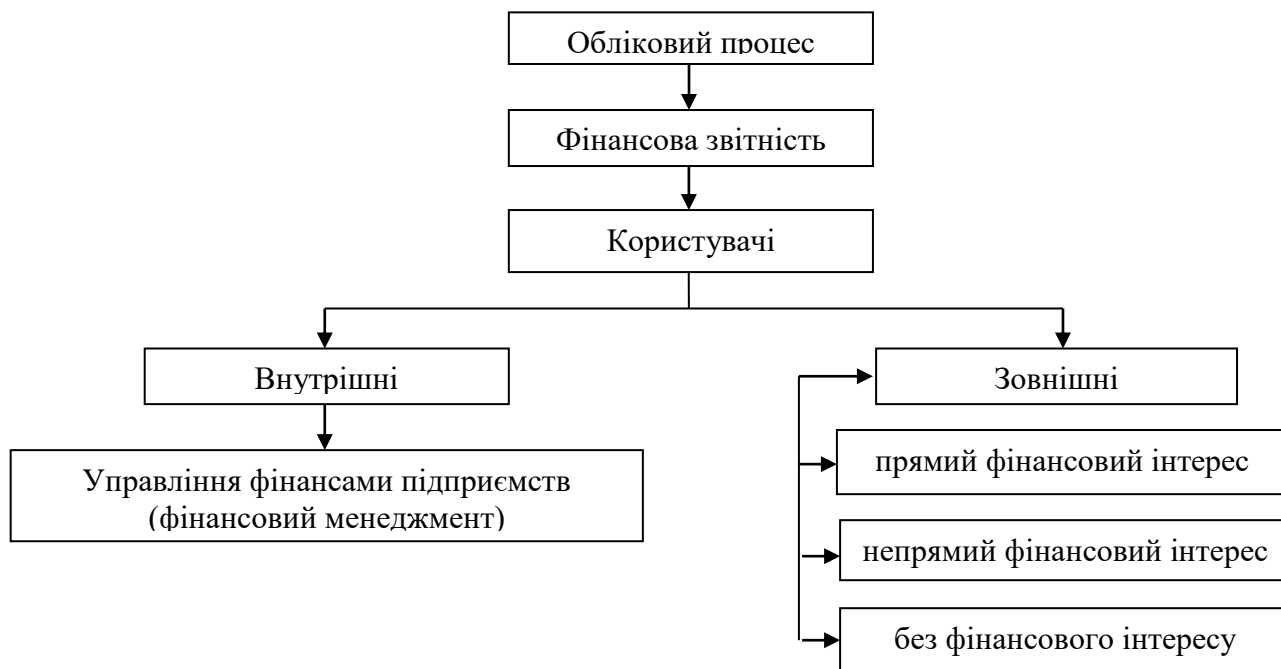


Рис. 1. Процес формування та використання інформації на підприємстві

Крім того, фінансові служби беруть активну участь у заходах, спрямованих на запровадження внутрішнього комерційного розрахунку на

підприємстві, вивчають стан фінансового ринку регіону і країни для планування та прийняття рішень в інвестиційній сфері.

Таким чином, задовольняються потреби внутрішніх користувачів фінансової звітності – керівництва та менеджерів щодо отримання ними необхідної інформації.

Загалом потік інформації про фінансовий стан, результати діяльності, рух грошових коштів за звітний період, що міститься у фінансовій звітності підприємства, для задоволення вимог та потреб її користувачів для прийняття більш обґрунтованих економічних рішень та оцінки ефективності прийнятих управлінських рішень представлено на рис. 1.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що інформація, яка міститься у фінансовій звітності, служить передумовою прийняття управлінських рішень та оцінки їх ефективності. Дані фінансовій звітності використовуються зовнішніми користувачами – фінансовими органами з метою регулювання та контролю діяльності та внутрішніми користувачами – керівництвом та менеджерами з метою раціонального управління і використання фінансів.

Список використаних джерел (References):

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. НПСБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
4. Бакурова Г. В. Значення фінансової звітності підприємств для прийняття рішень на її основі / Г. В. Бакурова, О. І. Трохимець // Держава та регіони, серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя, 2013. – Вип. № 1 (70). – С. 92–95.
5. Белоусова І. М. Проблеми аналізу фінансової звітності зовнішніми користувачами та можливості їх вирішення / І. М. Белоусова, К. В. Федоренко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: sfpk.at.ua/_fr/0/0439046.doc.
6. Букало Н. А. Роль фінансової звітності в управлінні підприємством / Н. А. Букало. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10380/1/Букало%20стаття.pdf.
7. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік в Україні / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир: ЖДТУ, 2003. – 524 с.
8. Гоголь Т. А. Інформаційні потреби користувачів фінансової звітності малих і великих підприємств / Т. А. Гоголь // Формування ринкових відносин в Україні. – К.: НДЕІ, 2012. – Вип. 1 (128). – С. 90-95.

9. Облік і аудит: навч. посібник / Н. П. Банера, Л. О. Гелей, С.М.Пилипенко, В. П. Мороз; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. І. Скаско. – Львів: Растр-7, 2017. – 504 с.

10. Чижевська Л. В. Бухгалтерський баланс: проблеми теорії і практики / Л. В. Чижевська. – Житомир: ЖІТІ, 1998. – 408 с.

УДК 311.21:658

Винятинська Людмила Василівна

Кандидат економічних наук, асистент кафедри обліку і оподаткування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича



ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКУ

Винятинська Л.В.

INSTITUTION OF ANALYSIS OF THE FINANCIAL STAND OF THE FUNDAMENTALS IN THE MIND OF RINK

Vyniatynska L. V.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Винятинська Л.В.

Стаття присвячена розкриття сутності інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства у сучасних умовах ринкового середовища, обґрунтовано інформаційні потреби зацікавлених осіб про фінансовий стан підприємства, охарактеризовано види вхідної інформації при аналізі фінансового стану суб'єкта господарювання.

Ключові слова: фінансовий стан, аналіз, інформаційне забезпечення, джерела інформації, види аналізу

The article is devoted to the disclosure of the essence of information support analysis of the financial condition of the enterprise in the current conditions of the market environment, justified the information needs of interested persons on the financial condition of the enterprise, describes the types of input information when analyzing the financial condition of the entity.

©Журнал Київського університету ринкових відносин
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

Keywords: *financial condition, analysis, information support, sources of information, types of analysis*

Стаття присвячена розкриття сутності інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства у сучасних умовах ринкового середовища, обґрунтовано інформаційні потреби зацікавлених осіб про фінансовий стан підприємства, охарактеризовано види вхідної інформації при аналізі фінансового стану суб'єкта господарювання.

Ключевые слова: *финансовое состояние, анализ, информационное обеспечение, источники информации, виды анализа*

Постановка наукової проблеми (Introduction). В умовах стрімких змін в країні підприємствам необхідно встигнути відреагувати та скорегувати фінансово-господарську діяльність враховуючи жорсткі умови функціонування і вплив зовнішнього середовища. Оскільки фінансовий стан є основним індикатором стану підприємства, саме тому необхідно чітко його визначати та оцінювати на перспективу. Зазначимо, що зміна в нормативно-правовій базі безпосередньо вплинула на зміну вхідного потоку інформації для аналізу фінансового стану підприємства, а як результат – враховувати інформаційні потреби зацікавлених осіб. Саме тому, розкриття інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства в умовах функціонування ринкової економіки потребує більш глибокого дослідження з врахуванням змін у нормативно-правовій базі країни.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Питанням аналізу фінансового стану підприємства присвячено велику кількість наукових робіт у вітчизняній і зарубіжній літературі, зокрема: таких авторів, як: Є. В. Мних, П. Я. Попович, С. З. Мошенський, О. А. Зоріна, Г. Семенов, Н. Б. Ярошевич, О. С. Силкін, Г. В. Савицька, В. Е. Чернова, Т. В. Шмулевич, О. С. Титаренко, Н. М. Гапак, М. Р. Лучко, Г. І. Базецька, А. Є. Громова, І. А. Бержанір, І. О. Пенська, К. В. Багацька, О. О. Шеремет, Я. Е. Розіна та багато інших. Незважаючи на те, що розкриття даної проблеми присвячено чимало робіт вчених, проте оптимізація вирішення даної питання, яке в подальшому забезпечить необхідний обсяг інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства повністю не розкрито, оскільки не враховано законодавчі зміни.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). На основі вивченої науково-методичної літератури можна припустити, що удосконалення інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства дозволить систематизувати та оптимізувати проведення аналітичного дослідження фінансового стану підприємства відповідно до сучасних умов господарювання з метою формування обґрунтованих та дієвих управлінських рішень.

Мета статті (Main purpose of the article) полягає у обґрунтуванні фінансового стану підприємства та розкриття сутності інформаційного

забезпечення для проведення аналітичного дослідження, формування інформаційної бази для проведення аналізу фінансового стану підприємства в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Ефективне функціонування підприємства спрямована на забезпечення систематичного надходження й ефективного використання фінансових ресурсів, забезпечення ліквідності та платоспроможності, дотримання розрахункової та кредитної дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власних і позикових коштів, фінансової стійкості та ділової активності, тощо.

Для розуміння сутності «фінансовий стан підприємства» потрібно, насамперед, необхідно ознайомитись із підходами до трактування даного терміну у вітчизняній та зарубіжній літературі, ознайомитися з історичним становленням даного поняття.

Історичне становлення поняття «фінансовий стан, як економічна категорія» почала цікавити вчених на початку XVII століття. Поряд з тим, вперше поняття «фінансовий стан», як частина фінансового аналізу, було згадане у роботі французького економіста Жак Саварі «Про досконалого покупця» [1]. У XIX столітті італійський бухгалтер Джузеппе Чербоні розширив поняття Жака Саварі. Науковець Д. Чербоні створив вчення про синтетичне додавання та аналітичне розкладання бухгалтерських рахунків, який розширив термін «фінансовий стан» та використав його під час проведення розрахунків.

Згодом, у XIX – XX століттях оцінка фінансового стану підприємства відобразилась у «балансоведенні», що собою представляв економічний аналіз балансу підприємства як у країнах Європи так і теренах Радянського союзу. В 40-х роках попереднього століття «балансоведення» переросло у аналіз господарської діяльності та аналіз фінансового стану почав виокремлюватись у самостійну одиницю фінансового аналізу» [1].

У сьогочасній економічній науці чимало думок щодо трактування терміну «фінансовий стан підприємства», його характеристик, складових частин, критерій визначення, різновидів, показників, що його характеризують. При цьому важливо розрізняти поняття «економічний стан підприємства», «фінансовий стан підприємства» та «фінансово-економічний стан». Так на думку Титаренко О. С., що у своїй праці зазначає «домінуючою відмінною ознакою, що розмежовує сутність цих понять, є визначення розмежування економічної діяльності підприємства, яка включає розуміння всіх видів діяльності на підприємстві та фінансової діяльності, що стосується безпосередньо зміни й розміру капіталу підприємства» [13].

Поняття «фінансовий стан» підприємства по-різному розглядається нормативно-правових документах, сучасній методичній та науковій економічній літературі. Так, у діючому нині в Україні нормативно-правовому акті, зокрема у Наказі Фонду державного майна України «Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств,

що підлягають приватизації» від 26.01.2001 року № 49/121 визначено поняття: «фінансовий стан підприємства, як сукупність показників, що відображають наявність, розміщення і використання ресурсів підприємства, реальні й потенційні фінансові можливості підприємства».

Слід відмітити, що огляд вітчизняної літератури свідчить про те, що українські науковці розуміють дещо інакше визначення терміну «фінансовий стан підприємства», оскільки враховують сучасні наукові розробки. Визначення поняття «фінансовий стан підприємства» у сучасній українській науковій літературі представлено у табл. 1.

Таблиця 1.

Узагальнення визначень поняття «фінансовий стан підприємства» в сучасній українській науковій літературі

Автор	Дефініція поняття «фінансовий стан підприємства» – це...
Бутинець Ф. Ф.	рівень збалансованості окремих структурних елементів активів і капіталу підприємства, а також рівень ефективності їх використання. При його оцінці визначають сукупність показників, що відображають наявність, розміщення і використання ресурсів підприємства, реальні і потенційні фінансові можливості [2].
Грабовецький Б. Є.	сукупність економічних параметрів, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [3].
Непочатенко О. О.	рівень забезпеченості підприємства відповідним обсягом фінансових ресурсів, необхідних для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного здійснення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями [8].
Іванілов О. С.	здатність підприємства фінансувати свою діяльність. Характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, потребою в їхньому розміщенні і ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними особами, платоспроможністю і фінансовою стійкістю [4].
Семенов Г.	комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан підприємства залежить від результатів його виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності» [10].
Силкін О. С.	стан, при якому підприємство працює прибутково та здатне розширювати сферу своєї діяльності [11].

Таким чином, можемо стверджувати, що фінансовий стан підприємства – це одна з найважливіших категорій підприємства, яка за допомогою системи показників, характеризує фінансово-господарську діяльність на певну дату чи за проміжку часу. Тому, постійний моніторинг фінансового стану підприємства життєво необхідний для провадження результативного управління підприємством у сучасних умовах господарювання.

Здійснивши огляд зарубіжної літератури, можна стверджувати, що поняття «фінансовий стан підприємства» широко використовується у

діяльності компанії, є ознакою ділової активності, надійності, кредитоспроможності та інвестиційної привабливості на ринку. Оскільки зазначене тлумачення у зарубіжній практиці використовується значно історично довше, даний термін прийшов до України із-за кордону, а також має більш розширене тлумачення. Розглянемо категорію «фінансовий стан підприємства» у зарубіжній літературі, результати подамо у табл. 2.

Таблиця 2

Узагальнення визначень поняття «фінансовий стан (позиція) підприємства» у сучасній зарубіжній науковій літературі

Джерело інформації	Дефініція поняття «фінансовий стан підприємства – це...»
Фінансовий словник Блумберг	статус рахунку активів компанії, індивідуальних активів, зобов'язань та позицій власного капіталу, відображених у його фінансовій звітності [18].
Бізнес-словник	стан активів, зобов'язань та власного капіталу, та їх взаємозв'язок з організацією, що відображено у її фінансових звітах [19].
Фінансовий словник Фарлекс	сукупні активи, зобов'язання та / або капітал, які належать особі або компанії [21].
Моргенсон Г., Харві К. Р.	відображає статус активів, зобов'язань та позицій власного капіталу компанії або індивідуума, відображений у його фінансовій звітності [23].
Скотт Д. Л.	стан та відносини між різними фінансовими даними, знайдені на балансі фірми. Наприклад, компанія з досить вартісними та відносно ліквідними активами разом із невеликою сумою боргу порівняно з капіталом власника, як правило, характеризується наявністю у сильному фінансовому становищі [24].
Даунс Д., Гудмен Дж. Е.	статус активів, зобов'язань та рахунків власного капіталу на певний час, як показано у фінансовій звітності [20].
Лопатников Л. И.	характеристика розміщення і використання активів і пасивів господарюючого суб'єкта; визначається його платоспроможністю, кредитоспроможністю, фінансовою стійкістю [6].
Грязнова А. Г.	сукупність економічних і фінансових показників, що характеризують здатність підприємства до сталого розвитку, в т.ч. до виконання ним фінансових зобов'язань. Визначається платоспроможністю і конкурентоспроможністю підприємства, його потенціалом в діловому співробітництві, є гарантом ефективної реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності [15].
Чернова В. Е., Шмелевич Т. В.	комплексне поняття, що характеризує реальну та потенційну фінансову конкурентоздатність підприємства [16].
Савицька Г. В.	«характеризується системою показників, що відображають стан капіталу в процесі його кругообігу і здатність суб'єкта господарювання фінансувати свою діяльність на фіксований момент часу [9].

Таким чином, проаналізувавши поняття «фінансовий стан підприємства» у зарубіжній літературі, бачимо, що у англomовних джерелах дане поняття тлумачать, здебільшого, як статус (позицію) активів,

зобов'язань та капіталу підприємства, що відображені у фінансовій звітності. Проте, російськомовні автори визначають це поняття дещо ширше, наголошуючи на його важливості при формуванні конкурентоспроможності та кредитоспроможності суб'єкта господарювання в умовах функціонування на ринку.

На даний час, завдяки аналітичному дослідженню фінансового стану підприємства, правильної її організації та проведення провідними спеціалістами дозволить виявити усі позитивні та негативні сторони діяльності підприємства при повному використанні його ресурсів, розробити оптимальні управлінські рішення. Результати проведеного аналізу дозволять безпосередньо впливати на облікову та фінансову політику підприємства з метою поліпшення основних показників фінансово-господарської діяльності, а саме: показників майнового стану, фінансової стійкості, ліквідності, платоспроможності, ділової активності, рентабельності, конкурентоспроможності, кредитоспроможності, що у свою чергу вплине на підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання на ринку. Як зазначається у зарубіжних працях «інвестиційна привабливість компанії є головною метою її створення, функціонування, розвитку». Тобто поняття «фінансовий стан підприємства» є досить різностороннім, включає у себе значну кількість самодостатніх критеріїв, що дозволяє здійснювати оцінку суб'єкта господарювання з врахуванням зовнішніх коливань та мінливості ринкового середовища.

Варто зазначити, що аналіз фінансового стану суб'єкта господарювання становить інтерес для широкого кола суб'єктів, користувачів інформації або, так званих, «стейкхолдерів». Звичайно кола інтересів стейкхолдерів суттєво різняться оскільки застосування інформації є різним та використовується у аналітичних дослідження різних рівнів. Інформаційні потреби зацікавлених осіб про фінансовий стан суб'єкта господарювання представимо їхні інформаційні потреби у описовій табл. 3.

Отже, бачимо досить широке коло користувачів, які зацікавлені у отриманні інформації у вигляді результатів аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання, що необхідна їм для планування своєї діяльності. Звичайно напрями використання інформації стейкхолдерів є досить різнобічною, використовується за різними напрямками.

Звичайно для отримання стейкхолдерів необхідної інформації спочатку необхідно, що підприємство правильно організувало та провело аналітичне дослідження фінансового стану. Одним із основних проблем при його проведенні є визначення та забезпечення належного обсягу інформації при проведенні аналізу тобто вхідного потоку інформації. Автори Івченко Л. В. та Федорченко О. Є. у своїй праці зазначають що «сукупність інформаційного забезпечення системи аналізу фінансового стану підприємства представлено трьома взаємопов'язаними складовими: інформаційною системою, комунікативним середовищем та технологіями.

Таблиця 3

Інформаційні потреби зацікавлених осіб про фінансовий стан суб'єкта господарювання

Стейкхолдер	Інформаційна потреба
Суб'єкт господарювання	Оцінка ефективності діяльності підприємства, регулювання своєї діяльності і розробка заходів щодо її поліпшення.
Власники суб'єкта господарювання	Оцінка фінансово-майнового стану та результатів фінансово-господарської діяльності.
Вищий управлінський персонал	Загальні та аналітичні дані про фінансовий та майновий стан, доходи, витрати та фінансові результати з метою формування обґрунтованих та дієвих управлінських рішень.
Інвестори	Оцінка рентабельності придбання, продажу та володіння цінними паперами, якості управління підприємства. Визначення суми дивідендів, що підлягають розподілу. Ефективність та прийнятність ризиковості інвестування своїх коштів.
Банки, постачальники та інші кредитори	Аналіз здатності підприємства своєчасно виконувати зобов'язання щодо кредитів, відсотків за ними та погашення кредиторської заборгованості, тобто платоспроможності підприємства.
Замовники (дебітори)	Оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати зобов'язання стосовно постачання продукції, товарів, робіт, послуг.
Органи державного управління	Оцінка спроможності підприємства сплачувати податки, формування макроекономічних показників.
Профспілки	Визначення стабільності зайнятості працівників і здатності своєчасно виплачувати заробітну плату.
Працівники підприємства	Оцінка здатності підприємства своєчасно виконувати зобов'язання перед працівниками та їх забезпечення, виконання засад участі працівників у прибутках підприємства, фінансування соціальних проектів.
Благодійні організації	Оцінка потенційної спроможності та бажання підприємства фінансувати соціальні заходи, що організовані благодійними організаціями.
Консультанти з фінансових питань	Підготовка рекомендацій своїм клієнтам відносно розміщення їх капіталів у те чи інше підприємство (компанію).
Фондові біржі	Оцінка фінансового стану підприємства під час здійснення його реєстрації на фондових біржах.
Преса й інформаційні агентства	Підготовка оглядових матеріалів, оцінки тенденції розвитку й аналізу діяльності окремих підприємств і галузей економіки, розрахунку узагальнюючих показників фінансової діяльності.
Торгово-промислові асоціації	Здійснення статистичних узагальнень за галузями та порівняльного аналізу результатів діяльності на галузевому рівні.

Взаємозв'язок між окремими функціональними підсистемами управління простежується завдяки інформаційним потокам і свідчить, що на підставі вихідної інформації аналізу та аудиту фінансового стану відбувається регулювання подальшої діяльності менеджменту підприємства»

[5]. Вищезгадану схему взаємозв'язку складових системи інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану зображено на рис. 1.

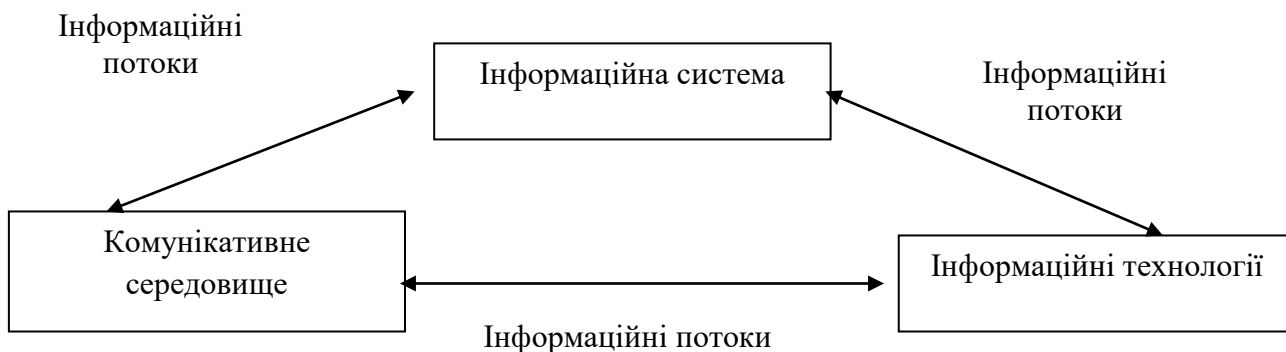


Рис. 1.1 Схема взаємозв'язку складових системи інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства

Отже, сукупність інформаційних потоків, інформації та комунікативного середовища складає інформаційну систему аналізу фінансового стану підприємства. Побудова системи раціонального інформаційного забезпечення потребує визначення змісту необхідної інформації. Варто також зазначити, що основними вимогами, дотримання яких дає можливість оптимально організувати інформаційні потоки підприємства є: періодичність, строки та форми надання інформації.

Розглянемо конкретні джерела інформації, які безпосередньо, використовується аналітичними працівниками при аналітичному дослідженні фінансового стану підприємства. Так, науковець М. Г. Чумаченко вважає, що «первинним джерелом обліково-аналітичного забезпечення для аналізу фінансового стану служать дані бухгалтерського, статистичного, оперативного обліку про стан і використання всіх видів ресурсів виробництва, процесу виробництва продукції, її реалізації, фінансових результатів тощо» [17].

Проведено систематизацію основних видів інформації що може бути використана як один із блоків вхідної інформації обліково-аналітичного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства та, відповідно, й управління ним (рис. 2).

Таким чином, для аналізу фінансового стану підприємства використовується інформація наступних видів: методичне забезпечення, звітність підприємства (фінансова, управлінська та статистична звітність), планові та маркетингові дані, організаційні документи підприємств. Проте, враховуючи, сучасні умови розвитку економічної науки, вважаємо за необхідне використання додаткових джерел інформаційного забезпечення, наприклад дані управлінського обліку, планової документації підприємства, тактики та стратегії його розвитку.

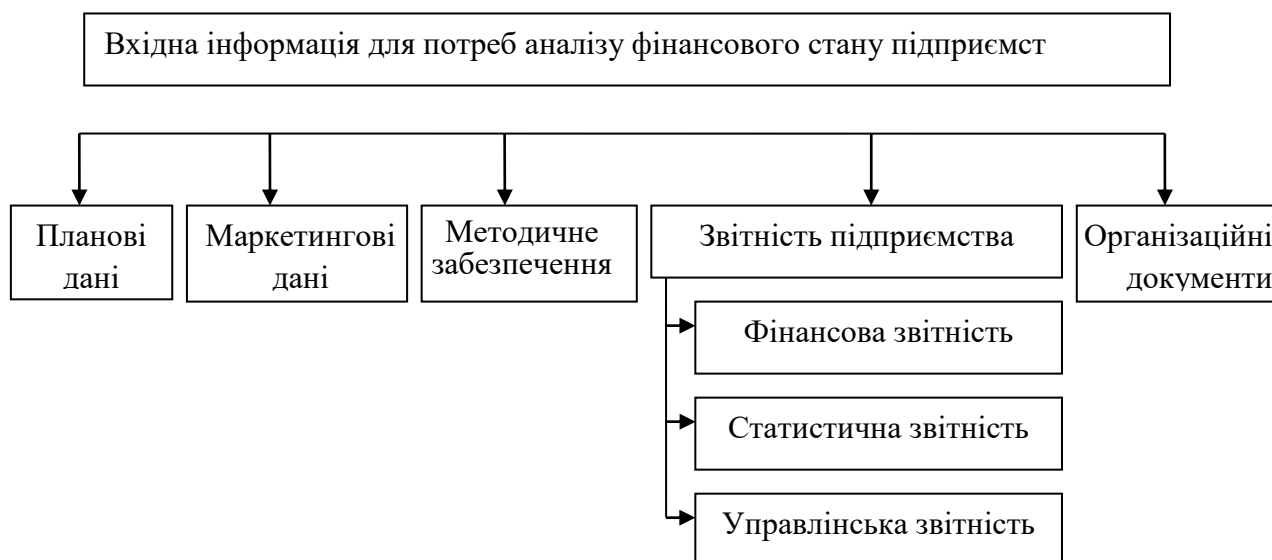


Рис. 2 Вхідна інформація для аналізу фінансового стану підприємства

Водночас, бачимо досить велику кількість інформації, яку використовують аналітики для оцінки фінансового стану підприємства. Тому наступним кроком дослідження інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану є систематизація фінансової інформації, що міститься у фінансовій звітності підприємства. Розкриємо інформаційні дані для потреб аналізу фінансового стану, що містяться в фінансовій звітності в табл. 4.

Отже, інформація, що міститься у фінансовій звітності є основою для аналізу фінансового стану підприємства, при цьому на базі цих документів проводиться аналіз найбільшої кількості показників, що описують ліквідність, платоспроможність, кредитоспроможність, конкурентоспроможність, ділову активність підприємства, дозволяє визначення тип фінансової стійкості та його відносні показники, інші показники, за допомогою системи показників для визначення основних критеріїв фінансового стану підприємства, здійснити визначення рівня банкрутства підприємства та спрогнозувати фінансовий стан на перспективу тощо.

Так, Н. Кокемюлер (N. Kokemuller) у своїй статті «Що відображає фінансовий стан компанії в будь-який час?» зазначає, що: «кращим поточним «моментальним знімком» фінансового становища компанії, зазвичай визнається бухгалтерський баланс. Який, по суті, показує вартість компанії на певну дату, демонструючи, що залишиться, якщо всі зобов'язання будуть погашені з використанням доступних активів. Власники та менеджери часто переглядають перспективні погляди і проектують, як зміниться вартість компанії, кредитори, зазвичай, порівнюють активи, які підприємство може конвертувати в готівку для погашення короткострокової та довгострокової заборгованості» [22].

Таблиця 4

Інформаційні дані для потреб аналізу фінансового стану, що містяться в фінансовій звітності підприємства

Форма фінансової звітності	Інформаційні дані	Напрями використання інформації для потреб аналізу
форма 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»	Наявність економічних ресурсів, що має підприємство у своєму розпорядженні на дату балансу.	Оцінка динаміки та структури ресурсів підприємства. Аналіз фінансової стійкості, ліквідності та платоспроможності підприємства. Прогнозування майбутніх потреб у показниках; оцінка та прогнозування змін в економічних ресурсах, які підприємство, контролюватиме.
форма 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)»	Доходи, витрати та фінансові результати діяльності підприємства за звітний період.	Оцінка та прогноз: прибутковості діяльності підприємства; структури доходів та витрат, обчислення показників рентабельності, інвестиційної привабливості, оборотності.
форма 3 «Звіт про рух грошових коштів»	Надходження та використання грошових коштів протягом звітного періоду.	Оцінка та прогноз грошових потоків від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства
форма 4 «Звіт про власний капітал»	Зміни у складі власного капіталу підприємства протягом звітного періоду.	Оцінка та прогноз динаміки та структури власного капіталу
форма 5 «Примітки до річної фінансової звітності до річної фінансової звітності»	Деталі облікової політики, містить інформацію, що вимагає уточнення відповідно до П(С)БО, деталізацію статей звітності, з метою забезпечення її зрозумілості.	Оцінка та прогноз: облікової політики; ризиків або непевності, що впливають на підприємство, його ресурси та зобов'язання; діяльності підрозділів підприємства тощо.

Водночас, для підтвердження правильності розрахунку вищевказаних показників, необхідним є проведення аудиторської перевірки фінансової звітності підприємства, та висловлення незалежної думки аудитора стосовно правильності ведення обліку на підприємстві. Тільки у такому випадку, можна стверджувати про достовірність визначення показників фінансового стану суб'єкта господарювання, та прийняття раціонального управлінського рішення для подальшого покращення ефективності діяльності підприємства.

Однак, на нашу думку, не слід забувати, про те, що форма 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» містить моменти показники, які є мінливими, так, наприклад, незадовільний фінансовий стан сьогодні може, змінитися на задовільний, уже завтра. Тобто здійснивши розрахунок показників, що характеризують основні критерії фінансового стану підприємства, слід враховувати статичні значення (або використовувати їх середній рівень). Що у свою чергу буде характеризувати фінансовий стан за певний проміжок

часу, а з іншої сторони – обчислені показники будуть більш точними та надійними для стейкхолдерів, об'єктивно характеризувати фінансово-господарську діяльність в умовах функціонування ринку.

У той же час, не варто нехтувати й іншими джерелами інформації, на основі яких, можливо визначити деякі показники фінансового стану промислового підприємства не потрібно. Здійснимо систематизацію цих джерел за їх видами у табл. 5.

Таблиця 5

Інші джерела інформації для потреб аналізу фінансового стану

Вид інформації	Джерело інформації	Інформаційні дані
Статистична звітність	форма № 1-підприємництво «Структурне обстеження підприємства»	Відображає інформацію про результати діяльності (вартісні показники) підприємства.
	форма №1 П-НПП «Звіт про виробництво і реалізацію продукції»	Містить показники про виробництво промислової продукції за видами у звітному та попередньому роках, яку було вироблено на власних або орендованих потужностях (із власної сировини або давальницької сировини)
Управлінська звітність	Звіти управлінського обліку, керівників відділів	Деталізація інформації, що не входить до фінансової звітності
Маркетингові дані	Звіт відділу маркетингу або маркетингової компанії	Інформація про запити споживачів, їх вподобання, поведінку
Організаційна документація	Наказ про організацію бухгалтерського обліку та облікову політику	Включає сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності
	Посадові інструкції	Регулюють організаційно-правовий статус працівників і визначають їхні конкретні завдання та обов'язки, права, повноваження, відповідальність, знання та кваліфікацію, потрібні для забезпечення ефективної роботи працівників
Планові дані	Бізнес-план / Фінансовий план	Планові дані стосовно наявності ресурсів підприємства та результатів його діяльності
	План значень показників	Дані стосовно планових значень показників діяльності та фінансового стану підприємства

Таким чином, у табл. 5 представлено систематизацію інших джерел інформаційного забезпечення, серед яких статистична та управлінська звітність, первинні, маркетингові дані та інша інформація, яка необхідна для проведення аналізу фінансового стану підприємства в сучасних умовах господарювання.

Науковець Тлущкевич Н. В. зазначає, що «аналітична інформація повинна відповідати вимогам системних аналітичних досліджень, визначатися цілями і завданнями, спрямованими на підвищення ефективності

виробництва. Саме на основі аналітичної інформації створюють блок даних, екран видимості, де відображають дійсний стан підприємства, з його позитивними і негативними реаліями» [14]. Тобто для визначення необхідного, оптимального обсягу вхідного потоку інформації для проведення аналізу фінансового стану підприємства необхідно враховувати елементи організації аналітичного дослідження фінансового стану підприємства згідно поставленої мети і завдань. Тому виходить наступне, що на основі дійсного уявлення про поточний фінансовий стан компанії, керівництво може прийняти оптимальне управлінське рішення. При цьому аналіз фінансового стану допомагає визначити, чи є прийняті в минулому управлінські рішення ефективними у веденні фінансово-господарської діяльності підприємства, а поточні – достатньо обґрунтованими, логічним та аргументованим для сучасних потреб та адекватного функціонуванні на ринку в сучасному світі.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Таким чином із викладеного матеріалу, можна зробити наступні висновки:

- фінансовий стан підприємства – це важливою категорією, яка за допомогою системи критерій (показників), характеризує фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання за певний момент чи за проміжок часу;
- аналіз фінансового стану є однією з найважливіших частин аналітичної роботи підприємства, що дає змогу оцінити використання наявних ресурсів, виявити переваги та недоліки фінансово-господарської діяльності підприємства, його можливості та загрози, можливість банкрутства;
- аналіз фінансового стану є необхідним для планування, прогнозування та прийняття управлінських рішень стосовно його розвитку на перспективу;
- інформаційне забезпечення аналізу фінансового стану підприємства здійснюється з метою підвищення формування, структуризації та впорядкування вхідного потоку інформації, що дозволить полегшити роботу аналітика;
- проведено групування складу та розкриття змісту блоку вхідної інформації для здійснення аналітичного дослідження фінансового стану полегшує проведення аналізу та розробку обґрунтованих управлінських рішень підприємства.

Здійснивши наукове дослідження інформаційного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства слід запропонувати підприємства звернути увагу на правильну побудову організаційної роботи аналітичного відділу підприємства, що у свою чергу дасть видимий результат для підприємства. Окреме місце необхідно виділити аналізу фінансового стану підприємства, що дозволить не тільки визначити можливості та загрози діяльності підприємства, але і прийняти певні управлінські рішення на майбутнє.

Список використаних джерел (References):

1. Бадунь Д. Г. Фінансовий стан підприємства: сутність, значення та необхідність здійснення. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2015. Вип.23. С.22-29.
2. Бухгалтерський словник: словник / Ред. Ф.Ф. Бутинець. Житомир : Рута, 2001. 224 с.
3. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз : навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2013. 85 с. URL: <http://hrabovecky.vk.vntu.edu.ua/file/dcca722eb5be70aed019619b8182306c.pdf>
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підручник. К.: Центр учбової літератури, 2009. 728 с. URL: http://shron.chtyvo.org.ua/Ivanilov_Oleksandr/Ekonomika_pidpryemstva.pdf
5. Івченко Л. В., Федорченко О. Є. Аналіз фінансового стану підприємств: інформаційне та методичне забезпечення. Фінанси, облік і аудит. 2015. Вип. 1. С. 197-210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Foa_2015_1_17
6. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь. Словарь современной экономической науки 5-е изд., перераб. и доп. М.: Дело, 2003. 520 с. URL: <http://slovar-lopatnikov.ru/>
7. Лучко М. Р., Жукевич С. М., Фаріон А. І. Фінансовий аналіз. Навчальний посібник. Тернопіль: ТНЕУ, 2016. 304 с. URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/19240/1/Fin%20analiz%20Verstka.pdf>
8. Непочатенко О. О., Мельничук Н. Ю. Фінанси підприємств: підручник. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 504 с. URL: http://culonline.com.ua/Books/Finansy_pidpr_Nepochatenko.pdf
9. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. Пособие. 7-е изд., испр. Мн.: Новое знание, 2002. 704 с. (Экономическое образование). URL: http://www.pseudology.org/business/Savitskaya_Analiz_Khoz_Deyat_Predpriyatiya2.pdf
10. Семенов Г., Єропутова О. Оцінка та аналіз фінансового стану акціонерного товариства. Вісник економічної науки України. 2013. № 2. С. 144-153. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Venu_2013_2_37.pdf.
11. Семенов Г., Єропутова О. Оцінка та аналіз фінансового стану акціонерного товариства. Вісник економічної науки України. 2013. № 2. С. 144-153. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Venu_2013_2_37.pdf.
12. Скорба О.А. Аудит стійкості підприємства – крок до подолання економічної кризи. Економіка: проблеми теорії і практики: Збірник наукових праць. Випуск 257: В 7 т. Т. II. Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. 296 с.
13. Титаренко О. С. Сутнісна характеристика фінансового стану підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. 2012. № 3. С. 177-181. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2012_3_37
14. Тлучкевич Н.В. Організація аналітичної роботи на підприємстві:

управлінський аспект. «Економічні науки». Серія «Облік і фінанси». Вип. 8 (29). Ч. 1. 2011. с. 464-474

15. Финансово-кредитный энциклопедический словарь. М.: Финансы и статистика. Под общ. ред. А.Г. Грязновой. 2002.

16. Чернова В. Э. Шмулевич Т. В. Анализ финансового состояния предприятия: учеб. Пособие. 2е изд. СПбГТУРП. СПб. 2011. 95 с.

17. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз: навч. посібник / М. А. Болюх [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. 2.вид., перероб. і доп. К.: КНЕУ, 2003. 555 с.

18. Bloomberg Financial Dictionary URL: <https://isotranslations.com/resources/Bloomberg%20Financial%20Glossary.pdf>

19. Business dictionary URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/financial-position.html>

20. Dictionary of Finance and Investment Terms John Downes, Jordan Elliot Goodman Barron's Educational Series, 2010. 865 p.

21. Farlex Financial Dictionary. 2009. Farlex. URL <http://financial-dictionary.thefreedictionary.com/financial+position>

22. Kokemuller N. What Reflects the Financial Position of a Company at Any Given Time? URL: <http://smallbusiness.chron.com/reflects-financial-position-company-given-time-66154.html>

23. The New York Times Dictionary of Money and Investing: The Essential A-to-Z Guide to the Language. G. Morgenson, C. R. Harvey. 2002. URL: <http://people.duke.edu/~charvey/Courses/wpg/bfglosf.htm>

24. Wall Street Words: An A to Z Guide to Investment Terms for Today's Investor David Logan Scott Houghton Mifflin Harcourt, 2003. 424 p. URL: https://books.google.com.ua/books?redir_esc=y&hl=ru&id=7hsXI8_zwoEC&q=financial+position#v=snippet&q=financial%20position&f=false p.147

УДК 620.2:339.172(477)

Стасіневич Світлана Анатоліївна

кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Київського кооперативного інституту бізнесу і права



Колєсник Ганна Валеріївна

магістр Київського кооперативного інституту бізнесу і права



БІРЖОВІ ТОВАРИ: ПРОБЛЕМИ БІРЖОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Стасіневич С.А., Колєсник Г.В.

STOCK COMMODITIES: PROBLEMS OF THE EXCHANGE RINK OF UKRAINE

Stasinevych S. A., Kolyesnik G.V.

БИРЖЕВЫЕ ТОВАРЫ: ПРОБЛЕМЫ БИРЖЕВОГО РЫНКА УКРАИНЫ

Стасіневич С.А., Колєсник Г.В.

Викладено основні вимоги до біржових товарів, наведена характеристика їх особливостей, класичний товарний асортимент та перелік рейтингових об'єктів строкового ринку провідних бірж світу, описана специфіка кількісної, якісної та цінової стандартизації, представлені результати аналізу товарної структури біржового товарного ринку України – еволюція та сучасний стан, недоліки видового складу товарів, яким торгують на вітчизняних біржах, та пропозиції

удосконалення біржової торгівлі на українському ринку в частині товарної складової.

Ключові слова: біржа, товар, стандартизація, ринок, асортимент, лот, структура, еволюція, ф'ючерс.

The main requirements for stock commodities are described, the characteristics of their features, the classical product range and the list of rating objects of the main market of leading exchanges of the world are described, the specifics of quantitative, qualitative and price standardization are described, the results of the analysis of the commodity structure of the stock commodity market of Ukraine are presented – evolution and the present state, disadvantages in the specific composition of goods traded on domestic exchanges and proposals for improving stock trading in the Ukrainian market in terms of the commodity component.

Keywords: stock exchange, commodity, standardization, market, assortment, lot, structure, evolution, futures.

Изложены основные требования к биржевым товарам, приведена характеристика их особенностей, классический товарный ассортимент и перечень рейтинговых объектов срочного рынка ведущих бирж мира, описана специфика количественной, качественной и ценовой стандартизации, представлены результаты анализа товарной структуры биржевого товарного рынка Украины – эволюция и современное состояние, недостатки видового состава товаров, которым торгуют на отечественных биржах, и предложения совершенствования биржевой торговли на украинском рынке в части товарной составляющей.

Ключевые слова: биржа, товар, стандартизация, ассортимент, лот, структура, эволюция, фьючерс.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Не зважаючи на всі позитивні сторони та беззаперечні аргументи привабливості біржової діяльності з точки зору економічних, організаційних та соціальних переваг, що впливають із міжнародної практики організації торгівлі, рівень її розвитку в Україні дуже низький. Спостерігається значна викривленість і щодо того, чим торгують українські біржі, тобто асортименту біржових товарів.

Тому актуальним для біржового товарного ринку України є розв'язання як загальних проблем біржової діяльності, так і питання в частині такої її компоненти, як біржові товари.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Стан біржової торгівлі на теренах України вивчали і продовжують досліджувати ряд науковців, практиків, серед них М. Беднарчук, [1] М. Бондарчук [2], Б Дмитрук, Р. Дудяк, І. Охріменко [4], О. Сидоренко, М. Солодкий [3], О. Сохацька, В. Яворська [3] та ін.

Виділення не вирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Міжнародний досвід господарювання в ринкових умовах свідчить, що серед організаційних форм товарного ринку одно з основних місць посідає біржова торгівля. Проте в сучасних умовах в Україні залишається гострою проблема функціонування біржової торгівлі різними товарами та в першу чергу агропродовольчою продукцією й розробка шляхів її удосконалення.

Зазначене обумовило мету статті (**Main purpose of the article**): дослідити специфіку біржових товарів та особливості торгівлі ними на сучасному біржовому ринку світу та України.

З найважливішими завданнями є дослідження процесів формування, еволюції та осучаснення системи товарів, що торгуються на світовому біржовому ринку, порівняння асортименту вітчизняних бірж та розробка рекомендацій для вирішення проблем товарної складової біржової діяльності на теренах України.

У світовій практиці, товарні біржі пройшли шлях від торгівлі так званими біржовими і позабіржовими товарами, асортимент яких був, як правило, не систематизований і не упорядкований, до торгівлі виключно біржовими товарами, що зумовило, зокрема, і розвиток ф'ючерсного ринку. При цьому позабіржові товари поступово вилучалися з біржової торгівлі й реалізовувалися за допомогою інших форм торгівлі та торгівельних організацій (аукціонами, ярмарками, торговими домами, тендерами тощо). На вітчизняному товарному ринку в обігу перебувають близько 20 млн найменувань товарних позицій. Проте зовсім невелика частина їх має бути об'єктами біржової торгівлі на товарних біржах.

Специфіка біржового ринку, як найбільш організованого, цивілізованого з позицій розвитку ринкових відносин обумовлює особливості і об'єктів торгівлі. Біржовий товар має відповідати таким вимогам [3]:

- масовий характер виробництва і споживання, велика кількість виробників і широке коло споживачів – це дозволяє об'єктивно визначати попит та пропозицію товару;

- стандартність, тобто відповідність встановленим вимогам щодо якості та інших характеристик товару – умовам зберігання, транспортування і виміру обсягу. Це означає, що товар повинен легко стандартизуватися для того, щоб його можна продавати без перегляду, максимум за зразками чи технічними описами. У практиці біржова стандартизація – це основна ознака біржового товару;

- взаємозамінність у межах певних груп і видів товарів;
- транспортабельність;
- відносно довготривале зберігання;
- незалежність якісних характеристик товару від конкретного споживача;

- вільне ціноутворення (змінність цін під впливом лише природних, наприклад, сезонних, чинників та об'єктивних закономірностей, в першу чергу основного ринкового закону – закону «попиту-пропозиції»).

Кожна біржа має право самостійно встановлювати склад товару, що є об'єктом біржового торгу. Цей процес відбувається шляхом видового укрупнення – об'єднання (групування) в певну позицію біржового товару декількох різних згідно офіційної позабіржової стандартизації, але близьких за якісними параметрами, а головне здатністю задовольняти однакові потреби споживача (покупця) товарів. В результаті кваліфікаційна одиниця товару, як біржового може включати кілька підвидів (гатунків, класів тощо) і навіть видів подібної продукції [4].

Біржовим товаром може бути і сам стандартизований біржовий контракт на певний товар, допущений до торгів біржею згідно із її правилами біржової торгівлі. Стандартні біржові контракти містять встановлену біржею кількість товару певного гатунку, типу, марки і регламентують терміни його поставки. Стандартизація основних умов контрактів сприяє спрощенню обігу біржових товарів та укладанню угод із ними.

Слід зазначити, що стандартизація є основною умовою автентичності біржового товару. Стандартизація біржового товару має свою глибинну природу, яка через суто технічні заходи досягає важливих економічних результатів, а саме: демонополізації умов виявлення попиту і пропозиції товару. Через стандартизацію товарна біржа усереднює якісні характеристики товару, ліквідуючи при його виході на ринок одиничної ознаки. Так досягається ефект знеособлення товару, тобто відбувається процес фунгібілізації біржового обороту. Унікальна продукція, товар, що має монопольне становища на ринку не кваліфікується як біржовий. Це одна з особливих властивостей біржового товару і та, що робить біржу власне біржею і відрізняє її від аукціону, ярмарку, які історично передували створенню бірж [3].

Оскільки кількісні та якісні характеристики біржового товару стандартизовані, немає потреби в його пред'явленні. Тим важливішим є встановлення вимог до якості біржового товару й контроль за дотриманням їх. Біржова торгівля висуває жорсткі вимоги до інформації про якість товару. Такими вимогами є повнота інформації, її достовірність, єдність усіх учасників біржової торгівлі в оцінюванні якості товару. Інформацію про якість продукції надає сертифікація продукції і систем якості на підприємствах-виробниках. Найповніше відповідає вимогам покупців продукція, виготовлена на підприємствах, де діє ефективна система забезпечення якості не тільки готової продукції, а й її виробництва, тобто якості технологічного процесу та управління ним. Для регулювання процесу перевірки систем якості Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) затвердила серію стандартів ISO 9000 – ISO 9004 [11].

Кожний вид товару на біржах кількісно стандартизується – встановлюються обсяги розміру партій товару (лотів). На об'єднаній

Чиказькій біржі одиниця обсягу по зерну становить 5 тис. бушелів (близько 100 тонн), на європейських біржах зерновий лот – це 60 тонн. В Україні один лот пшениці має обсяг вагонної партії 60 т, для олії соняшникової він становить 8–12 т при перевезенні автоцистерною, а 60 т – залізничною цистерною. Обсяг мінімальної партії нафти як біржового товару в США дорівнює 1 тис. барелей (близько 135 т). На Лондонській біржі металів біржова одиниця міді, цинку, свинцю становить 25 тонн, олова – 5 тонн, в одному контракті на купівлю-продаж натурального каучуку міститься 5 т стандартного товару [11].

В середині осені 2017 р. Аграрний фонд (державне аграрне підприємство, що належать до сфери управління Міністерства аграрної політики та продовольства України) розпочав форвардну програму закупівлі зерна врожаю 2018 року. При цьому є певні вимоги до обсягу мінімальної партії: для пшениці – 100 тонн, кукурудзи – 100 тонн, ячменю – 50 тонн, жита – 30 тонн, гречки – 10 тонн, вівса – 10 тонн, жовтого гороху – 30 тонн [5].

Кількість видів біржових товарів еволюціонізувала разом із становленням біржової торгівлі. На початку XX ст. біржових товарів нараховувалось близько 200, на початку XXI ст. їх кількість скоротилась більше, ніж в 2 рази. В Україні в 1991 р. на біржах торгували майже 3 тис. видами товарів, а вже після 2000 р. кількість біржових товарів скоротилась до 100 видів. Разом з тим асортимент біржових товарів модифікувався. Наприклад, за рубежом біржовим товаром наразі є навіть прогноз погоди [3].

Така практика спрощує торгівлю і розрахунки та означає, що ні продавець, ні покупець не встановлюють довільно обсяг товарної закупки, а співвідносять його з біржовою одиницею, яку також не можуть змінити на власний розсуд. З другого боку, це свідчить про те, що і виробник, і споживач заздалегідь планують поставити або замовити чітко визначені обсяги продукції.

Щодо характеристики речових активів біржового ринку, то слід зазначити, що біржовий товар, як правило, є сировиною або напівфабрикатом. Машинно-технічна продукція, готові до споживання продукти промислового виробництва й товари широкого вжитку на світовому біржовому ринку не є об'єктами біржової торгівлі внаслідок їх різноманітності або індивідуальності, швидкої зміни технічних характеристик і високого рівня монополізації виробництва й збуту.

Дослідження практики світової біржової торгівлі дозволяє виділити наступні групи біржових товарів та їх основний склад: сільськогосподарська продукція (зерно пшениці, кукурудзи, рису, ячменю, жита, насіння соняшнику, льону, бавовнику, соєві боби, шроту, як продукти переробки останніх, какао боби, тютюн, живі тварини (велика рогата худоба, свині), шкури тварин; продукція текстильного призначення (бавовна, джут, натуральний та штучний шовк, пряжа, мита вовна, волокна льону); натуральний каучук; продовольчі товари (цукор, рослинні олії, масло

вершкове, заморожена птиця (курчата, індики та ін.), м'ясо, яловичина та свинина (тушки, напівтушки), кава, чай, борошно, оріхи (арахіс), вино, концентрати томатів, концентрат апельсинового соку; лісоматеріали (пиляний ліс, ліс тесаний, круглі лісоматеріали, пиломатеріали, плити на основі целюлозних волокон; кольорові та коштовні метали (алюміній, мідь, олово, свинець, цинк, нікель, золото, срібло, платина, паладій, брутталів); енергоносії (сира нафта, дизельне паливо, бензин, газ звичайний, газ скраплений, мазут, електроенергія).

Стаття 15 Закону України «Про товарну біржу» [7] стверджує, що не можуть бути предметом біржової торгівлі речі, визначені індивідуальними ознаками, якщо вони не продаються як партія, а також будь-які вживані товари, включаючи транспортні засоби, та капітальні активи, таким чином відповідаючи загальносвітовим положенням. Разом з тим згідно закону таке обмеження не поширюється на майно, яке відчужується з податкової застави, а також майно, конфісковане відповідно до закону, що йде в розріз із класичними засадами формування переліку біржових товарів.

Відродження біржової торгівлі в незалежній Україні почалося в 90-х роках минулого століття. В біржах багато підприємств і економістів почали вбачати заміну планово-розподільчої системи. В наслідок цього в країні розпочався “біржовий бум”: вже у 1991 році було зареєстровано понад 50 бірж. Проте багато бірж не відповідали світовим стандартам і були звичайними ринковими посередниками. Більшість бірж здійснювали торгівлю не тільки класичними біржовими товарами, а і широким асортиментом товарів, що включав товари народного споживання – питома вага яких на українському біржовому ринку в 1991 р. нараховувала більше 40% [6].

Порівняння товарної структури українського біржового ринку в динаміці засвідчило значні зміни (табл 1.) [6].

Спочатку товарні біржі в Україні створювались для й існували практично за рахунок торгівлі нерухомістю: в 1995 р. вартість операцій з нерухомістю на біржах складала майже половину вартості всіх біржових угод.

Якщо 10 років тому лісоматеріали практично були відсутні в якості біржових товарів на біржах України і в 2010 р. (4 років тому) також частка їх становила лише 0,7 %, то в 2014 р. лісоматеріали, деревина та вироби з деревини становлять 8,2 % загальної вартості товарів, проданих на українських біржах: продаж лісоматеріалів зросла в 32 рази при збільшенні вартості всіх угод щодо товарів на біржах країни в 1,5 рази.

Аналіз сучасної товарної структури біржового товарного ринку засвідчив, що на біржах України торгують переважно аграрною продукцією: в 2010 р. питома вага сільськогосподарської продукції дорівнювала більше 85 %, в 2014 р. – 54 % (рис 1.) [6].

Таблиця 1

Структура товарного біржового ринку України, % загальної вартості угод [6]

Складова	1995 р.	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2014 ⁵ р.
1	2	3	4	5	6
Всього	100	100	100	100	100
Метали основні (залізо, чавун, сталь і феросплави) та продукція первинного оброблення сталі ¹	0,09	0,23	0,68	0,03	0,01
Кольорові метали	0,02	0,01	0	0,01	0
Засоби автотранспортні ²	7,47	8,95	1,88	0,36	0,3
Лісоматеріали, деревина та вироби з деревини ³	0,06	0,03	0,21	0,67	8,16
Паливо	0,53	13,44	14,79	5,11	4,0
у тому числі:					
вугілля	0,32	0,7	0	2,68	2,44
бензин моторний	0,09	0,02	2,32	0,07	0
нафта сира	0	0,12	7,81	0,0	0
пропан і бутан скраплені	0	4,38	1,82	2,35	1,55
Сільськогосподарська продукція	41,43	45,78	62,08	85,12	53,96
Продовольчі товари	0,96	2,90	2,44	4,42	6,65
Речовини хімічні та продукти хімічні ⁴	0	5,78	0,01	0,21	0
Нерухомість	48,17	17,62	4,08	0,49	9,02
Інші	1,27	5,26	13,83	3,58	17,9

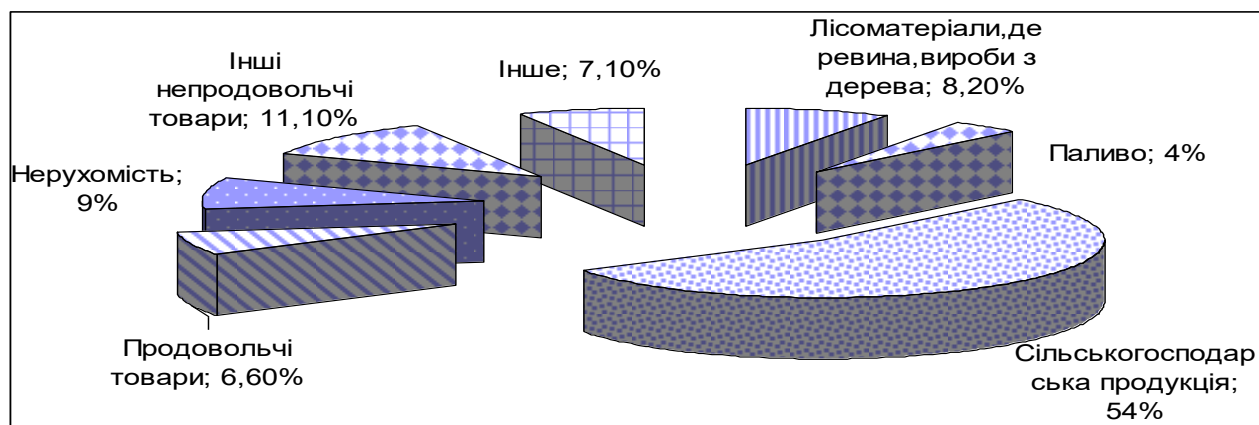
¹ У 1995-2012р.р. - Метал і металопродукція² У 1995-2012р.р. - Транспортні засоби³ У 1995-2012р.р. - Ліс і лісоматеріали⁴ У 1995-2012р.р. - Хімічна продукція⁵ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції

Рис. 1. Структура укладених угод за товарними групами на біржах України в 2014 р. [6]

Як негативне явище слід відмітити, що український товарний ринок «повернувся» до продажу нерухомості, яка априорі не має бути біржовим

товаром: питома вага нерухомості в 2014 р. дорівнювала 9% при тому, що ще 4 роки тому частка цього товару становила лише 0,5%.

Спеціальними товарними групами, що реалізуються через біржі, є майно підприємств, що знаходилось у податковій заставі; майно підприємств-банкрутів; державне та комунальне майно, що перебуває в державній власності; майно, заставлене в банках та інших фінансових установах; конфісковане та безхазяйне майно, що перейшло в державну власність.

Проте не зважаючи на те, що одним із традиційних в світі біржових товарів є цукор, даний товар в Україні майже не реалізується через біржі, хоча наразі країна є одним із провідних світових виробників та експортерів бурякового цукру. На світових біржах цей товар торгується за контрактами, які на біржовому ринку агропродовольчої продукції позиціонуються як одні з найбільш ліквідних – в останні роки в рейтингу ф'ючерсів займають провідні місця. На світових біржових майданчиках торгуються 4 основних види ф'ючерсних контрактів на цукор: два – "Sugar № 11 Futures, "Sugar № 16 Futures" – на Міжконтинентальній Товарній Біржі в США (Intercontinental Commodity Exchange - ICE); один – "White Sugar Futures (№ 407)" – на Лондонській Міжконтинентальній Біржі ф'ючерсів і опціонів (London intercontinental financial futures and options exchange - Liffe); четвертий – "Sugar White" – на Женжоуской Товарній Біржі в Китаї (Zhengzhou Commodity Exchange - ZCE).

Ф'ючерсний контракт на цукор "White Sugar Futures (№ 407)" (найпопулярніший) призначений для задоволення страхових потреб виробників, покупців і цукрових трейдерів щодо купівлі-продажу білого цукру бурякового або тростинного рафінованого цукру поточного врожаю обсягом поставки 50 тонн. Ф'ючерсний контракт "Sugar White" теж стосується білого цукру, але з обсягом поставки 10т. Терміновий контракт "Sugar № 16" (позначення контракту SF) презентує ціну на нерафінований тростинний цукор при поставці в США. Крім якості та кількості у біржових контрактах уніфіковані й багато інших умов [8,10].

Дуже важливі для повноцінного функціонування економіки нашої країни такі товари, як зерно, метали, нафтопродукти, газ, електроенергія, м'ясо, рослинні олії переважно реалізуються на позабіржовому ринку, і, як правило, за тіньовими схемами, минаючи прозорий біржовий ринок.

Умовно можна виділити цінову «стандартизацію» біржових товарів. З метою уніфікації процесу ціноутворення, ототожнення складових ціни товару та забезпечення однозначності її визначення в світовій практиці використовується видані Міжнародною торговою палатою Правила тлумачення торгових термінів, що містить опис базисних умов поставки, відомий під назвою Incoterms (International Commercial Terms) (Інкотермс) [9]. Використання правил Інкотермс є обов'язковою умовою для ціноутворення при укладанні біржових угод. Вказані правила мають суттєве значення як засіб однозначності понятійного апарату при встановленні умов

та розмірного визначення цін поставок товарів. Для біржової торгівлі як цивілізованого організованого ринку застосування Інкотермс практично виключно обов'язкове.

Дослідження тенденцій зростання кількості бірж на товарному ринку України свідчить про їх невинне збільшення протягом всього періоду становлення біржової діяльності. Нині кількість товарних бірж набагато перевищує світові показники їх кількості. Така негативна тенденція не виправдовується практичною ефективністю їх роботи. За даними Державної служби статистики України на початок 2015 р. кількість товарних бірж в Україні налічувала 555 одиниць, в тому числі 24 агропромислових, але у 2014р. діяльність здійснювало лише 146 бірж, тобто функціонувала $\frac{1}{4}$ цих установ [6].

Загалом біржовий ринок у нашій країні не зайняв відповідного місця як того вимагає досвід розвитку ринкової економіки. Він створений і діє без наявності чіткої правової бази, слабого розуміння та невизначеного ставлення потенційних учасників до біржової діяльності, а також відсутності державного органу, який би здійснював координацію, контроль та організаційно забезпечував роботу товарних бірж.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Біржовий товар є масовим, однорідним, кількісно та якісно стандартизованим, взаємозамінним, знеособленим і, з огляду на високий рівень попиту і пропозиції, ним торгують у великих обсягах, що дає змогу встановити реальну ринкову (рівноважну) ціну.

Недоліком вітчизняного законодавства щодо біржової торгівлі, на нашу думку, є відсутність чітко встановленого переліку та вимог до біржових товарів, які існують у світовій практиці.

Наслідком цього є така ситуація, що на більшості бірж торгують такими видами біржових товарів, які не зустрічаються на жодній світовій біржі. У товарному асортименті більшості українських бірж є не поширені у світі біржові товари, а саме: автотранспорт, сільськогосподарська та інша техніка, обчислювальна техніка, нерухомість, будівельні матеріали, устаткування, споживчі товари та інша продукція, реалізація якої через біржу не заборонена нормативними документами.

З урахуванням проведених досліджень та враховуючи світовий досвід на сучасному етапі розбудови вітчизняної ринкової економіки, видається доцільним мати в країні не більше 5-7 спеціалізованих товарних бірж, які б торгували сільськогосподарською продукцією, продовольчими товарами, енергоресурсами, лісоматеріалами, металами, на які багата наша країна.

Розширення сфери біржової діяльності, застосування розвинених її видів та форм слід розглядати як один з пріоритетних напрямів розвитку аграрного ринку країни, зокрема ринку цукру, який є одним із основних традиційних масового вітчизняного виробництва товарів.

Список використаних джерел (References):

1. Беднарчук М.С. Біржові товари: підручник / Беднарчук М. С., Полікарпов І. С. – Львів : „Магнолія-2006”. – 2007, – С. 10–125.
2. Бондарчук М. М. Біржові товари: навч. посіб./ М.М. Бондарчук. – Л.: В-во Львівська комерційна академія, 2004. –279 с.
3. Біржовий ринок: проблеми функціонування та тенденції інноваційного розвитку // М.О. Солодкий, С.А. Стасіневич, В.О. Яворська, Т.Ю.Андросович – К.: ЦП "КОМПРИНТ", 2013. – 215 с.
4. Охріменко І.В., Стасіневич С.А. Біржова діяльність. Навчальний посібник. – К.: ТОВ «ЦП «КОМПРИНТ», 2017. – 244 с.
5. Офіційний сайт Публічного акціонерного товариства «Аграрний фонд» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agrofond.gov.ua>
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Про товарну біржу: Закон України №1956-ХІІ від 10 грудня 1991 р. / [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.rada.gov.ua.
8. Стасіневич С.А. Особливості біржової торгівлі цукром // Збірник наукових праць учених та аспірантів. Вип.20/3. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”. – 2013. – С.275-278.
9. Стасіневич С.А. Особливості цінової “стандартизації” в умовах глобалізації торговельної діяльності / С.А.Стасіневич // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 2. – С.79–81.
- 10.Стасіневич С.А. Цукор як біржовий товар: світовий досвід та стан в Україні / С.А.Стасіневич // Цукор України. – 2013. – № 2 (86). – С. 14-17.
- 11.Товарознавство біржових товарів – ринок аргопродовольчої продукції: посібник / М.О. Солодкий, С.А. Стасіневич. – К.: Видавничий центр НУБіП України, 2012. – 110 с.

УДК 336.66

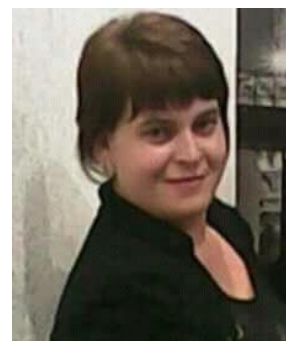
Вакулич Марія Михайлівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародних фінансів, обліку та оподаткування Університету імені Альфреда Нобеля



Рак Лілія Анатоліївна

магістр Університету імені Альфреда Нобеля



ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ, АУДИТУ НАЯВНОСТІ ТА РУХУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В УМОВАХ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

Вакулич М.М., Рак Л.А

ORGANIZATION OF ACCOUNT, ANALYSIS AND AUDIT (CONTROL) OF PRESENCE, MOTION OF THE FIXED ASSETS, IS IN THE CONDITIONS OF AUTOMATION OF ACCOUNT ON A RAILWAY TRANSPORT

Vakulich M., Rak L.

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА, АНАЛИЗА, АУДИТА НАЛИЧИЯ И ДВИЖЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В УСЛОВИЯХ АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТА НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

Вакулич М.М., Рак Л.А.

У статті розглянуто методика, організація, аналіз та аудит наявності, руху основних засобів на залізничному транспорті України з метою подальшого визначення шляхів вдосконалення обліку.

***Ключові слова:** основні засоби, амортизаційні відрахування, ефективність використання основних засобів, первісна вартість, справедлива вартість, переоцінка.*

In the article it is considered methodology, organization, analysis and audit of presence, рухуосновних facilities on the railway transport of Ukraine with the aim of further determination of ways of perfection of account.

Keywords: *the fixed assets, depreciation decrees, efficiency of the use of the fixed assets, primitive cost, fair value, overvalue.*

В статье рассмотрены методика, организация, анализ и аудит наличия, движения основных средств на железнодорожном транспорте Украины с целью дальнейшего определения путей совершенствования учета.

Ключевые слова: *основные средства, амортизационные отчисления, эффективность использования основных средств, первоначальная стоимость, справедливая стоимость, переоценка.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Виробнича діяльність підприємств залізничного транспорту України забезпечується не лише за рахунок матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, але й за рахунок основних засобів. Сучасний стан залізничного комплексу України характеризується помітним спрацюванням основних фондів, що істотно зменшує техніко-технологічні, економіко-організаційні та інші можливості залізниць. Тому оновлення цих фондів, їх технічне переоснащення та підтримання в робочому стані сьогодні є одним із найважливіших завдань вітчизняного залізничного транспорту відповідно до сучасних вимог.

Перехід до нової інноваційної моделі розвитку економіки України обумовлює формування нових підходів до управління процесами оновлення техніко-технологічної бази галузей національної економіки. Зокрема, перспективи розвитку залізничного транспорту, який складає основу транспортної системи України і призначений забезпечувати ефективне функціонування економіки, вирішувати стратегічні завдання як економічного, так і оборонного характеру, багато в чому залежать від техніко-технологічного потенціалу виробництв, які створюють його матеріально-технічну базу. Ефективність управління діяльністю Укрзалізниці залежить від правильної організації, обґрунтованості й достовірності інформації, яка міститься в бухгалтерському обліку та звітності. Тому для підприємств залізничного транспорту питання гармонізації обліку є досить актуальним, враховуючи специфіку їх діяльності та ринкові трансформації в галузі.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Дослідженням обліку та аудиту основних засобів присвячено праці В.Г. Андрійчука [6], М.І. Бондаря [7, с. 24], Ф.Ф. Бутинця [8, с. 125], Л.В. Гуцаленко [9, с. 178], О.А. Петрик [10], Є.С. Пиріжка [11, с. 397], Л.С. Стригуля [12, с. 49], Гуцаленко Л.В. [13] та інших.

Мета статті (Main purpose of the article). Узагальнення поняття «основні засоби» та дослідження організації обліку й аудиту основних засобів на підприємствах залізничного транспорту. Для досягнення

поставленої мети необхідно розв'язати задачу, яка полягає в дослідженні особливостей обліку основних засобів внаслідок змін у правовому регулюванні податкового обліку, переходу на міжнародні стандарти бухгалтерського обліку та реструктуризації Укрзалізниці.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Для будь-якого підприємства основні засоби є ключовим фактором виробництва продукції (послуг). Ефективність результатів господарської діяльності залежить від раціональності обраної системи обліку. Особливо актуально це для залізничного транспорту, який у своїй господарській діяльності використовує широку номенклатуру основних засобів. На підприємствах Укрзалізниці до об'єктів основних засобів належать: машини та обладнання, локомотиви, вагони, залізничні колії, тунелі, споруди, мости, лінії СЦБ та зв'язку, інструменти та пристрої та ін.

Регулювання та облік господарської діяльності підприємства забезпечується пакетом нормативно-правових актів, що є базисом в організації бухгалтерського і податкового обліку.

Облік основних засобів в Україні регламентується законодавчими й нормативними документами. У бухгалтерському обліку основні засоби регулюються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби», для підприємств залізничного транспорту – «Методичними рекомендаціями по застосуванню на залізничному транспорті П(С)БО 7», Податковим Кодексом України [14, 4, 2].

Перш за все доцільно розглянути підходи до тлумачення поняття «основні засоби», що визначенні у нормативно-правових актах (Рис.1).

Основні засоби, будучи матеріально-технічною базою виробництва, є фундаментом його удосконалення і розвитку. Цей процес відбувається як шляхом збільшення кількості об'єктів основних засобів (екстенсивний шлях), так і за рахунок підвищення ефективності їх використання (інтенсивний шлях). При цьому економічно виправданим є збільшення часу роботи устаткування, його повне завантаження, кваліфікований догляд і ремонт тощо.

Обслуговуючи виробництво і невиробничу сферу протягом тривалого часу, основні засоби поступово зношуються, переносять свою вартість на виготовлену продукцію частинами в міру зношування і зберігають свою натуральну форму до кінця строку служби. Від рівня забезпеченості підприємства основними засобами залежить випуск готової продукції та створення належних умов для праці і соціального розвитку колективу. Сукупна вартість основних засобів визначає виробничу потужність підприємства, рівень фондівдачі, фондомісткості, фондоозброєності й ряд інших техніко-економічних показників діяльності підприємства.

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби»	Основні засоби – це матеріальні об’єкти, які: - утримуються для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг, для надання в оренду іншим або для адміністративних цілей; - використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного періоду
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 України «основні засоби»	Основні засоби - матеріальні активи, які підприємство/установа утримує з метою використання їх у процесі виробництва/діяльності або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік).
Податковий Кодекс України (стаття 14)	основні засоби - матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 6000 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що призначаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 6000 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік)

Рис.1 Тлумачення поняття «основні засоби», що визначенні у нормативно-правових актах.

Сучасна ринкова економіка спонукає підприємства до впровадження новітньої техніки та технологій, розширює діапазон можливостей щодо використання нових фінансових інструментів та механізмів. До питань, які вимагають подальшого дослідження. Можна віднести: питання визначення первісної вартості об’єктів основних засобів, отриманих із різних джерел; питання визначення ліквідаційної та переоціненої вартості.

Основні засоби займають значну питому вагу в загальній сумі активів підприємств, і є одним із найважливіших об’єктів фінансового обліку, що вимагає контролю за їх рухом, організації синтетичного й аналітичного обліку, визначення зносу (амортизації), проведення ремонту, модернізації, оновлення застарілих і технічно недосконалих об’єктів.

Основні засоби в своїй сукупності створюють виробничо-технічну базу і визначають виробничу потужність залізниць. Залізничний транспорт є фондоозброєною галуззю народного господарства. В загальній сукупності засобів, які знаходяться на балансі залізниць, основні засоби займають 65-70 %, а доля амортизаційних відрахувань від їх вартості складає близько 10-12 % експлуатаційних витрат і 3-4 % витрат підсобно-допоміжної діяльності. Отже, покращання їх використання є запорукою росту ефективності роботи залізничного транспорту, забезпечуючи підвищення провізної та пропускну

можливостей залізниць, зростання прибутку та продуктивності праці.

Облік основних фондів будується, виходячи із класифікації за ознаками, які забезпечують виконання ними функцій контролю та управління виробництвом. Класифікація виступає як організуючий момент, який забезпечує групування засобів у плануванні, обліку та звітності. Всі наявні основні засоби, які враховуються на балансі підприємства, в залежності від того, в якій сфері вони використовуються, поділяються на виробничі та невиробничі. Основні засоби, які функціонують в сфері матеріального виробництва, називаються виробничими. Основні засоби галузей, які не відносяться до матеріального виробництва, називаються невиробничими.

Автори Б. О. Шумляев та ін. приводять шляхи формування основних засобів на залізничному транспорті. Вони вказують, що “надходження основних засобів на залізничному транспорті може відбуватися унаслідок введення в експлуатацію закінчених будівництвом будівель і споруд підрядним або господарським способами, придбання різних об’єктів основних засобів за платню; безкоштовного отримання основних засобів, виявлення надлишків при інвентаризації, отримання основних засобів як внесок в статутний капітал, в результаті закладки і вирощування багатолітніх насаджень і ін”.

Підприємства залізниць можуть поповнювати свої основні засоби шляхом їхнього внутрішнього переміщення, тобто в результаті надходження об’єктів основних засобів від підприємств своєї і інших залізниць.

У разі придбання, виготовлення, надходження основних засобів вони зараховуються на баланс підприємства по первісній вартості. Доцільно розглянути підходи до тлумачення поняття «первісна вартість», що визначенні у нормативно-правових актах. (Рис.2)

При самостійному виготовленні основних засобів первинна вартість об’єкта збільшується на суму всіх понесених витрат, пов’язаних з виготовленням основних засобів і введенням їх в експлуатацію” [4, с. 321].

Об’єктом амортизації основних засобів є вартість, яка амортизується (окрім вартості землі і незавершених капітальних інвестицій), та може виражатись як первісна або переоцінена вартість необоротних активів за вирахуванням їх ліквідаційної вартості відповідно до п. 22 П(С)БО 7 «Основні засоби». Слід визначити, що амортизації не підлягають об’єкти основних засобів, що перебувають на реконструкції, модернізації, консервації.

Організацію обліку основних засобів на залізничному транспорті України побудовано із урахуванням таких основних факторів:

- 1) довготривалого терміну використання об’єктів, протягом якого їх необхідно обліковувати;
- 2) технічно складної та багатокомпонентної будови, яку необхідно детально відображати в облікових регістрах;

Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби»	До первісної вартості основних засобів включають: ціну придбання з урахуванням отриманих знижок, митні збори, невідшкодовані податки, витрати для налагодження основних засобів. Для визначення складу об'єкта основних засобів слід застосовувати судження з урахуванням конкретних умов діяльності підприємства.
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 України «Основні засоби»	Первісна вартість - історична (фактична) собівартість необоротних активів у сумі грошових коштів або справедливої вартості інших активів, сплачених (переданих), витрачених для придбання (створення) необоротних активів. Переоцінена вартість - вартість необоротних активів після їх переоцінки.
Податковий Кодекс України	Основні засоби є невід'ємною частиною майна майже кожного суб'єкта господарювання. Вартість таких об'єктів зазвичай чимала, але включити її до складу витрат, які враховуються при обчисленні об'єкта оподаткування, платник податку може лише у частині нарахованої амортизації, тобто відбувається поступове перенесення вартості об'єкта основних засобів, що амортизується, на витрати підприємства. Залежно від групи, до якої віднесено той чи інший об'єкт основних засобів, встановлено мінімально допустимі строки їх амортизації (від 2 до 20 років).[16]

Рис.2 Підходи до тлумачення поняття «первісна вартість», що визначенні у нормативно-правових актах.

3) необхідність проведення ремонтів, реконструкції, модернізації основних засобів, що призводить до зміни їх первісних характеристик, які потрібно своєчасно відображати у регістрах обліку;

4) вартість об'єктів вимагає адекватної організації процесів їх приймання, списання, а також і обліку наявності, які б забезпечували їх цілісність і збереження у робочому стані. Збереження власності, унеможливлення крадіжок майна, руйнування об'єктів є однією із основних проблем, що постійно постають перед суб'єктами господарювання.

Метою аудиту основних засобів є об'єктивний збір та оцінка свідчень про економічні події з основними засобами та надання результатів перевірки зацікавленим користувачам. Основними методами, які використовуються при аудиті основних засобів, є опитування, фактична перевірка, порівняння, перерахунок, документальна перевірка, відбіркове дослідження. Оскільки перевірка аудитором обліку основних засобів є процесом трудомістким, потребує обробки великої кількості інформації, аудитор може застосувати вибіркове дослідження основних засобів при прийнятому рівні аудиторського ризику.

Одним із найважливіших аспектів аудиторської перевірки основних засобів є перевірка правильності їх оцінки. Проблема оцінки основних засобів – одна з основних у бухгалтерському обліку, а принцип єдності та реальності оцінки – визначаючий фактор в організації бухгалтерського обліку на підприємствах залізничного транспорту. При перевірці витрат на ремонти слід установити: наявність планів і кошторисів ремонту, актів на виконання робіт, актів приймання-передачі виконаних робіт, актів технічного огляду будинків і споруд, правильність і своєчасність складання відповідних документів; правильність формування витрат за статтями затрат; чи не завищувалися норми витрат матеріалів і розцінки з оплати праці на ремонтні роботи; правильність віднесення робіт до поточного або капітального ремонту. Також установлюється доцільність і законність операцій з ремонту. Одним із важливих етапів аудиторської перевірки є аудит переоцінки основних засобів, не пов'язаний зі зменшенням корисності активу. Для контролю правильності дотримання вимог із переоцінки аудит здійснюється за такими напрямками:

- контроль повноти та проведення операцій із переоцінки основних засобів;
- правильність документального відображення результатів переоцінки;
- правильність відображення операцій із переоцінки у бухгалтерському обліку.

Такий аудит здійснюється на підставі вивчення документів, які містять результати переоцінки, і передбачає наступні аудиторські процедури:

- визначення всіх питань щодо переоцінки, які знайшли відображення в обліковій політиці підприємства;
- перевірка достовірності записів в інвентарних картках результатам здійснення переоцінки;
- перевірка правильності бухгалтерських записів, які відображають результати переоцінки основних засобів в обліку;
- перевірка справедливої вартості основних засобів;
- перевірка правильності розрахунку переоціненої вартості основних засобів і зносу.

Аудит основних засобів завершується аналізом ефективності їх використання.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

У процесі дослідження встановлено необхідність правильного бухгалтерського та податкового обліку основних засобів та проведення аудиту згідно з Міжнародними стандартами, Положеннями (Стандартами) бухгалтерського обліку, Податковим Кодексом України, що є важливим для зовнішніх користувачів фінансової звітності. Орієнтація національних облікових систем на Міжнародні стандарти забезпечує можливість співставлення звітних показників підприємств різних країн. Це забезпечує інвесторів необхідною інформацією при прийнятті рішень щодо реалізації міжнародних інвестиційних проектів, сприяє переміщенню капіталів та

інтеграції національних економік. Також це значною мірою сприяє здійсненню дієвого незалежного контролю стану та використання об'єктів основних засобів. Також це забезпечує можливість для прийняття керівництвом галузі залізничного транспорту щодо коригування фінансових потоків, планування, напрямків використання прибутку Укрзалізниці та залучення інвестицій у капітал.

Список використаних джерел (References):

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. - № 13-14, № 15-16, № 17. - Ст.112
3. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 року № 996-XIV [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>.
4. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів / Затв. Наказом Міністерства фінансів України від 30.09.2003 р. № 561.- Офіц.вид. // Вісник законодавства України, 2003 р., №11, 13, 46. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/>.
5. Бухгалтерський облік: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / Л. Г. Ловінська, Л. В. Жилкіна, О. М. Голенко та ін. — К.: КНЕУ, 2002. — 370 с.
6. Економіка аграрних підприємств: Підручник. / В.Г. Андрійчук // 2-е вид., доп. і перероб. — К: КНЕУ.2002-624 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/132/39/>.
7. Проблеми визнання основних засобів у бухгалтерському та податковому обліку / О. Бондар// Бухгалтерський облік і аудит. – 2004 - № 3. – с.23-27.
8. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник / Ф.Ф. Бутинець та ін. // 8-е вид., доп. і переробл. Житомир ПП «Рута». – 2009. – 912 с.
9. Проблемні аспекти нарахування амортизації необоротних активів / Л.В. Гуцаленко, І.І. Божок // Інноваційна економіка № 1. – 2014р. – с.176-181.
10. Аудит оцінки вартості основних засобів / О.А. Петрик, І.О. Мариніч //Економіка. Фінанси. Право. – 2015. - № 4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/7010/1/.
11. Поняття «основні засоби» та канали їх вибуття на підприємстві / Є.С. Пиріжок, Н.Т. Кулікова // Міжнародний збірник наукових праць «Проблеми теорій та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу». – 2011. – Випуск 2(20). – с.397-405.
12. Шляхи удосконалення організації обліку і аудиту основних засобів на підприємстві / Л.С. Стригуль, А.С. Тімонова // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХП». – 2014. - № 32 (1075). – с.47-50.

13. Організація обліку та аудиту основних засобів / Гуцаленко Л.В., Гловюк А.С., Ковальчук І.В. // Економіка і суспільство. – 2017. – Випуск № 8 – с.741 – 743.

14. Основні засоби: Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7, затверджено наказом Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 // Бухгалтерія. Збірник систематизованого законодавства. - 2007. - №1. - с. 101-105.

15. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vobu.ua/ukr/documents/item/mizhnarodnij-standart-bukhgalterskogo-obliku-16-osnovni-zasobi?app_id=23.

16. Фіскальна служба України / Офіціальний портал/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kyiv.sfs.gov.ua/okremi-storinki/arhiv1/print-137931.html>

УДК 336.225.673.

Лісовська Наталія Василівна

Викладач вищої кваліфікаційної категорії
Відокремленого підрозділу Національного
університету біоресурсів і природокористування
України «Ірпінський економічний коледж»



ВДОСКОНАЛЕННЯ ЄДИНОГО ПОДАТКУ В УКРАЇНІ ТА МЕХАНІЗМ ЙОГО АДМІНІСТРУВАННЯ

Лісовська Н.В.

IMPROVING THE UNIFORM TAX IN UKRAINE AND THE MECHANISM OF ITS ADMINISTRATION

Lisovskaya N.V.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЕДИНОГО НАЛОГА В УКРАИНЕ И МЕХАНИЗМ ЕГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Лисовская Н.В.

У статті досліджено історію розвитку єдиного податку з прийняттям Податкового кодексу України. Проаналізовано механізм адміністрування єдиного податку. Розглянуто основні особливості справляння в Україні оновленого єдиного податку.

©Журнал Київського університету ринкових відносин
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

Ключові слова: єдиний податок, Податковий кодекс України, суб'єкти малого підприємництва, механізм адміністрування, фіксовані ставки

The article examines the history of the development of a single tax with the adoption of the Tax Code of Ukraine. The mechanism of administration of a single tax is analyzed. The main features of the issue of a revised unified tax in Ukraine are considered.

Key words: single tax, tax code of Ukraine, small business entities, administration mechanism, fixed rates

В статті досліджена історія розвитку єдиного податку з прийняттям Податкового кодексу України. Проаналізовано механізм адміністрування єдиного податку. Розглянуті основні особливості впровадження в Україні оновленого єдиного податку.

Ключевые слова: единый налог, Налоговый кодекс Украины, субъекты малого предпринимательства, механизм администрирования, фиксированные ставки

Постановка наукової проблеми (Introduction). Політичні та соціально- економічні перетворення, що відбуваються в нашій державі, нерозривно пов'язані з необхідністю подальшого реформування вітчизняних систем соціального захисту та податкової, спрощення механізму адміністрування та відповідно підвищення його загальної ефективності. Ефективне адміністрування податків є неможливим без належного розуміння, виконання та співпраці з органами Фіскальної служби України суб'єктів підприємництва. В умовах формування податкових відносин і розвитку податкової системи в Україні набуває значної актуальності проблема однозначності тлумачення правових норм та змін у податковій системі, зокрема щодо єдиного податку.

Трансформація порядку нарахування і сплати єдиного податку зумовлена постійними змінами, а отже вимагає додаткової уваги науковців до проблем оподаткування як підприємців та малих підприємств, так і сільськогосподарських товаровиробників.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Варто зазначити, що дослідження проблем, пов'язаних із особливостями оподаткування як суб'єктів малого підприємництва, так і аграрного бізнесу мало місце в наукових працях багатьох вітчизняних вчених, зокрема В. Л. Андрущенко, П.М. Боровика [5], Васильців Т.Г. [7], Д. І. Деми, Ю. Б. Іванова, Н.М. Ногінової [9], В. П. Синчака, А.М.Соколовської [10], Т. І. Єфименко та І. О. Луїної, Л. Д. Тулуша, С.В.Юшка, а також інших дослідників. Зазначені науковці зробили значний внесок у вирішення питань, пов'язаних із вдосконаленням механізму адміністрування єдиного податку.

Проте необхідно констатувати, що деякі теоретичні та практичні аспекти залишилися недостатньо вивченими.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Не дивлячись на те, що науковцями опубліковано безліч праць щодо проблематики застосування системи оподаткування суб'єктів агробізнесу та малого підприємництва, більшість проблемних аспектів податкового регулювання діяльності зазначених податкоплатників до цього часу не лише не врегульовані, але із прийняттям Податкового кодексу України загострились, що зумовило необхідність подальших наукових пошуків шляхів удосконалення механізмів оподаткування зазначених суб'єктів та спричинило потребу в цьому дослідженні.

Мета статті (Main purpose of the article). Обґрунтувати перспективи подальшого вдосконалення системи оподаткування суб'єктів малого та аграрного бізнесу в Україні та проаналізувати механізм адміністрування єдиного податку.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Ключовим моментом у розвитку єдиного податку в Україні став 1999 рік, коли норми оподаткування зазнали значних змін. З тих пір в Україні почався розквіт єдиного податку. Підприємства вибудовували схеми оптимізації податків, масово реєструючи своїх співробітників підприємцями – платниками єдиного податку. Внаслідок недосконалості законодавства у сфері регулювання сплати єдиного податку цей період запам'ятався нестабільністю податкових схем з використанням єдино платників: все регулювалося листами та роз'ясненнями податкової служби, які змінювалися щомісяця; те, що було законним минулого місяця, наступного вже було поза законом.

Запровадження спрощеної системи позитивно оцінювали українські підприємці, що сприяло зростанню ділової активності у сфері малого бізнесу, але зумовило гострі дискусії серед політиків та науковців. Деякі фахівці пропонували скасувати цю систему, а інші наполягали не тільки на її збереженні, але й на необхідності розширення переліку суб'єктів малого підприємництва, на які мала б поширюватися дія спрощеної системи [8].

Механізм нарахування і сплати єдиного податку з суб'єктів малого підприємництва з прийняттям Податкового кодексу [1] зазнав суттєвих змін, наслідком яких було становлення порядку справляння цієї податкової форми. Основними особливостями цього порядку було розширення переліку категорій платників податку до шести груп, збільшення граничних розмірів обмежень для фізичних і юридичних осіб, що можуть бути суб'єктами цього спеціального податкового режиму за величиною їх річних валових доходів, а також прив'язка ставок досліджуваного податку для окремих категорій його платників до встановленого щорічними законами про державний бюджет розміру мінімальної заробітної плати [5, с. 99].

Відносно ж прямого оподаткування доходів більшості організованих аграрних формувань, то їх основним податковим платежем донедавна в

Україні був фіксований сільськогосподарський податок, об'єктом оподаткування яким були земельні угіддя сільськогосподарського призначення, а базою справляння – нормативна грошова оцінка аграрних угідь [6, с. 93].

У 2015 році вступили в силу нові норми сплати єдиного податку в Україні, а отже, спрощена система оподаткування знову видозмінилася. Змінами, внесеними до Податкового кодексу України Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи» № 71-VIII від 28.12.2014 р. (далі – Закон № 71) [2], передбачено певні особливості справляння податків і зборів, що сплачуються до місцевих бюджетів, на які слід звернути увагу місцевим радам при прийнятті відповідних рішень.

Відповідно до Закону № 71, що вступив у силу з 1 січня 2015 року, слід відзначити такі зміни [2]:

- зменшилася кількість груп платників єдиного податку до 4-х, при цьому четверта група платників єдиного податку стала наслідком трансформування фіксованого сільгосподатку;

- збільшився поріг виручки для першої і другої груп: із 150 тис. до 300 тис. – для першої групи, з 1 млн. до 1,5 млн. – для другої.

Таким чином, суб'єкти господарювання, які застосовують спрощену систему оподаткування, поділилися на такі групи платників єдиного податку [2]:

- 1) перша група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

- 2) друга група – фізичні особи-підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність ресторанного господарства, за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;

- обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень;

- 3) третя група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, є необмеженою та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 20000000 гривень;

- 4) четверта група – сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків.

Фіксовані ставки єдиного податку для платників першої – другої груп були встановлені сільськими, селищними та міськими радами для фізичних осіб-підприємців, які провадять господарську діяльність, залежно від виду господарської діяльності з розрахунку на календарний місяць (п. 293.2 ПКУ):

- для першої групи платників єдиного податку – у межах до 10 відсотків розміру мінімальної заробітної плати;
- для другої групи платників єдиного податку – у межах до 20 відсотків розміру мінімальної заробітної плати [1].

Для справляння єдиного податку з юридичних осіб (платники III та IV груп) рішення місцевих рад не потрібні, оскільки ставки податку було визначено Податковим кодексом України.

Важливим питанням постало виявлення особливостей впливу податкового навантаження на розвиток малого і середнього бізнесу в Україні.

З 2016 року спрощена система оподаткування змінилася в частині сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (далі – єдиний внесок) та максимального «порогу» річного доходу. Отже, пунктом 4 частини 1 статті 4 Закону № 2464-VI від 8 липня 2010 року «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» зі змінами та доповненнями (далі – Закон № 2464) [3] встановлено, що платниками єдиного внеску є фізичні особи – підприємці (далі – ФОП), у тому числі ті, які обрали спрощену систему оподаткування.

Крім того, пунктом 3 частини 1 статті 7 Закону № 2464 [3] визначено, що єдиний внесок для платників, зазначених у пункті 4 частини 1 статті 4 Закону № 2464, які обрали спрощену систему оподаткування, нараховується на суми, що визначаються такими платниками самостійно для себе, але не більше максимальної величини бази нарахування єдиного внеску, встановленої Законом № 2464. При цьому сума єдиного внеску не може бути меншою за розмір мінімального страхового внеску.

Нагадаю, що згідно з нормами частини 5 статті 8 Закону № 2464 єдиний внесок для всіх платників єдиного внеску (крім пільгових категорій) встановлено у розмірі 22% визначеної бази нарахування єдиного внеску.

У 2017 р. відбулись певні зміни у спрощеній системі оподаткування. Наприклад, у разі розрахунку загальної чисельності найманих осіб у ФОП не враховуються ті працівники, які під час мобілізації призвані на військову службу. Крім того, для платників, що віднесені до I групи платників єдиного податку, сума єдиного внеску не може бути меншою за 0,5 мінімального страхового внеску із зарахуванням відповідних періодів провадження підприємницької діяльності до страхового стажу, пропорційно сплаченому єдиному внеску. Також у 2017 р. ФОП, зокрема ті, хто обрали спрощену систему оподаткування, є пенсіонерами за віком або інвалідами, а також отримують, відповідно до закону, пенсію або соціальну допомогу, звільняються від сплати єдиного внеску [12].

Таким чином, до нововведень сплати єдиного податку в 2017 році можна віднести:

- збільшення мінімальної заробітної плати в Україні (3200 грн), і, як наслідок, збільшення розміру єдиного податку 2-ї групи, а саме: $3200 \text{ грн} * 20\% = 640 \text{ грн}$ на місяць. Отже, для підприємців другої групи розмір єдиного податку не перевищував 640 грн на місяць;

- зміна прив'язки ставки єдиного податку для платників 1-ї групи – відтепер ставка податку становить до 10% від розміру прожиткового мінімуму, тобто: $160 \text{ грн} * 10\% = 160 \text{ грн}$. Таким чином, підприємці першої групи у 2017 році сплачували єдиний податок у межах 160 грн на місяць.

Крім того, серед головних особливостей спрощеної системи оподаткування 2017 року можна виділити:

- максимально допустимий поріг суми річного доходу для платників єдиного податку 3-ї групи – 5 млн. гривень;

- розмір єдиного податку, що сплачується платниками 3-ї групи – 3% від доходу (для платників ПДВ), 5% від доходу (для неплатників ПДВ).

07 грудня 2017 року Верховна Рада України ухвалила Закон «Про державний бюджет України на 2018 рік» (далі – Закон № 2246) [4]. Цим Законом передбачено прожитковий мінімум для працездатних осіб на рівні 1762 грн, а мінімальна заробітна плата (МЗП) – 3723 грн. Ці показники важливі, оскільки саме на їх базі розраховується сума єдиного податку. Водночас через підвищення МЗП зросте навантаження на компанії, які мають у своєму штаті найманих працівників, а також на підприємців, що використовують спрощену систему оподаткування.

Не обійшлося й без внесення змін порядку нарахування єдиного внеску, а саме до Закону № 2464 [3]. Розмір мінімального страхового внеску, як і раніше, буде залежати від розміру мінімальної заробітної плати, тобто на 2018 рік – 3723 грн. А тому мінімальний страховий внесок з 01 січня 2018 року становитиме 819,06 грн ($3723,00 \times 22\%$). А це означає, що з початку року податкове навантаження на платників єдиного податку ще збільшиться. Роботодавцям, що є платниками єдиного податку доведеться не тільки переглянути оклади працівників, а й здійснювати доплату за єдиний внесок у розмірі не менше мінімального страхового внеску при нарахуванні зарплати та інших виплат працівникам.

Крім того, збільшиться і навантаження на фізичних осіб – підприємців, що є платниками єдиного податку першої групи: вони втрачають право на сплату єдиного внеску в сумі не менше 0,5 мінімального страхового внеску. Тому з 01 січня вдвічі будуть змушені платити його в повному мінімальному розмірі (819,06 грн), як і всі платники єдиного податку.

Таким чином, мінімальна сума єдиного внеску, яку потрібно буде заплатити платникам єдиного податку в 2018 році – 9828,72 грн (обов'язкова щомісячна сума 819,06 грн $\times$ на 12 місяців).

Слід зазначити, що всі чотири групи, а також критерії перебування на єдиному податку в 2018 році, порівняно з 2017 роком, залишаються незмінними.

Таким чином, враховуючи прийняття Закону № 71, згідно з яким єдиний податок з суб'єктів малого підприємництва та фіксований сільськогосподарський податок було об'єднано в одну податкову форму – «єдиний податок», і Законом № 2246, що набув чинності 02.01.2018 року, визначені особливості механізму справляння податку з вище перелічених чотирьох груп платників оновленого єдиного податку (таблиця 1).

Таблиця 1

**Основні особливості механізму справляння в Україні
єдиного податку (ЄП) I-IV груп [2, 4]**

Група платників	Умови переходу на єдиний податок	База справляння	Ставки податку	Порядок сплати податку
I	Виручка за календарний рік не перевищує 300 тис. грн, не використовують працю найманих осіб	Доходи в грошовій, матеріальній або нематеріальній формах	Фіксована, до 10 % розміру прожиткового мінімуму (тобто в 2018 р. ставка ЄП буде не більше 176,20 грн на місяць)	Шляхом здійснення авансового внеску не пізніше 20 числа (включно) поточного місяця
II	Виручка за календарний рік не перевищує 1,5 млн. грн, середньорічна кількість працюючих – не більше 10 осіб		Фіксована, до 20 % розміру мінімальної заробітної плати (тобто в 2018 р. ставка ЄП буде до 744,60 грн на місяць)	
III	Виручка за календарний рік не перевищує 5 млн. грн, середньорічна кількість працюючих – не більше 10 осіб		3 % доходу - у разі сплати податку на додану вартість; 5 % доходу - у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку	Протягом 10 кал. днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) квартал
IV	Частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків	Нормативна грошова оцінка с/г угідь, з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня звітного року	- для ріллі, сіножатей і пасовищ більшості видів – 0,95%; - для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях – 0,57 %; - для багаторічних насаджень більшості видів, – 0,57 %; - для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,19 %; - для земель водного фонду – 2,43 %; - для сільськогосп-их угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, – 6,33 %;	Щоквартально протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітно-го) кварталу, у таких розмірах: у I кв. – 10 %; у II кв. – 10 %; у III кв. – 50%; у IV кв. – 30%

Варто зазначити, що сучасний порядок справляння єдиного податку як із суб'єктів малого підприємництва, так і з аграрних підприємств є досконалішим від механізмів справляння єдиного податку та фіксованого сільськогосподарського податку, що функціонували до 2015 р., оскільки ним суттєво спрощено порядок оподаткування малого бізнесу, зменшено кількість груп платників єдиного податку та проіндексовано базу справляння для аграрних підприємств (колишнього фіксованого сільськогосподарського податку), що стали платниками єдиного податку. Проте, залишаються невирішеними деякі проблеми на законодавчому рівні, що регулюють систему оподаткування суб'єктів малого бізнесу в Україні.

Завдяки відсутності чіткого законодавчого врегулювання суб'єкти малого підприємництва, які здійснюють свою діяльність на спрощеній системі оподаткування, залучаються у тіньові схеми мінімізації податкового зобов'язання підприємств загальної системи оподаткування. Крім того, серед інших порушень законодавства платників єдиного податку слід назвати сферу залучення найманих працівників у зв'язку з обмеженістю кількості таких працівників, невиконання вимог трудового законодавства щодо соціальних гарантій. Відсутність залежності розміру єдиного податку від суми виручки для першої і другої груп єдиного податку дещо вирішила проблему заниження доходів, проте це питання залишається гострим для третьої групи платників. Отже, такий підхід, на думку дослідників, створює надто високий граничний обсяг доходу, при якому сплачується відносно невелика сума єдиного податку [7, с. 101].

Для вдосконалення справляння єдиного податку, на нашу думку, потрібно:

- запровадити політику вирівнювання податкового навантаження на суб'єктів малого бізнесу, що є фізичними та юридичними особами;
- підвищити фіскальну ефективність обов'язкових платежів за рахунок удосконалення системи адміністрування, зменшення масштабів ухилення від оподаткування;
- включити єдиний соціальний внесок до складу єдиного податку, що нині сплачується підприємцями;
- підвищити відповідальність суб'єктів малого підприємництва у разі порушення ними норм, які визначають порядок застосування спрощеної системи оподаткування, зокрема сплати єдиного податку.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

За умови чинного податкового законодавства в Україні спрощена система оподаткування є оптимальним способом стягнення податків з малого бізнесу, оскільки загальна система сплати податків є надто складною й обтяжливою. Незважаючи на те, що малий бізнес в Україні відчутно розвивається, законодавчі органи і надалі намагаються усувати суттєві недоліки, проте поки що не досить ефективно.

Тому серед основних напрямів удосконалення механізму адміністрування єдиного податку, на які державні інституції повинні

спрямувати зусилля для вирішення низки питань розвитку малого бізнесу, слід назвати доопрацювання законодавчої та нормативної бази для покращення діяльності малого підприємництва; розроблення і впровадження заходів для зменшення податків, що сприятимуть виходу із тіньового сектору окремих суб'єктів малого підприємництва, вдосконалення податкової політики та забезпечення раціонального застосування спрощеної системи оподаткування, зокрема сплати єдиного податку. Саме ці напрямки є найбільш перспективними.

Список використаних джерел (References):

1. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 року № 2755-VI зі змінами та доповненнями, <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо податкової реформи: Закон України від 28 грудня 2014 року № 71-VIII зі змінами та доповненнями, <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/71-19>.
3. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08 липня 2010 року № 2464-VI зі змінами та доповненнями, <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>.
4. Про державний бюджет України на 2018 рік: Закон України від 07 грудня 2017 року № 2246-VIII, <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2246-19>.
5. Боровик П. М. Реформований механізм оподаткування малого бізнесу в Україні: проблеми та перспективи розвитку / П.М. Боровик, Б. В. Фрате // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. – 2014. – № 3. – С. 98-104.
6. Боровик П. М. Проблеми податкового регулювання земельних відносин в агросфері в умовах євроінтеграції / П. М. Боровик, П. К. Бечко, С. М. Броварна // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип. 9. – С. 92-96.
7. Васильців Т.Г. Сучасний стан та напрями вдосконалення системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні / Т.Г. Васильців, О.Ю. Порошко // Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. – 2014. – № 1. – С. 98-101.
8. Майстренко О.В. Перспективи розвитку в Україні спрощеного оподаткування малого підприємництва. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/30255>
9. Ногінова Н.М. Оподаткування малого підприємництва в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку / Н.М. Ногінова // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип.24.1. – С. 259-263.
10. Соколовська А. М. Шляхи реформування податкової системи України / А. М. Соколовська // Фінанси України. – 2014 – №12 – С. 103-121.
11. Святенко І.М. Спрощення оподаткування як метод податкового стимулювання малого підприємництва / І.М. Святенко // Економічний простір. – 2014. – № 83. – С. 113–120.

12. Які зміни в оподаткуванні очікують український бізнес найближчим часом? // Податкові новації 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.golovbukh.ua/article/6072>

УДК 331.108:26

Гурська Лариса Леонідівна

викладач економічних дисциплін
Відокремленого підрозділу Національного
університету біоресурсів і природокористування
України «Ірпінський економічний коледж»



УДОСКОНАЛЕННЯ СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ (НА ПРИКЛАДІ ДП «АНТОНОВ»)

Гурська Л.Л.

IMPROVING THE STYLE OF MANAGEMENT AND METHODS OF MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE (IN AN APPLE STATE ANTONOV)

Gurska L. L.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА И МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ДП «АНТОНОВ»)

Гурская Л.Л.

Успішний розвиток сучасного підприємства неможливий без ефективної управлінської діяльності, тому якість керівництва на підприємстві є актуальним питанням сьогодення. Уміння керівника створити сприятливий психологічний клімат в колективі, зацікавити роботою підлеглих, застосувати відповідний стиль та методи управління, виявивши лідерські здібності, вміння спілкуватися та вирішувати конфліктні ситуації – все це залежить від обраного стилю керівництва і впливає на ефективність та результативність організації. В статті проаналізовано стиль і методи керівництва ДП «Антонов» та обґрунтовано необхідність їх удосконалення.

Ключові слова: управління, стиль керівництва, методи управління, лідерські якості керівника.

Successful development of a modern enterprise is impossible without effective management activity, therefore the quality of management at an enterprise is a topical issue. The manager's ability to create a favorable psychological climate in a team, to take interest in the work of subordinates, to apply an appropriate style and management methods, to show leadership abilities, and to communicate and solve conflict situations - all depends on the chosen style of leadership and influences the effectiveness and efficiency of the organization. This article analyzes the style and management methods of the State Enterprise "Antonov" and substantiates the need to improve them.

Keywords: management, leadership style, management techniques, leadership leadership.

Развитие современного предприятия невозможно без эффективной управленческой деятельности, поэтому качество руководства предприятия является актуальным вопросом современности. Умение руководителя создать благоприятный психологический климат в коллективе, заинтересовать работой подчиненных, применить соответствующий стиль и методы управления, обнаружив лидерские способности, умение общаться и решать конфликтные ситуации - все это зависит от выбранного стиля руководства и влияет на эффективность и результативность организации. В статье проанализированы стиль и методы руководства ГП «Антонов» и обоснована необходимость их совершенствования.

Ключевые слова: управление, стиль руководства, методы управления, лидерские качества руководителя.

Ефективність діяльності сучасного підприємства залежить від сукупності зовнішніх і внутрішніх чинників. Вплив зовнішніх чинників на управління підприємством обумовлює його позицію у конкурентному середовищі, а внутрішнє середовище підприємства складається з багаторівневої системи, кожна ланка якої виконує певні функції.

Постановка проблеми (Introduction). Управління є до деякої міри мистецтвом. На сьогодні питання про стиль і методи управління залишаються актуальними, оскільки на них ще не дано чітких і повних відповідей. Різні моделі і теорії, які розглядаються у статті, допомагають усвідомити необхідність гнучкого підходу до управління сучасним підприємством з метою досягнення ним високих результатів.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Розробці теоретичних основ методів управління присвятили свої дослідження такі зарубіжні вчені-економісти, як І. Ансофф, Ф. Беккер, П. Друкер, Г. Кунц, М. Мескон, Ф. Хедоурі, С. Оддонел. Серед вітчизняних науковців ці питання досліджували Л.В. Балабанова, Д.П. Богиня, М.Д. Виноградський, О.А. Грішнова, Д.Г. Кучеренко, Ф.І. Хміль. Однак через складність і багатоаспектність цього питання в сучасних умовах господарювання деякі аспекти розроблені недостатньо.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Актуальність проблематики обумовлена передусім низьким рівнем професіоналізму сучасних керівників, що призводить до неефективності діяльності організації, втрати нею ринкових позицій. Керівник, який вибрав певний стиль управління і суворо його дотримується, оскільки цей стиль добре зарекомендував себе в минулому, може виявитися нездатним здійснювати ефективне керівництво в іншій ситуації на більш високій посаді, де його підлеглі орієнтовані на досягнення високих результатів. Керівник, який хоче працювати ефективно, не може дозволити собі застосовувати один стиль керівництва протягом усієї своєї кар'єри. Він повинен навчитися користуватися всіма стилями, методами і типами впливу, відповідно до конкретної ситуації. З вище сказаного зрозуміло, що проблеми управління в організації на даний момент стоять досить гостро, і тому велике значення має розгляд стилів і методів управління.

Мета статті (Main purpose of the article). Метою статті є дослідження корпоративних цінностей та методів управлінської діяльності керівництва ДП «Антонов», обґрунтування їхньої доцільності та удосконалення існуючого стилю управління і застосовуваних адміністрацією методів для забезпечення результативності діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу й обговорення отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Кожен керівник відповідно до особливостей характеру, кваліфікації, досвіду та націленості на досягнення результатів обирає лише йому притаманний стиль керівництва. При цьому успішним керівництвом можна вважати таке, за якого існують налагоджені стосунки між управлінцями та їх підлеглими, ініціативність працівників у досягненні визначених цілей, дієві системи заохочення і всі ці процеси протікають в атмосфері доброзичливості та взаємопідтримки.

Перш ніж перейти до характеристики стилів управління, розглянемо сутність поняття «стиль». Стиль (від латинського *stylus* – стрижень для письма) – це сукупність способів, прийомів та механізмів владного і лідерського впливу на підлеглих з метою забезпечення виконання ними завдань та досягнення цілей організації [10, с.210]. Стиль керівництва залежить від обсягу делегованих повноважень, використовуваних форм влади, турботи про людські стосунки, виконання завдань організації тощо. Вчені в галузі управління переважно виділяють три стилі управління.

Авторитарний (автократичний) стиль керівництва. У його основі – володіння керівником значною владою, що створює можливості для нав'язування своєї волі виконавцям. Спрямований цей стиль на потреби низького рівня. Автократ централізує повноваження, структурує роботу підлеглих, унеможливорює вільне прийняття ними рішень, здійснює психологічний тиск, нерідко вдається до погроз.

Демократичний (ліберальний) стиль керівництва. Апелює до потреб більш високого рівня (у причетності, орієнтації на високі цілі, автономії та самовираженні). Його характеризують високий рівень децентралізації

повноважень, вільне прийняття рішень і виконання завдань, оцінювання роботи після її завершення, турбота про забезпечення працівників необхідними ресурсами, відповідність цілей організації та цілей груп працівників.

Комбінований стиль керівництва базується на поєднанні авторитарного та демократичного стилів. Це означає, що керівник за певних умов виявляє себе більше автократом, а в інших – більше демократом. Його поведінка залежить від дисциплінованості працівників, їх взаємодії, рівня конфліктності в групі, інформаційних обмежень тощо [8, с.288]. Таким чином, найефективнішим є стиль, зорієнтований на реальність, коли управлінські дії є адекватними конкретній ситуації. Немає універсального стилю керівництва. Керівник повинен враховувати здібності, уподобання підлеглих, сутність завдань, потреб своїх і працівників колективу, ментальність, особливості господарювання в країні.

Дві важливі категорії менеджменту – функції та методи діалектично пов'язані між собою. Застосування конкретної функції менеджменту повинно закінчуватися розробкою певного методу впливу [2 с.144].

За змістом методи управління ідентифікуються з основними функціями управління: плануванням, організуванням, мотивуванням, контролюванням та регулюванням. Відповідно до цього виділяються основні групи методів управління: економічні, організаційно-розпорядчі, соціально-психологічні, правові, ідеологічні та технологічні. Між ними існують тісний зв'язок і взаємозумовленість [1 с. 299].

Стиль керівництва та методи управління розглянемо на прикладі лідера авіабудівної галузі України ДП «Антонов». Авіаційний ринок є досить насичений, конкурують на ньому між собою не окремі компанії, а авіаційні держави. ДП «Антонов», історія якого нараховує близько 70 років, нині є одним з небагатьох підприємств, що реалізують повний цикл створення сучасного літального апарата – від передпроектних наукових досліджень до будівлі, випробувань, сертифікації, серійного виробництва й післяпродажного обслуговування. Державне підприємство «Антонов» (колишній Авіаційний науково-технічний комплекс імені Олега Костянтиновича Антонова) — український авіабудівний концерн, що об'єднує конструкторське бюро, комплекс лабораторій, експериментальний завод та випробувальний комплекс для розробки і сертифікації літаків. ДП «Антонов» було створено 31 травня 1946 року постановою ЦК ВКП(б) і Ради Міністрів СРСР та затверджено рішенням колегії Міністерства авіаційної промисловості про створення конструкторського бюро на Новосибірському авіаційному заводі і про призначення Антонова Олега Костянтиновича Головним конструктором. Улітку 1952-го року ДКБ переїжджає до Києва, де серійно випускає Ан-2. Перший літак Ан-8, авіаконструктором якого був Олег Антонов, злетів 11 лютого 1956-го року. У числі найбільш відомих розробок підприємства — літаки Ан-32, Ан-148, Ан-158, Ан-74, Ан-124, Ан-70 і Ан-225. Компанія співпрацює з 76 країнами світу. ДП «Антонов» —

світовий лідер у ніші транспортних літаків широкого призначення. У 2015 році компанія збільшила чистий прибуток за українськими стандартами бухгалтерського обліку (УСБУ) у 7,7 раз порівняно з аналогічним періодом 2014 року – до 330,45 млн. грн., чистий дохід зріс у 2,1 рази – до 947,24 млн. грн. [12].

ДП «Антонов» здійснює міжнародну діяльність. 21 лютого 2016 року Михайло Гвоздьов, Президент ДП «Антонов», та Ali Mohammed Al-Ghamdi, Президент Taqnia Aeronautics Co підписали Угоду про кооперацію з організації у Королівстві Саудівська Аравія літакобудівного комплексу та організації виробництва літаків Ан-132 у кооперації з ДП «Антонов». За словами М. Гвоздева, інтелектуальна власність на літак буде розділена в рівних частках між двома сторонами [11]. 10 травня 2016 року оновлений Ан-225 «Мрія» здійснив перший комерційний рейс в Австралію, чим привернув увагу людей зі всього світу. ДП «Антонов» розглядає можливість запуску серійного виробництва літака, адже Ан-225 «Мрія» цікава не тільки як унікальний комерційний перевізник: такий літак забезпечить позитивний імідж будь-якій країні.

У ДП «Антонов» цінують і пам'ятають свої здобутки в минулому: 2 грудня 2017 року на ДП «Антонов» відбулися заходи, присвячені 35-річчю від дня першого польоту важкого військово-транспортного літака Ан-124 «Руслан». На території аеродрому «Київ–Антонов–2» видовищний демонстраційний політ виконав модифікований варіант «Руслана» Ан-124-100М-150, який експлуатується в парку авіакомпанії «Авіалінії Антонова». Від базового транспортного Ан-124-100 цивільного призначення він відрізняється збільшеним до 150 т максимальним комерційним навантаженням та більшою дальністю польоту.

З метою зміцнення міжнародних зв'язків 21 грудня 2017 року на ДП «Антонов» відбулася зустріч з представниками компанії «Aselsan» (Туреччина) та Стамбульського технічного університету. Делегацію очолив професор Ibrahim Ozkol, голова ради директорів компанії «Aselsan». В результаті плідної роботи досягнуті домовленості щодо інтеграції, встановлення на літаки «Антонов» авіоніки, включаючи систему автопілота, виробництва компанії «Aselsan». Під час зустрічі також обговорювалися питання подальшої співпраці між Україною та Туреччиною в авіаційній галузі [12].

Організаційна структура управління ДП «Антонов» дивізіонального типу (рис. 1)

Така структура управління дозволяє компанії приділити увагу конкретному продукту, споживачу або регіону, що сприяє швидкій реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища [11].

Зміст роботи керівників у ДП «Антонов» є багатограним, а саме:

- визначення потреби своєї ділянки в робочій силі, її наймання і ретельний підбір;
- навчання і розвиток персоналу;

- питання трудових відносин та заробітної плати;
- питання охорони праці на своїй ділянці;
- удосконалення планування, поділу праці, поліпшення психологічного мікроклімату на виробництві.

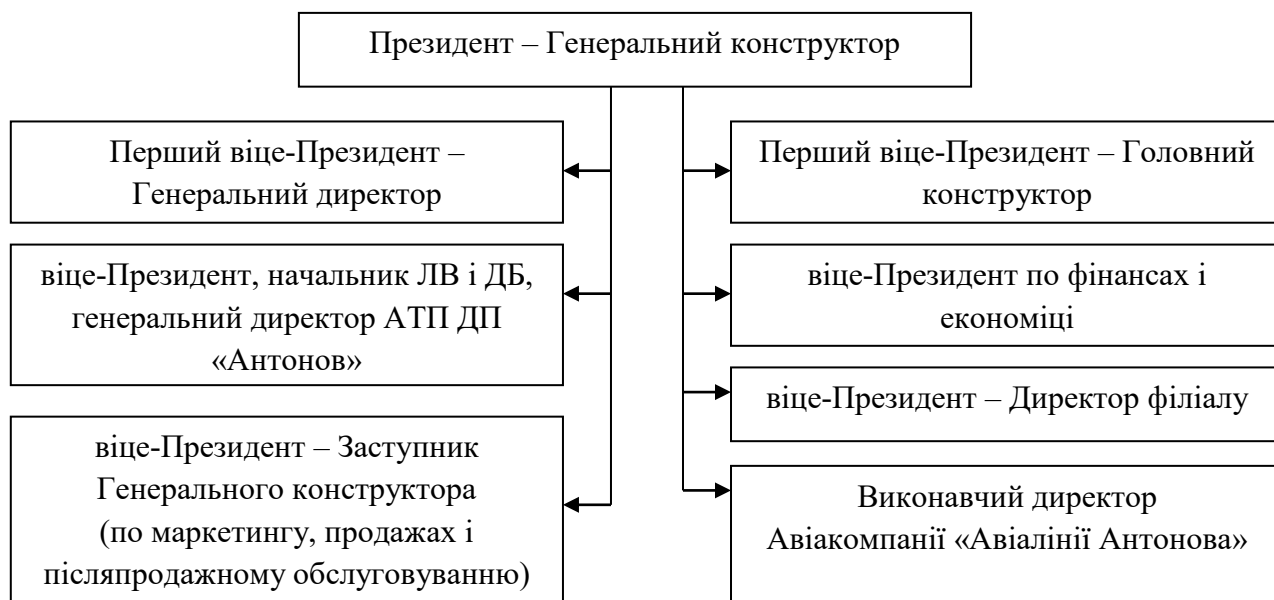


Рис. 1. Управлінська структура ДП «Антонов»

На основі перерахованих вище завдань можна визначити вимоги до керівництва в ДП «Антонов». Адміністрація спрямовує діяльність не тільки окремих людей, а й на цілі групи для виконання ними певного проєкту. Керівництво в ДП «Антонов» вмє організувати роботу своїх підлеглих відповідно до його цілей і завдань. Чисельність персоналу на ДП «Антонов» не є постійною величиною. Її динаміка зображена на рис. 2.

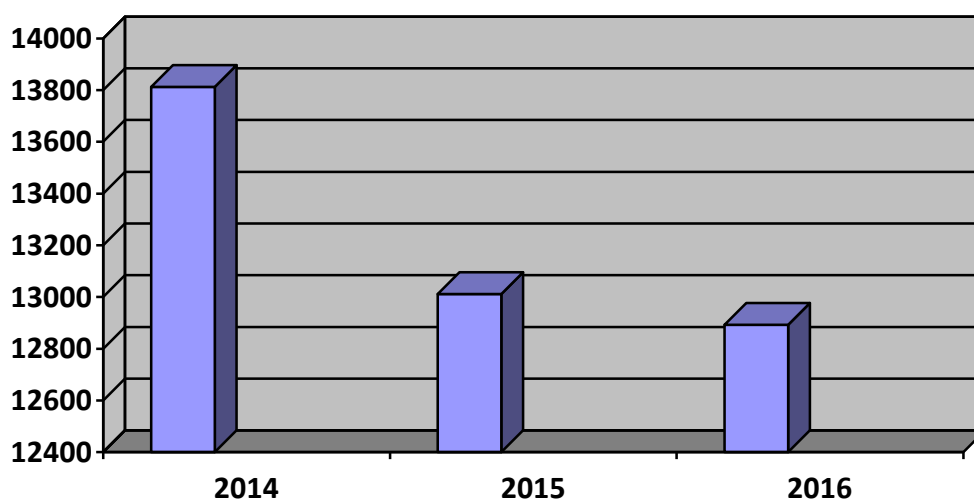


Рис. 2. Чисельність працівників ДП «Антонов» за 2014-2016 рр.

Як видно з рис. 2, постійно скорочується чисельність працівників, що зумовлено не тільки застосуванням нових технологій, але й звуженням виробництва. За даними 2015 року, при середньообліковій чисельності штатних працівників облікового складу 13012 осіб середня чисельність позаштатних працівників та сумісників складає 164 особи, а чисельність працівників, які працюють на умовах неповного робочого часу (дня, тижня) – 0. Фонд оплати праці – всього (тис. грн.) – 789778, порівняно з попереднім роком фонд оплати праці збільшився на 102580 тис. грн. (14,9%).

Складні процеси, що відбуваються в економіці України від початку 2000-х років і дотепер, торкнулися й діяльності державного підприємства «Антонов». Відплив фахівців і кваліфікованих працівників міг призвести до втрати наступності в окремих напрямках діяльності конструкторських бюро і підрозділів дослідного виробництва. Водночас з'явилася тенденція до збільшення частки працівників пенсійного та передпенсійного віку в загальній чисельності персоналу.

Зазначені проблеми спричинили необхідність прийняття дієвих управлінських рішень, спрямованих на:

- забезпечення сталого припливу робочої сили на підприємство;
- швидку адаптацію щойно прийнятих працівників, залучення їх до виконання виробничих процесів;
- створення умов для «закріплення» нових працівників на підприємстві й забезпечення наступності поколінь.

З метою збільшення матеріальної зацікавленості молодих фахівців та молодих робітників, випускників вищих і професійно-технічних навчальних закладів у довгостроковій роботі на підприємстві та у підвищенні їхнього професійного рівня були розроблені, затверджені та набули чинності Положення про встановлення надбавок молодим співробітникам і Положення про встановлення надбавок молодим робітникам. Згідно з Положенням про встановлення надбавок молодим співробітникам працівникам підприємства віком до 35 років, які мають повну вищу освіту, встановлено надбавки у відсотках від посадового окладу в розмірі 15, 30, 40, 50 і 75 %, що виплачуються протягом не більше ніж 10 років після закінчення ВНЗ. У 2016 році 108 молодим співробітникам підприємства встановлено надбавки у розмірі 15 % від посадового окладу, а 781 працівнику – від 30 до 75 % від посадового окладу.

Нами проведено дослідження, спрямоване на вивчення якості процесу управління колективом на підприємстві ДП «Антонов». Опитування проводилося серед менеджерів, які займаються збутом готової продукції, маркетингом, роботою з персоналом, постачання на підприємство сировини для виробництва продукції. Середній вік опитаних – 30-45 років. Опитування проводилося на бланковій основі. Дослідженню підлягали лідерські якості та стиль керівництва. Визначення ступеня вираженості лідерських якостей проводилося за методикою «Лідер». Авторами цього тесту є психологи-практики Є. Жаріков та Є. Крушельницький [3, с.679]. Тест і методика

покликані оцінити здатність людини бути лідером. У методиці випробовуваний відповідає на 50 питань, і з його відповідей на ці питання робиться висновок про те, чи володіє він персональними психологічними якостями, необхідними лідеру.

Градація така:

а) 50-40 балів – дана людина як лідер схильна до диктату; б) 40-36 балів – лідерські якості виражені сильно; в) 35-26 балів – лідерські якості виражені середньою мірою; г) 25-0 балів – лідерські якості виражені слабо.

З двох запропонованих варіантів відповіді на кожне питання необхідно було вибрати тільки один. У таблиці 1 наведені результати опитування.

Таблиця 1.

Результат опитування для визначення ступеня вираження лідерських якостей

№ опитаного	Ступінь вираження лідерських якостей
1	Дана людина як лідер схильна до диктату
2	Лідерські якості виражені сильно
3	Лідерські якості виражені середньою мірою
4	Лідерські якості виражені середньою мірою
5	Лідерські якості виражені середньою мірою
6	Лідерські якості виражені слабо
7	Лідерські якості виражені сильно
8	Лідерські якості виражені сильно
9	Дана людина як лідер схильна до диктату
10	Лідерські якості виражені сильно

Результати опитування зображені на рис. 3

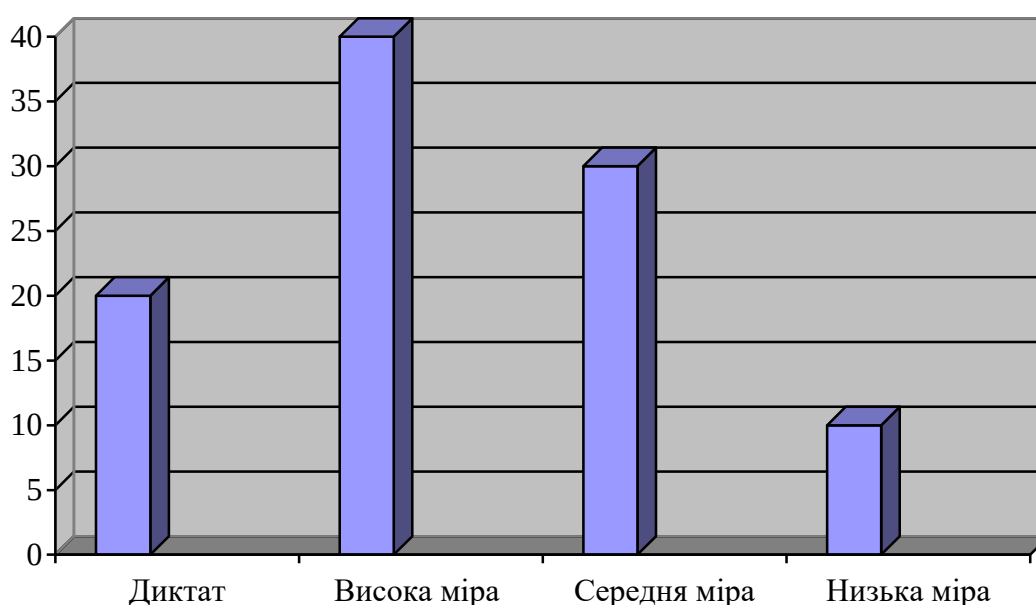


Рис. 3. Результати опитування керівників

Отже, як видно з рис. 3, більшість лідерів серед керівників відділів ДП «Антонов» мають сильно розвинуті лідерські якості і навіть такі, що близькі до диктату (60%), середньою мірою виражені лідерські якості мають 30% керівників і слабо виражені лідерські якості має лише 10% керівників.

Основною причиною сильного вираження лідерських якостей є серйозний підхід вищого керівництва до управління персоналом. На підприємстві «Антонов» вище керівництво усвідомлює здібності кожного підлеглого і свої власні, задачі, потреби, повноваження і якість інформації. Якщо вище керівництво і користується авторитарним стилем, то тільки для забезпечення технічних вимог виробництва, у стосунках з керівниками нижчого рівня адміністрація намагається проявляти елементи демократичного стилю, розвиваючи лідерські якості менеджменту ДП «Антонов».

На підприємстві «Антонов» широко використовується економічний метод управління, коли існує матеріальна зацікавленість фахівців і робітників. Менеджер застосовує різні методи для досягнення результативності, економічний метод при цьому є найефективнішим. Також застосовується організаційно-розпорядчий метод. Він заснований на наказах, розпорядженнях, коли вказівки йдуть від вищестоящих працівників і розпорядження трансформуються за ступенем проходження по ієрархічній драбині.

Паралельно було проведене опитування за методикою Н.П. Фетіскіна, В.В. Козлова та Г.М. Мануйлова [9, с.324] на визначення стилю керівництва серед менеджерів ДП «Антонов». У таблиці 2 наведені результати опитування співробітників на діагностику стилю керівництва.

Таблиця 2

Результат опитування для визначення стилю управління

№ опитаного	Ступінь вираження лідерських якостей
1	Авторитарний стиль керівництва
2	Авторитарний стиль керівництва
3	Стиль керівництва не вироблений, або схильність до непослідовної поведінки
4	Авторитарний стиль керівництва
5	Ліберальний
6	Демократичний
7	Ліберальний
8	Авторитарний стиль керівництва
9	Авторитарний стиль керівництва

Відповіді «так» на перелік питань вказують на застосування певного стилю лідерства. Залежно від отриманих сум відповідей ступінь вираженості стилю буде різною: мінімальною (0 – 7), середньою (8 – 13), високою (14 – 20). Якщо оцінки мінімальні за всіма трьома показниками, стиль вважається нестійким, невизначеним. У досвідченого керівника спостерігається комбінація стилів управління.

Побудуємо діаграму розподілу значень ознаки (рис. 4).

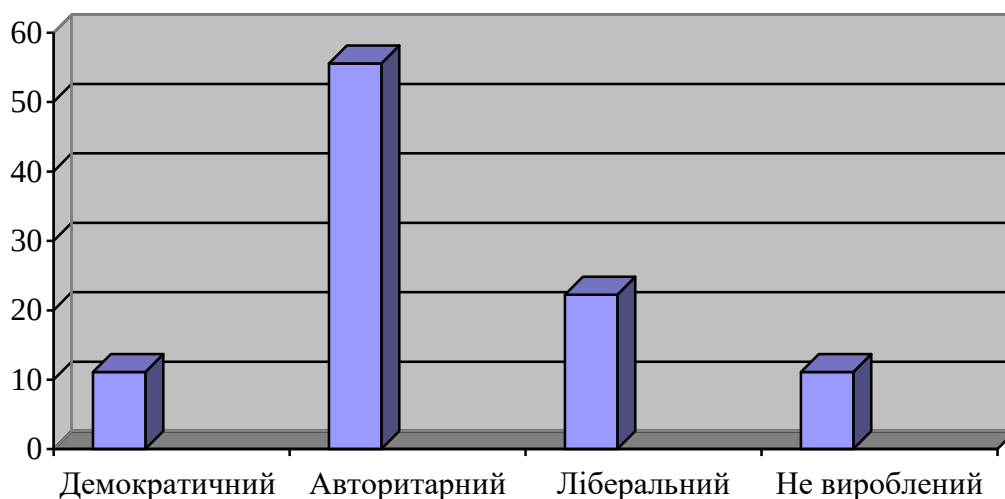


Рис. 4. Результати визначення стилю керівництва

Отже, у 55,56% випадків менеджмент ДП «Антонов» використовував авторитарний стиль керівництва, що не дивно, якщо зважити на специфіку виробництва авіаційної галузі, яка потребує чіткого планування та контролю. У 22,22% спостерігається ліберальний стиль, що виявляється у прагненні керівників перекласти свої обов'язки на підлеглих. У 11,11% випадків стиль був не вироблений, що свідчить про комбінування різних стилів, де не переважає суттєво жоден стиль. Такий керівник часто приймає непослідовні рішення, тому підлеглі не знають, чого очікувати від нього. У 11,11% стиль керівництва був демократичний, що вказує на вміння координувати і спрямовувати діяльність колективу, надавати самостійність найбільш здібним підлеглим, всіляко розвивати ініціативу і нові методи роботи, переконувати і надавати моральну підтримку.

Безперервне навчання сьогодні – умова пристосування до мінливих умов. Керівники хочуть бачити підлеглих не просто виконавцями, а спиратися на ініціативних, відповідальних, співробітників, що професійно роблять свою справу. А для таких людей розвиток – це спосіб життя. Але і самі керівники потребують навчання [5, с. 335].

В Україні існує багато шкіл лідерства, та краща школа лідерства на сьогодні, – це конкретне завдання і бажання працювати, встановлюючи атмосферу взаємної довіри, маючи цілі, систематизуючи бізнес-процес і контролюючи виконання роботи [6, с. 22].

Щодо вдосконалення організаційної культури на ДП «Антонов» було вибрано навчання. Навчений, кваліфікований, підготовлений персонал здатний швидше і якісніше вирішувати завдання бізнесу. Навчання персоналу в наші дні – не розкіш, а необхідність. Щоб бути успішнішими, ніж конкуренти, потрібно бути розумнішими. В основі вибору потрібного навчання лежить аналіз потреб організації. Потреба – це стан потреби, дефіциту в чому-небудь, коли чогось не вистачає. Керівнику доцільно поміркувати про потреби своєї бізнес-організації як бізнес-суб'єкта, звернутися до стратегічних цілей і тактичних задач, проаналізувати ринкову поведінку конкурентів. Тобто керівнику, виступаючому в ролі замовника навчання, необхідно провести підготовчу роботу до зустрічі з фахівцем із навчання персоналу [7, с. 43]. Корисно осмислити ситуацію в ДП «Антонов» з погляду успішності професійної діяльності персоналу.

При аналізі джерел розбіжностей стає зрозумілим, що можливі тренінгові та не тренінгові рішення. Зростаючі бізнес-показники успішних компаній свідчать: найбільшого успіху добиваються ті керівники, які, зрозумівши проблему, перетворюють її на можливість.

Тренінгові рішення спрямовані на підвищення рівня знань, умінь, навичок, якостей і відносин персоналу. Наприклад, серія тренінгів: базовий, основний, просунутий, курси, майстер-класи, післятренінговий супровід, консультування на робочому місці та ін. [4, с. 65]. Нетренінгові рішення спрямовані на зміну факторів середовища і мотивації. Наприклад: зміна структури бізнес-організації, перегляд системи оплати праці, зміна стилю керівництва, оновлення обладнання та інші. Слід зазначити, що при реалізації нетренінгових рішень має сенс підкріплювати їх тренінговими рішеннями. Наприклад, зміна структури бізнес-організації може супроводжуватися навчанням співробітників ефективної ділової взаємодії або командоутворенню, а намір змінити стиль керівництва потребує тренінгів з менеджменту та лідерства.

Підводячи підсумки, можна сказати, що вибір навчання, адекватного існуючій ситуації та завданням бізнесу, доцільно здійснювати, з'ясувавши, які зміни в роботі персоналу бізнесорганізації повинні відбутися в результаті тренінгу.

Отже, основними заходами з удосконалення стилів керівництва та методів управління персоналом підприємства ДП «Антонов» є тренінгові та не тренінгові рішення, які повинні доповнювати один одного та стосуватися як керівництва, так і підлеглих.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

У статті розглянуті стилі і методи управління, визначені шляхи їх удосконалення. Стиль управління – сукупність способів, прийомів та механізмів владного і лідерського впливу на підлеглих з метою забезпечення виконання ними завдань та досягнення цілей організації. Найчастіше стилі управління поділяють на: авторитарний, демократичний, ліберальний. Немає

універсального стилю керівництва, керівник повинен враховувати здібності, уподобання підлеглих, сутність завдань та ін.

Дослідивши стиль управління на ДП «Антонов», можна дійти висновку, що більшість керівників мають сильно виражені лідерські якості та реалізують їх за допомогою авторитарного стилю лідерства. Але все ж таки певна частка керівників мають середні та слабкі лідерські здібності, деякі керівники взагалі вдаються до ліберального стилю управління. Серед методів управління переважають економічний та організаційно-розпорядчий. Основними заходами з удосконалення стилів керівництва та методів управління персоналом підприємства ДП «Антонов» передусім є навчання керівників й іншого персоналу, створення та підтримання корпоративної культури в ДП «Антонов», що сприяла б умілому комбінуванню авторитарного та демократичного стилів управління, які найбільше відповідають специфіці виробництва. Таким чином, керівники в ДП «Антонов» мають прагнути зробити так, щоб виконання посадових обов'язків було джерелом задоволення, натхненності і винагороди.

Отже, в умовах розірвання торговельних відносин з РФ та втрати російського ринку збуту для вітчизняної машинобудівної продукції, ДП «Антонов» завдяки вмілому застосуванню різних стилів та методів управління у період тривалої економічної та політичної кризи в країні є успішним та прибутковим. Сьогодні ДП «Антонов» підтверджує свій девіз: «Добре ім'я! Надійні крила!»

Список використаних джерел (References)

1. Балабанова Л. В. Управління персоналом : підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Виноградський М. Д. Управління персоналом: навч. / М. Д. Виноградський, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – 2-ге видання – К.: Центр учбової літератури, 2009. – С. 317–320
3. Жариков Е.С. Для тебя и о тебе: книга для учащихся / Е. С. Жариков, Е. Л. Крушельницкий. – М.: Просвещение, 1991 г. – 226 с.
4. Ігнат'єва І. А. Корпоративне управління: підручник / І. А. Ігнат'єва, О. І. Гарафонов. – К.: ЦУЛ, 2013. – 600 с.
5. Ігнат'єва І. А. Менеджмент організацій (малого та середнього бізнесу) : підручник / І. А. Ігнат'єва, О. М. Паливода, Р. В. Янковой. – К. : КНУТД, 2014. – 360 с.
6. Кузьмін О. Є. Управління персоналом: навч.-метод. посіб. / О. Є. Кузьмін. – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2011. – 236 с.
7. Лукашевич В. М. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібник / В. М. Лукашевич. – Вид. 3-ме, перероб. та доп. – Львів : Новий Світ – 2008. – 248 с.
8. Робінс С. Основи менеджменту / Пер. з англ. А. Олійник та ін. – К.: Основи, 2012. – 671 с.

9. Фетискин Н. П. Определение стиля управления руководителя с помощью самооценки / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М., Изд-во Института Психотерапии. 2002. – С. 323-326

10. Хміль Ф. І. Управління персоналом: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2009. – 488 с.

11. ДП «АНТОНОВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.antonov.com/?lang=ua>

12. Керівництво компанії «АНТОНОВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dt.ua/UKRAINE/kerivnikom-dp-antonov-stav-mihaylo-gvozdyev-175913_.html

УДК 354.1+614.2

Вовк Світлана Михайлівна

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту виробничої та невиробничої сфери Донецького державного університету управління



Длугоканська Віолетта Едуардівна

магістр кафедри менеджменту виробничої та невиробничої сфери Донецького державного університету управління



СИСТЕМА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ЯК ОБ'ЄКТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Вовк С.М., Длугоканська В.Е.

HEALTH SYSTEM AS AN OBJECT OF PUBLIC ADMINISTRATION

Vovk S.M., Dlukhanskaya V.E.

СИСТЕМА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ КАК ОБЪЕКТА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Вовк С.М., Длугоканская В.Э.

У статті розглянуто систему охорони здоров'я в контексті державно-приватного партнерства. Проаналізовано складові компоненти конкуренції лікувальних закладів при наданні медичних послуг населенню. Запропоновано механізми державного приватного партнерства у медичній сфері. Доведено необхідності координації управлінських процесів для ефективного функціонування системи управління державно-приватним партнерством в цілому і системою механізмів в межах медичної галуззі.

Ключові слова: *система охорони здоров'я, державне управління охороною здоров'я, державне управління системними змінами в сфері охорони здоров'я, державно-приватне партнерство в системі охорони здоров'я, громадське здоров'я, конкуренції за надання медичних послуг.*

The article deals with the health system in the context of public-private partnership. The components of the competition of medical institutions in the provision of medical services to the population are analyzed. The mechanisms of public private partnership in the medical sphere are proposed. The necessity of coordination of managerial processes for effective functioning of the public-private partnership management system as a whole and the system of mechanisms within the medical branch is proved.

Key words: *(public, English, Russian) health care system, public health management, state management of systemic changes in health care, public-private partnership in the health care system, public health, competition for provision of medical services services.*

В статье рассмотрена система здравоохранения в контексте государственно-частного партнерства. Проанализированы составляющие компоненты конкуренции лечебных учреждений при оказании медицинских услуг населению. Предложены механизмы государственно-частного партнерства в медицинской сфере. Доказано необходимости координации управленческих процессов для эффективного функционирования системы управления государственно-частным партнерством в целом и системой механизмов в пределах медицинской отрасли.

Ключевые слова: *система здравоохранения, государственное управление здравоохранением, государственное управление системными изменениями в сфере здравоохранения, государственно-частное партнерство в системе здравоохранения, общественное здоровье, конкуренции за предоставление медицинских услуг.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Держава - основний інструмент реалізації загальної волі та інтересів суспільства. Ключову роль в упорядкуванні й регулюванні соціальної, економічної, культурної, адміністративної та інших сфер суспільного життя відіграє державне управління. Структура, цілі, функції та завдання цього складного і багатопланового інституту постійно змінювалися. Практично до виникнення

національної держави і сучасних форм державно-політичного устрою державний вплив однаково торкався усіх сфер життєдіяльності людей [1, с.7].

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). У рамках даного підходу науковці розглядають управління як дію, спрямовану на певний процес (об'єкт) із метою забезпечення бажаного його перебігу (зміни), і як універсальне явище притаманне всім системам матеріального світу: технічним, біологічним і соціальним [1, с.8; 2, с.57, 3, с.33]. Тобто управління виникає там і тоді, коли в ньому виникає соціальна потреба.

Дослідники різних аспектів проблеми державного управління В.Д. Бакуменко [2], В.І. Луговий [3], Н.Р. Нижник [4], В.М. Мартиненко [5] та багато інших вважають, що державне управління – це складне соціальне явище, важлива складова соціального управління, до якого відноситься і система охорони здоров'я (медична система).

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Сучасна національна система охорони здоров'я України включає державний, приватний, традиційний і неофіційний сектора та виконує чотири основні функції - надання послуг, формування ресурсів, фінансування і керівництво.

Мета статті (Main purpose of the article) розглянути механізми державного управління у системі охорони здоров'я.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Система охорони здоров'я має багаторівневу, розгалужену структуру. Вона має велику кількість різних за потужністю медичних закладів (лікувальні заклади, центри первинної медико-санітарної допомоги, диспансери та ін.), вищі навчальні медичні заклади, науково-дослідні інститути, медичні коледжі, які є неоднорідними з точки зору їх обсягу та потужності. Кожна організація, яку ми перелічили має різну кількість висококваліфікованих фахівців та працюючого персоналу, відноситься до різних форм власності і, нарешті, різне підпорядкування - Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України (галузево) та ін. Тому, це обумовлює наявність низки суб'єктів управління, які опираються на певну нормативно-правову базу та виконують функції управління відносно підпорядкованих об'єктів управління.

Аналізуючи сучасну систему охорони здоров'я України за останні роки можна сказати, що, незважаючи на постійні зусилля щодо підтримки галузі, існують значні проблеми, які унеможливають систему відповідати потребам населення. Це зумовлене, досить вагомими чинниками, а саме - неефективністю організації медичного обслуговування населення, критичним станом лікувальних закладів, недостатнім використанням потенціалу медичних закладів недержавної форми власності, а також фізичних осіб - підприємців, які мають ліцензійний дозвіл щодо надання медичної допомоги населенню.

Але, необхідно враховувати, для того щоб, провести модернізацію лікувального закладу (ЛЗ) та поліпшення надання медичної допомоги населенню треба провести системні зміни, переосмислити існуючі механізми управління галуззю, розробити і запровадити нові підходи щодо оцінки саме медичної допомоги.

В першу чергу, це стосується комплексної оцінки та реформування системи державного управління охороною здоров'я, адже спроби змінити на краще ситуацію в галузі, які здійснювалися протягом останніх років, не поліпшили ситуацію.

Основний акцент змін необхідно спрямувати на міжсекторальну співпрацю і об'єднання всіх учасників (державна, бізнес, бюджетні та приватні лікувальні заклади та ін.) навколо процесу надання медичної допомоги як спільної мети. Це, в свою чергу, вимагає вироблення відповідних механізмів та критеріїв оцінювання якості медичних послуг, пошуку сучасних форм об'єднання медичних організацій, механізмів державно-управлінського впливу з одночасним контролем доцільності втручання держави з огляду на неприпустимість розвитку державного управління заради нього самого.

Так, Європейське регіональне бюро ВООЗ у своїй концепції «Здоров'я-2020: основи європейської політики і стратегії для XXI сторіччя» зазначає, що необхідно будувати нові системи колективного лідерства в підтримку інноваційних підходів соціальної мобілізації на користь справедливого, сталого та відповідального розвитку системи охорони здоров'я [7].

Там же зазначено, що хороше здоров'я людей вигідно всьому суспільству - це неоціненний ресурс. Здоров'я і благополуччя мають вирішальне значення в житті кожної людини, для кожної сім'ї і всіх спільнот, формують ключовий фактор соціально-економічного розвитку держави. Відсутність здоров'я, навпаки, веде до втрати життєвого потенціалу, викликає страждання людей і виснаження ресурсів у всіх секторах. Надання можливостей людям контролювати своє здоров'я і його детермінанти сприяє розвитку громад та підвищенню якості життя. Без активної участі самих людей багато можливостей для зміцнення і захисту їх здоров'я та підвищення рівня добробуту втрачаються. Чинники, що лежать в основі процвітання і благополуччя суспільства, які визначають здоров'я людей – стратегії або системні зміни. При цьому громадські органи охорони здоров'я та міністерства охорони здоров'я все частіше повинні виступати як ініціатори міжсекторальних взаємодій, використовуючи всі механізми і дії як представники та захисники інтересів здоров'я [7].

Саме створення стратегічного керівництва системою охорони здоров'я є провідною лінією через всю концепцію ВООЗ «Здоров'я-2020: основи європейської політики і стратегії для XXI сторіччя». Стратегічне керівництво, згідно концепції, передбачає створення таких напрямів діяльності:

- створення та реалізація національних стратегій охорони здоров'я;

- постановка стратегічних завдань і мети в області охорони здоров'я для поліпшення здоров'я країни;
- прагнення щодо надання високоякісної медичної допомоги;
- забезпечення ефективного використання ключових функцій системи охорони громадського здоров'я.

Стратегічне керівництво створює вектори для розвитку національних систем охорони здоров'я. До них можна віднести формування стимулів та критеріїв для поліпшення показників діяльності, підвищення підзвітності та прозорості, повноцінного залучення користувачів медичних послуг в організаційну структуру та до керівництва системою охороною здоров'я, яка дає змогу об'єднати існуючі ресурси та надавачів послуг з їх послугами, забезпечити здійснення єдиної політики й досягнення національних цілей в області охорони здоров'я.

Європейська концепція «Здоров'я-2020» дає таке визначення стратегічного управління: «намагання органів державного управління (уряду) та інших діючих суб'єктів керувати суспільствами, цілими країнами і навіть групами країн в їх діях із досягнення здоров'я як невід'ємної складової благополуччя, використовуючи для цього як загальнодержавний підхід, так і підхід за участю всього суспільства» [7].

У цьому визначенні здоров'я та благополуччя окреслено ключові атрибути успішного і нормально функціонуючого суспільства в ХХІ ст. Для того щоб відповідальність усього суспільства і загальнодержавна відповідальність за охорону здоров'я стали реальністю, необхідне сильне керівництво. Стратегії, дії і соціальна прихильність охороні здоров'я не можуть виникнути самі по собі. У сучасному суспільстві вплив на здоров'я настільки різнобічний і розгалужений по всіх секторах суспільства, що для зміцнення здоров'я необхідні дії на основі нового мислення і нової парадигми - традиційні лінійні раціональні моделі планування уже недостатні.

Сьогодні спостерігається процес переходу від моделі стратегічного керівництва, в центрі якої стоїть держава, до моделі співробітництва, за якою стратегічне керівництво є продуктом спільної діяльності широкого кола суб'єктів, що діють на рівні держави і суспільства: парламенти, міністерства, відомства, організації, комісії, бізнесові структури, громадські об'єднання, засоби масової інформації, громадяни. Таке стратегічне керівництво в інтересах здоров'я розосереджене по горизонталі. Це сприяє здійсненню сумісних дій у загальних інтересах сектору охорони здоров'я та інших секторів [8, с. 77].

За твердженням І.А. Грицяк і Ю.П. Сурміна можливість включення цілій охорони здоров'я є найважливішим завданням за для формування свідомості та можливості їх включення у загальний процес соціально-економічного розвитку суспільства і розвитку його людського потенціалу [9, с.13].

Очевидно, щоб досягнути такого ступеня взаємодії всередині системи державного управління, треба здійснювати дії на міжвідомчому рівні, а це безсумнівно, непросте завдання. Це пояснюється складністю питань, які підлягають вирішенню, «каверзним» характером проблем і відсутністю гнучкості бюрократичних організаційних систем.

Ситуація також ускладнюється розподілом впливу і ресурсів у суспільстві, конфліктами інтересів усередині системи державного управління, браком стимулів і недостатньою прихильністю на найвищому рівні. Нова концепція стратегічного керівництва в інтересах здоров'я, запропонована ВООЗ, об'єднує і розширює існуючі раніше концепції між секторальних дій та здорової державної політики в рамках більш широких між секторальних дій та взаємопов'язаної відповідальності всього суспільства і загальнодержавної відповідальності за охорону здоров'я. Тут важливим елементом є принцип урахування інтересів здоров'я у всіх стратегіях, який потребує винесення питання про охорону здоров'я на більш високий рівень у політичному порядку денному, активізації діалогу на рівні політики з питань здоров'я населення і його детермінант, а також підвищенню відповідальності за кінцеві результати для здоров'я [10, с. 73].

Наведені положення обумовлюють необхідність уточнення конкретних змін, яких потребує система охорони здоров'я в Україні. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020», затверджена Указом Президента України від 12 січня 2015р. № 5/2015, має чотири головні вектори перспективного розвитку країни. Це:

1. вектор розвитку - забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ і, як наслідок, підвищення стандартів життя. Україна має стати державою із сильною економікою та з передовими інноваціями;

2. вектор безпеки - забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян, захищеності інвестицій і приватної власності;

3. вектор відповідальності - це забезпечення гарантій, що кожен громадянин, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного й соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак, матиме доступ до високоякісної освіти, системи охорони здоров'я та інших послуг у державному та приватному секторах;

4. вектор гордості - забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт [11].

У рамках названих векторів «Стратегії-2020» до пріоритетних реформ відноситься системне реформування охорони здоров'я. Так, потрібно створення системи орієнтованої на пацієнта, здатної забезпечити медичне обслуговування для всіх громадян України на рівні розвинутих європейських держав. До основоположних напрямів реформ у цій галузі поряд з підвищенням особистої відповідальності громадян за власне здоров'я,

забезпеченням для них вільного вибору постачальників медичних послуг належної якості, надання адресної допомоги найбільш соціально незахищеним верствам населення, має стати створення бізнес-дружньої обстановки на ринку охорони здоров'я на рівні розвинутих європейських держав [11].

Орієнтиром для реформи є програма Європейського Союзу «Здоров'я-2020: основи європейської політики і стратегії для XXI сторіччя».

Необхідність реформування сфери охорони здоров'я передбачена проектом Світового Банку «Поліпшення охорони здоров'я на службі людей» [12], Меморандумом між Україною та Міжнародним валютним фондом про економічну та фінансову політику, укладеним у зв'язку з підписанням чотирьохрічної розширеної угоди в рамках Механізму розширеного фінансування (EFF) Міжнародного валютного фонду (лютий–березень 2015р.) [13], Національною стратегією побудови нової системи охорони здоров'я в Україні на період 2015–2020 років [14], іншими нормативно-правовими актами та програмними документами щодо реформування охорони здоров'я в Україні.

Крім того, Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, яка вступила в силу з 1 вересня 2017 року, передбачає посилення співпраці у сфері охорони здоров'я між Україною та Європейським Союзом. Мета підвищення рівня безпеки та захисту здоров'я людини, як передумови сталого розвитку та економічного зростання (глава 22 «Громадське здоров'я»). Таке співробітництво повинно зміцнювати систему охорони здоров'я України та її потенціалу, у тому числі шляхом реформування.

30 листопада 2016 року розпорядженням кабінету Міністрів України була схвалена Концепція розвитку системи громадського здоров'я, мета - формування та реалізації ефективної державної політики для збереження та зміцнення здоров'я населення, збільшення тривалості та покращення якості життя, попередження захворювань, продовження активного, працездатного віку та заохочення до здорового способу життя шляхом об'єднання зусиль усього суспільства [15]. Реалізувати її передбачається протягом 2017-2020 рр.

Розпорядження Кабінету Міністрів України від 8 вересня 2016р. № 653-р «Про затвердження плану заходів на 2017 рік щодо реалізації Національної стратегії з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року «Рухова активність – здоровий спосіб життя – здорова нація» було схвалено Президентом України. В ньому чітко окреслено необхідність створення сприятливих умов для зміцнення та збереження здоров'я людей як найвищої соціальної цінності, забезпечення реалізації права особи на оздоровчу рухову активність.

Таким чином, система охорони здоров'я як об'єкт державного управління потребує системних змін, до яких ми відносимо:

- розвиток міжсекторальної співпраці та широке запровадження в медичній галузі державно-приватного партнерства;
- поліпшення стану громадського здоров'я шляхом демографічної модернізації та розвитку конкуренції за надання медичних послуг;
- трансформація державного управління власністю в медичній сфері шляхом роздержавлення та приватизації;
- удосконалення механізмів державного управління системними змінами в сфері охорони здоров'я з урахуванням основних напрямів медичної реформи та європейських стандартів охорони здоров'я.

Для наукового аналізу системних змін в системі охорони здоров'я слід уточнити постійно-категоріальний апарат теорії державного управління охороною здоров'я, зокрема поняття: «система охорони здоров'я», «державне управління охороною здоров'я», «державне управління системними змінами в сфері охорони здоров'я», «державно-приватне партнерство в системі охорони здоров'я», «громадське здоров'я», «конкуренції за надання медичних послуг».

Система охорони здоров'я (СОЗ) є головною соціально-економічною, культурною та політичною сферою будь-якої держави. Вона найбільш чутлива до всіх змін які відбуваються у країні, реагує на створення будь-яких факторів, які тягнуть за собою ризики для здоров'я: бідність, недостатнє харчування, погіршення якості води, погані сільськогосподарські умови, деградацію довкілля зі змінами клімату, недостатність йоду, заліза, збільшення артеріального тиску, безпрецедентне поширення хронічних неінфекційних хвороб, ВІЛ/СНІД, атипові пневмонії, туберкульоз, надмірне споживання солі, цукру, жирів, високий рівень холестерину, тютюнопаління, зловживання алкоголем, ожиріння [6, с. 33].

Зараз більшість країн світу почали переосмислення здоров'я населення з точки зору його як економічної категорії, а не тільки як медичної та соціальної. До цього призвели оцінки експертів, за даними яких витрати на медичну допомогу в зв'язку з захворюваністю становлять 47,9 %, немедичні витрати (втрати доходів у зв'язку із захворюваністю та передчасною смертністю населення) становлять 52,1 % [16, с.53; 21].

Отже, згідно визначенню ВООЗ, система охорони здоров'я - це сукупність усіх організацій, інститутів і ресурсів, головною метою яких є поліпшення здоров'я. Для функціонування системи охорони здоров'я необхідні кадрові ресурси, фінансові кошти, інформація, устаткування й матеріали, транспорт, комунікації, а також загальне керування й керівництво. У рамках системи охорони здоров'я повинні надаватися послуги, чуйно реагують на потреби і справедливі з фінансової точки зору, при поважному відношенні до людей.

Прогрес у досягненні основних цілей СОЗ безпосередньо залежить від ефективного виконання управлінських функцій, формування ресурсів, надання послуг, фінансування. В першу чергу, це стосується державного управління системою охорони здоров'я.

Аналізуючи зміст управління медичною сферою як різновиду соціального управління, зазначені вчені вказують, що управління охороною здоров'я є особливою соціальною функцією, що виникає з потреби самого суспільства як самокерованої системи і супроводжує усю його історію [3, с. 5-6].

Питання державного управління охороною здоров'я [2] дає можливість в рамках дослідження виокремити такі підходи:

- державне управління охороною здоров'я є одночасно механізмом та формою реалізації управління суспільством;
- управлінський вплив обов'язково містить організаційний компонент у медичному закладі, який проявляється в спрямуванні та практичному здійсненні взаємодії людей і має два зрізи: статичний (структурний) та динамічний (функціональний);
- звідси слідує висновок про поділ медичної сфери як загального інституту управління на певну суб'єктну структуру, що складається з органів державного управління і бізнесу;
- об'єктами державного управління охорони здоров'я виступають певні суспільні відносини, з одного боку, і відносини у самій організаційній системі, тобто відносини між різними органами держави, всередині та між самими лікувальними установами.

Розмежування спрямованості управлінського впливу держави на суспільство, приватний бізнес, систему власної організації та галузей визначається:

- поняттям державного управління охороною здоров'я як явища, системи управління як організаційної (структурно-функціональної) форми реалізації в умовах державно-приватного партнерства,
- механізмами і системою державного управління охороною здоров'я;
- змістом управлінських процесів та управлінських дій всередині державних медичних організацій і всередині приватних медичних закладів.

М.М. Білінська пропонує загальне визначення державного управління в галузі охорони здоров'я як комплексу прийнятих загальнодержавних рішень чи взятих зобов'язань щодо збереження та зміцнення фізичного і психічного здоров'я та соціального благополуччя населення як найважливішої складової її національного багатства шляхом реалізації сукупності політичних, організаційних, економічних, правових, соціальних, культурних, наукових та медичних заходів з метою збереження генофонду української нації, її гуманітарного потенціалу та врахування вимог нинішнього і майбутніх поколінь в інтересах як конкретної людини (особистості), так і суспільства в цілому [9, с. 7].

М.М. Шутов зазначає, що здоров'я – це основна складова ресурсного потенціалу, а саме: основний економічний ресурс країни. У своїх дослідженнях він наголошує, що результат економічної діяльності держави, регіонів і господарюючих суб'єктів залежать від наявності і взаємодії таких факторів як: природні ресурси, капітал (матеріальні засоби виробництва або

фінанси), праця і підприємницька активність, які повністю пов'язані з людиною, їх станом здоров'я, здібностями та можливістю брати участь у виробничому процесі [6, с. 97].

На нашу думку, найбільш раціональним є визначення, яке належить відомим ученим-академікам - фізіологу В. П. Казначееву та психологу Е. О. Спіріну: «Здоров'я індивіда – це динамічний процес збереження й розвитку його соціально-природних (біологічних, фізіологічних і психічних) функцій, соціально-трудової, соціокультурної і творчої активності за максимальної тривалості життєвого циклу» [9].

Отже, поняття «здоров'я» – доволі багатоманітне. Через це малоімовірно описати його за допомогою обмеженої кількості узагальнених формальних схем. Вирішення цього завдання ускладнене ще й тим, що при створенні теоретико-методологічних основ (теорії) про здоров'я її термінологічний апарат безперервно видозмінюватиметься, розширюватиметься й поглиблюватиметься.

З наведених визначень стає повністю зрозуміло, що зміст поняття «система державного управління охороною здоров'я» - це забезпечення суспільного здоров'я, яке можливе шляхом проведення певних заходів – організаційних, фінансових, правових і суто медичних і вони вимагають певного управління цим явищем. Тому можна стверджувати, що громадським здоров'ям можна керувати, впливаючи на його стан шляхом формування і реалізації державної, регіональної і місцевої політики охорони здоров'я, проведенням різноманітних, у тому числі медико-санітарних заходів.

Таким чином, стають зрозумілими труднощі визначення цього поняття. У межах конкретних наук та наукових дисциплін, особливо прикладного характеру, дати чітке визначення цього феномену дуже важко: їхні можливості у розкритті змісту й суті здоров'я обмежені.

У деяких дослідженнях поняття «партнерство» та «товариство» ототожнюються. Так, згідно тлумачного словнику з фінансів [8, с.551], товариство визначається як об'єднання декількох суб'єктів, спільна участь на рівних правах, відносини, засновані на взаємній підтримці, спільності інтересів і діяльності. Взагалі, товариство – це асоціація двох і більше осіб, створене з метою ведення ділових відносин. Зазвичай товариство засновується на підставі договору. Але, поряд з цим виникає питання про зміст та обумовленість певними механізмами державно-управлінської діяльності у сфері охорони здоров'я і необхідність виявлення особливостей цієї взаємодії не тільки з суспільством, а і з приватним бізнесом, що, за визначенням Світового банку, є категорією державно-приватного партнерства [6].

Поняття «партнерство» треба розмежувати з поняттям «взаємодія». Відповідно до Словника економічних термінів, «взаємодія – об'єктивна й універсальна форма руху, розвитку, що визначає існування і структурну організацію будь-якої матеріальної системи» [17]. Але взаємодія

розглядається і як філософська категорія, що відображає процеси співпраці різних об'єктів один з одним, їх взаємну обумовленість, зміни стану, взаємний перехід або поглинання одним об'єктом іншого [6, с.237]. За нашими міркуваннями, взаємодія виступає як інтегруючий фактор, за допомогою якого відбувається об'єднання частин, організація структур.

У науковій літературі поняття «партнерство» порівнюють з поняттям «співпраця». На наш погляд, «співпраця» - більш складне і широке визначення, оскільки воно поширене в науці, мистецтві, педагогіці та інших галузях, де не передбачається утворення юридичної особи за договором і не створюються економічні відносини.

Що стосується поняття «державно-приватне партнерство» (ДПП), С.В.Підгаєць зазначає, що формування управління державно-приватним партнерством є найдзвичайно складним, комплексним явищем у сучасних умовах, та поряд з цим це найбільш дієвим механізмом для розвитку медичної галуззі країни [16].

Європейська економічна комісія ООН під державно-приватним партнерством (ДПП) розуміє об'єднання держави і приватного бізнесу, яке здійснюється з метою забезпечення фінансування, планування, створення та експлуатації об'єктів і надання якісних громадських послуг. При цьому головними особливостями ДПП зазначаються: а) довгостроковість забезпечення та надання послуг (іноді понад 30 років); б) розподіл ризиків між державними та приватними партнерами; в) різноманітність форм довгострокових контрактів, які укладаються між приватними та державними структурами [19].

В Законі України «Про загальні засади розвитку державно-приватного партнерства в Україні» (стаття 1), під державно-приватним партнерством визначається, співробітництвом між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами (державні партнери) і юридичними або фізичними особами-підприємцями (приватні партнери), за винятком державних та комунальних підприємств, що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим Законом, іншими законодавчими актами. Водночас партнерство є формою співпраці, в якому держава і приватний сектор спільно реалізують громадські значущі проекти на умовах розподілу завдань і ризиків. Якщо розглядати іншу форму ДПП – інституційну, на базі створення юридичної особи, то в такому разі партнерські відносини будуть мати невизначений характер, що може бути вигідно чи не вигідно державі в різних конкретних випадках.

В дослідженні Т.В.Новаченко, Н.В.Піроженко в рамках державно-приватного партнерства виділяються три складові:

публічна, вона поєднує органи державної влади, тобто організації, майно яких перебуває в державній чи комунальній власності;

комерційна, яка вміщує приватні організації, що переслідують одержання прибутку як основну мету своєї діяльності, і майно яких не перебуває в державній чи комунальній власності;

некомерційна або громадська, представлена приватними некомерційними організаціями. Вони мають свої відмінні ознаки: вони не мають за основну мету своєї діяльності одержання прибутку і не розподіляють отриманий прибуток серед своїх учасників, майно цих організацій не перебуває в державній чи комунальній власності.

Ці характеристики можна використати для вирішення деяких питань у медичній сфері, а саме скерованість органів державного управління охороною здоров'я та приватного бізнесу на вирішення завдань і досягнення цілей, визначених державною політикою у сфері охорони громадського здоров'я населення; визначення певних механізмів і видів управлінського впливу на об'єкти у сфері охорони здоров'я в рамках партнерств, де ці функції є специфічними, а їх характер і зміст визначається особливостями керованих об'єктів.

З огляду на сказане, доцільно запропонувати уніфіковане розуміння державного управління в системі ДПП, виходячи з ролі держави та бізнесу у суспільстві: державне управління в системі ДПП – це сукупність довгострокового використання майна та призначень держави як суб'єкта управління в суспільстві, завдяки взаємовигідному співробітництву публічного (державного) та приватного партнерів (досягнення завдань державно-правових утворень, підвищення рівня доступності та якості державних послуг, залучення приватних ресурсів і розподілу ризиків між партнерами), яка реалізується у відповідних видах діяльності органів державного управління: правотворчій, виконавчій (організаційній, регуляційній, координаційній, інформаційній), судово-арбітражній, інформаційній.

Відповідно до наведеного визначення можна запропонувати удосконалену класифікацію функцій державного управління в системі ДПП, яка, по-перше, систематизує теоретичні положення щодо функцій держави безвідносно до рівня сформованості і змісту системи державно-приватного партнерства, а по-друге, більш точно враховує природу самих функцій та створює підстави для аналізу їх взаємодії (рис. 1.1.).

Аналіз наведених визначень дозволяє уточнити деякі особливості у здійсненні механізмів державного управління в ході реалізації державно-приватного партнерства:

- ступінь однорідності управлінської діяльності та процесів залежить від компетенцій і ступеню їх визначеності, повноважень і ступеню їх централізації, адміністративного поділу як структурної характеристики системи державного управління;
- системи ухвалення рішень на різних рівнях влади можуть бути різними, а значить послідовність управлінських дій на цих рівнях буде різною;
- чим нижчим є рівень управління, тим більш персоналізованими є ухвалення, виконання та контроль управлінських рішень;

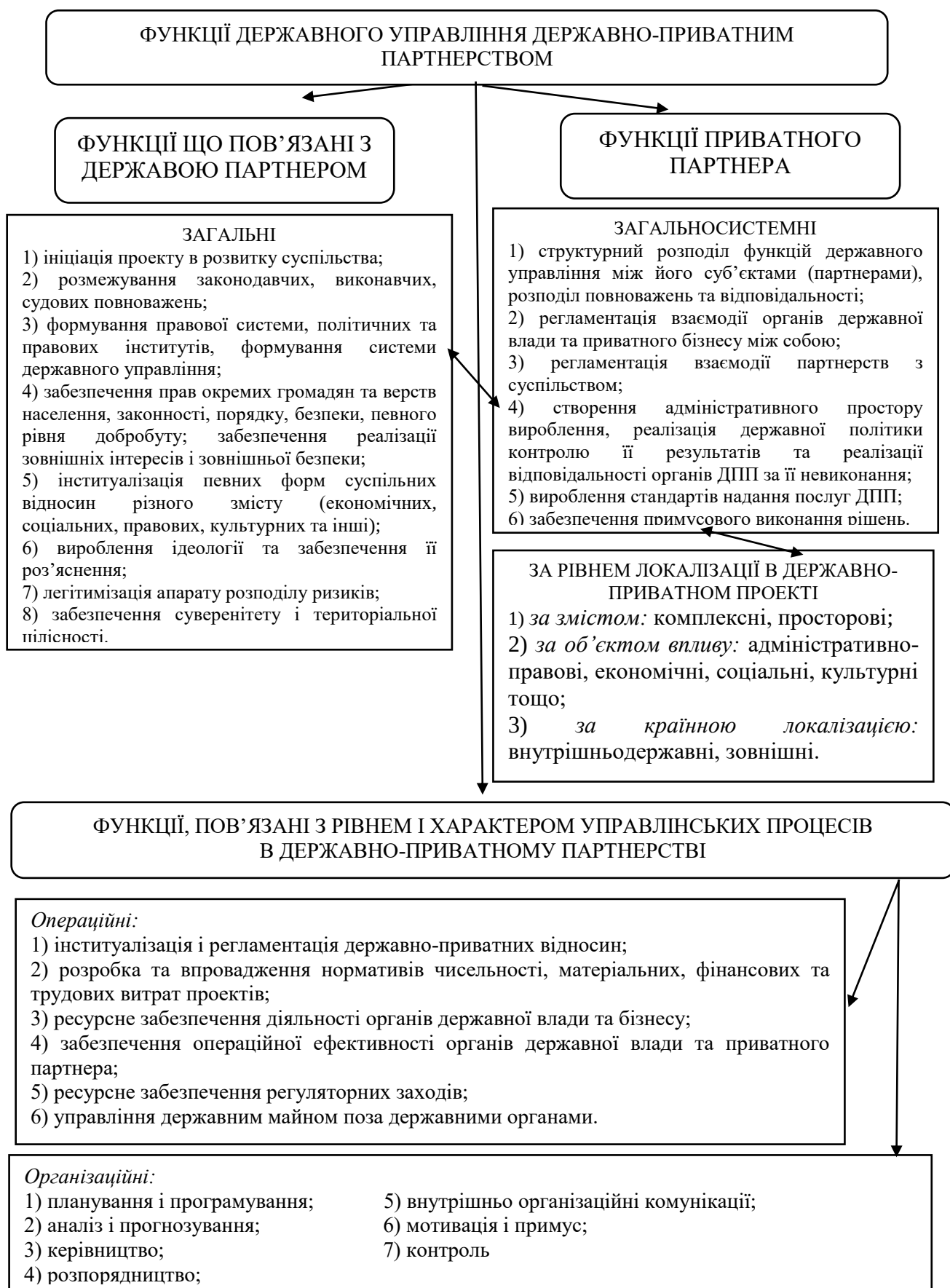


Рис. 1.1. Класифікація функцій державного управління в системі державно-приватного партнерства

- кожний суб'єкт ухвалення рішень в силу обмеженості компетенцій та повноважень має вступати у взаємодію з іншими суб'єктами з метою координації власних дій;

- в кінцевому рахунку виконання функції державного управління залежить від результату субординації, координації та реординації управлінських дій в системі складних взаємодій між суб'єктами прийняття рішень різних рівнів.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Отже, передумовами необхідності координації управлінських процесів для ефективного функціонування системи управління державно-приватним партнерством в цілому і системою механізмів в межах окремої галуззі виступають:

- різниця у конфігурації інтересів і відповідних компетенцій партнерів;
 - різниця в цільових установках: держава як одна з сторін партнерства виступає в ролі носія суспільно значущих інтересів і цілей, причому виконує не тільки цілепокладання але і контрольну функції;

- різниця в правових засадах діяльності: державне управління в цілому, в т.ч. на рівні окремих суб'єктів-органів, реалізується на засадах публічного права (конституційного, адміністративного), тобто держава як така або в особі своїх органів має відносно вищий статус, ніж будь-які інші суб'єкти суспільних відносин, тоді як організаційні дії всередині системи управління певним державним органом ґрунтуються, перш за все, на трудових відносинах та внутрішньому розпорядку;

- різниця в характері та обсягах впливу з боку контактних аудиторій: держава виступаючи в ролі учасника господарського обороту, зацікавлена як у ефективності загальних результатів проекту ДПП, так і в забезпеченні власного комерційного ефекту; персоніфікація інститутів державного управління у партнерстві є в більшій мірі є результатом державно-економічних процесів, зміни громадської думки, очікувань населення, тоді як кадровий склад у медичних закладах є більш стабільним, формуючи усталений бюрократичний апарат;

- різниця в методах впливу: державне управління у державних установах в цілому базується на легітимному примусі, тобто на створенні адміністративного простору, в якому рішення будуть нав'язуватися, а їх невиконання – каратися в рамках адміністративного або силового примусу, тоді як в державно-приватному партнерстві ефективність діяльності значною мірою залежить від підвищення операційної ефективності за рахунок економічних, психологічних методів;

- різниця у сегментних інтересах: приватний партнер, як кожен нормальний підприємець, переслідує мету максимізації прибутку, тому в сегменті комерційному, на відміну від державно-суспільного сегмента, реалізується між партнерами цілком доречний і навіть необхідний торг про можливий розділ виникаючих ризиків, про характер делегованих повноважень та умов їх передачі та використання.

З огляду на сказане, розв'язання задачі теоретичного пояснення механізму взаємодії управлінських процесів в системі державного-приватного партнерства у сфері охорони здоров'я, особливо з урахуванням їх поділу на рівні центральної та регіональної влади, потребує конкретизації напрямів модернізації управлінських процесів та факторів, що визначають результативність їх взаємодії.

Список використаних джерел (References).

1. Державне управління охороною здоров'я в Україні: генеза і перспективи розвитку: кол. моногр. / [кол. авт. ; упоряд. проф. Я. Ф. Радиш, передм. Т. Д. Бахтеєвої ; за заг. ред. проф. М. М. Білинської, проф. Я. Ф. Радиша]. – К. : НАДУ, 2013. – 424 с.- С. 7.
2. Бакуменко В.Д. Формування державно-управлінських рішень: Проблеми теорії, методології, практики: Моногр. - К.: Вид-во УАДУ. - 2000. - 328 с.- С. 57
3. Луговий В. І. Десять років становлення (досвід досліджень, розробок і впроваджень у сфері державного управління) [Текст]: зб. матеріалів: [наук вид.] / В. І.Луговий; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - К. : Вид-во НАДУ, 2005. - 356 с. – С. 33
4. Нижник Н.Р., Системний підхід в організації державного управління / Н.Р. Нижник, О.А. Машков – К.: Вид-во УАДУ, 1998. – 160 с. – С.
5. Мартиненко В. М. Державне управління: шлях до нової парадигми (теорія та методологія) : монографія / В. М. Мартиненко. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2003. – 218 с.
6. Думанский Ю.В. Современное состояние систем здравоохранения мира: монография / Думанский Ю.В., Шутов М.М., Лобас В.М., Вовк С.М. – Донецк: ВИК. – 2013. – 368 с. – С. 33
7. «Здоровье-2020: основы европейской политики и стратегия для XXI века» - [Електроний ресурс] - Режим доступу: http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0017/215432/Health2020-Long-Rus.pdf?ua=1.
- 8 Карамішев Д. В. Концепція інноваційних перетворень: міжгалузевий підхід до реформування системи охорони здоров'я (державно-управлінські аспекти):[монографія] // Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр. – 2004. – 304 с. – С.77
9. Державне управління в умовах глобальної та Європейської інтеграції / наук.-ред. колегія : І. А. Грицяк (співголова), Ю.П. Сурмін (співголова) та ін. - 2011. - 764 с. – С. 13
10. Шафранський В.В. Основи Європейської політики і стратегія для ххі століття: стратегічне керівництво в інтересах здоров'я/ В.В. Шафранський, Г.О. Слабкий, Л.О. Качала // Економіка і право охорони здоров'я. № 2 (4), 2016.- С. 72-75.
11. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020». [Електронний ресурс]: Указ Президента України від. 12 січ. 2015 р. № 5/2015 / Офіц. представництво. Президента України. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>. – Назва з екрана.

-
12. Спільний зі Світовим Банком проект МОЗ України «Поліпшення охорони здоров'я на службі у людей» »: <http://wb.moz.gov.ua/>
 13. Меморандум про економічну і фінансову політику - - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/control/uk/index>
 14. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015–2020 роки - [Електронний ресурс] - Режим доступу: moz.gov.ua/uploads/0/691-strategiya.pdf
 15. Концепція розвитку системи громадського здоров'я [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250214112>
 16. Державне управління охороною здоров'я України: [монографія] / [Лазоришинець В.В., Слабкий Г.О., Ярош Н.П., Чепелевська Л.А., Шевченко М.В., Кутуза А.С., Ціборовський О.М., Істомин С. В., Кондратюк Н.Ю., Кучеренко Н.Т., Тяпкін Г.М.] – К., 2014. – 312 с. – С. 53
 17. The role of WHO in public health [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.who.int/about/role/en/index.html>
 18. ВООЗ - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.who.int>
 19. Aslund A (2005). The economic policy of Ukraine after the Orange Revolution. Eurasian Geography and Economics, 46(5):327–353.
 20. Gargan, John J. Handbook of State Government Administration (Public Administration and Public Policy) - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_2/PUBLIC_Administr.pdf

УДК 35.082.4
doi:10.15421/151617

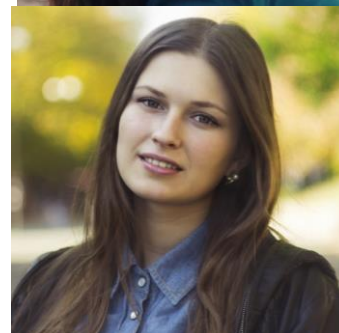
Хім Марія Кімсанівна

асистент кафедри адміністративного і
фінансового менеджменту Національного
університету «Львівська політехніка»



Василевська Ірина Валеріївна

магістрант кафедри технологій управління
Національного університету «Львівська
політехніка»



РОЗРОБКА ЕФЕКТИВНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ НА ОСНОВІ ДОСВІДУ РОЗВИНУТИХ КРАЇН.

Хім М. К., Василевська І. В.

DEVELOPMENT OF AN EFFICIENT INNOVATION SYSTEM OF MOTIVATION OF PUBLIC WORKERS ON THE EXPERIENCE OF DEVELOPED COUNTRIES.

Khim M. K., Vasylevska I. V.

РАЗРАБОТКА ЭФФЕКТИВНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ НА ОСНОВЕ ОПЫТА РАЗВИТЫХ СТРАН.

Хим М. К., Василевская И. В.

В статті розглянуто проблеми та критерії ефективної мотивації персоналу у сфері державної служби. Досліджено загальну позицію України в світових рейтингах якості державного врядування. Виявлено якісні та кількісні зміни мотивації державної служби в країні протягом 2015-2017 років і визначено позитивні та негативні наслідки їх впровадження. Окремо виділено актуальне питання оплати праці молодих та нових фахівців в державних сферах. Протягом вивчення теми акцентовано увагу на змінах сучасної структури грошової винагороди державних службовців та виявлено

її недоліки, сформовано планові вектори зрушення в позитивну сторону, результатом чого і стала розробка рекомендацій, на базі попереднього досвіду високо розвинутих держав, для ефективної інновації мотивації держслужбовців різних категорій.

Ключові слова: державна служба, державне управління, матеріальний стимул, мотивація, тарифна сітка, інноваційна система.

The article deals with the problems and criteria of effective motivation of personnel in the field of civil service. The general position of Ukraine in the world rankings of the quality of state governance is researched. The qualitative and quantitative changes in the motivation of civil service in the country during 2015-2017 years are revealed and the positive and negative consequences of their implementation are determined. The actual issue of remuneration of young and new specialists in state spheres is separately highlighted. During the study of the topic attention was focused on changes in the modern structure of the monetary remuneration of civil servants and its deficiencies were identified, the planned vectors of the shift in the positive direction were formed, which resulted in the development of recommendations based on the previous experience of highly developed countries for the effective innovation of the motivation of civil servants of different categories.

Key words: public service, public administration, material incentive, motivation, tariff grid, innovation system.

В статье рассмотрены проблемы и критерии эффективной мотивации персонала в сфере государственной службы. Исследовано общую позицию Украины в мировых рейтингах качества государственного управления. Выявлено качественные и количественные изменения мотивации государственной службы в стране в течение 2015-2017 годов и определены положительные и отрицательные последствия их внедрения. Отдельно выделены актуальный вопрос оплаты труда молодых и новых специалистов в государственных сферах. В течение изучения темы акцентировано внимание на изменениях современной структуры денежного вознаграждения государственных служащих и выявлены ее недостатки, сформирован плановые векторы сдвиги в положительную сторону, результатом чего и стала разработка рекомендаций, на базе предыдущего опыта высокоразвитых государств, для эффективной инновации мотивации госслужащих разных категорий.

Ключевые слова: государственная служба, государственное управление, материальный стимул, мотивация, тарифная сетка, инновационная система.

Постановка наукової проблеми (Introduction): Мотивація персоналу допомагає підвищувати продуктивність праці. Це ключовий напрямок політики управління персоналом будь-якого підприємства, в тому числі

державного. Важливо вміло виявляти та застосовувати такі методи заохочення, які не будуть сильно обтяжувати бюджет організацій, але водночас принесуть максимальний ефект, до того ж, коли мова йде про державний апарат, ефективність роботи якого є основою стабільності держави в цілому.

Для успішної самореалізації держслужбовців у професійній діяльності повинна бути достатня мотивація. У сучасних умовах проблемою мотивації є її недосконалість у сфері державної служби, урізане фінансування заходів, спрямованих саме на якісне стимулювання росту продуктивності праці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій (Analysis of recent researches and publications). Питанням мотивації праці персоналу взагалі і державної служби зокрема присвячено досить широке коло праць зарубіжних і вітчизняних авторів, а саме: Дж. Мургеда, Р. Гриффіна, Н. Гончарук, С. Гайдученка, В. Гончарова, А. Єгоршина, О. Єськова, С. Занюк, О. Крушельницької, Д. Мельничука, А. Кібанова, І. Баткаєва, О. Мітрофанова, М. Ловчева, В. Лукашевича та інших [1-11]. Однак деякі питання щодо визначення основних мотиваторів персоналу у сфері державної служби потребують подальшого системного вивчення

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Проблема мотивації державних службовців України досі залишається малодослідженою, зокрема, недостатньо висвітлені питання мотивації державних службовців в умовах політичної нестабільності та прагнення уряду до євроінтеграції.

Мета статті (Main purpose of the article). Завдання полягає в є розробці критеріїв ефективної інноваційної системи мотивації державних службовців, спираючись на досвід розвинутих країн.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Мотивація персоналу допомагає підвищувати продуктивність праці – це ключовий напрямок політики управління персоналом будь-якого підприємства, в тому числі державного. Важливо вміло виявляти та застосовувати такі методи заохочення, які не будуть сильно обтяжувати бюджет організацій, але водночас принесуть максимальний ефект, до того ж, коли мова йде про державний апарат, ефективність роботи якого є основою стабільності держави в цілому. Для успішної самореалізації держслужбовців у професійній діяльності повинна бути достатня мотивація.

В Україні кількість держслужбовців на душу населення є доволі високою – на одного чиновника припадає 170 громадян [12]. Разом з цим, в рейтингах якості врядування наша країна займає низькі позиції, для прикладу, 103 місце зі 137 країн за показником «Public-sector performance» в рейтингу Global Competitiveness Index WEF 2017-2018, хоча порівнюючи з рейтингом за попередні роки, Україна піднялась за цим показником на 11 щаблів.[13]

В Україні у сфері управління державною службою відсутнє єдине бачення перспектив її розвитку, що зумовлює невизначеність професійної діяльності держслужбовців.

У 2015 році почались реформи сектору державного управління: Верховна Рада прийняла закон «Про державну службу» та «Стратегію реформування державного управління України на 2016-2020 роки». Остання, чинна редакція Закону України «Про державну службу» прийнята була 11 жовтня 2017 року і в ній вказані плани, що до кінця 2017 року на оплату праці в державному секторі видатки будуть сягати 10,8% ВВП, та попри це, плануються також і якісні зміни: впровадити відкриті конкурси на вакантні посади в державній службі, щоб залучити людей з-поза меж системи, та підвищення винагороди на державній службі та зміни структури оплати праці[14].

Нині діюча загальна система оплати праці працівників публічного сектору на базі тарифної сітки. Заробітна плата поділена на наступні складові: базові, тимчасові та пільгові (табл.1) [15].

Таблиця 1.

Складові заробітної плати держслужбовця України.

№	Складова	Визначення
1.	Базова	Посадовий оклад та постійні надбавки за вислугу років та за ранг державного службовця.
2.	Тимчасова	Премії за результатами діяльності (можлива як місячна, так і квартальна та щорічна премія) та тимчасові надбавки за додаткове навантаження, за інтенсивність праці та особливо важку роботу
3.	Пільгова	Медичне обслуговування та службове житло, з можливістю приватизації., соціальні гарантії (можливість безкоштовно відвідувати відомчі лікувальні заклади та бази відпочинку, довша тривалість оплачуваної відпустки).

Дана система має ряд недоліків, найсуттєвіший – надто велика частка тимчасових компонентів у зарплаті робить службовців нижнього рангу заручником керівника, що в свою чергу призводить до схиляння до корупції та зловживання службовим становищем, і в дещо довшій перспективі проявляється в складі службовців державного сектору: потенційні добropорядні працівники не витримують напруги та тиску і вимушені звільнитись або ж підкорюються внутрішній «системі».

Новий закон збільшив частку посадову ставку з 26% у 2017 році до 34% і надалі різницю планують зменшувати до 2019 року (див. табл. 2) [16]. Тобто з 1 січня 2019 року щоквартальні премії будуть обмежені 30% річної ставки, а розмір преміального фонду не перевищить 20% річного фонду оплати праці. Ця радикальна зміни допоможуть уникнути маніпуляцій з постійно вакантними місцями у відділах задля примноження вільних ресурсів для виплат премій собі чи своїм підлеглим.

Таблиця 2.

Фактична та очікувана структура грошової винагороди за законом, %
від загальної виплати

№	Компоненти грошової винагороди	Частка в структурі за 2017 рік	Частка в структурі за 2019 рік,
1	Посадовий оклад	30 %	40-50 %
2	Постійні надбавки	10-20 %	20-30 %
3	Додаткові стимулюючі надбавки	15 %	10-20 %
4	Премії	35-45 %	10 %

Актуальним залишається питання оплати праці молодих спеціалістів та нових фахівців, які приходять на державні посади з інших напрямків. В новому законі не відмінено високі надбавки за вислугу років, саме тому, ситуація, коли службовець середньої ланки може отримувати заробітну плату більше за новопризначеного службовця вищих ланок, з достатнім досвідом роботи та знань, але які не рахуються як стаж для додаткових виплат.

У світовій практиці відомі різні варіації зі складом доплат, які не постійно мотивують працівників до покращення їх якості праці. У 1980-х роках розвинуті країни визначили частину винагороди державних службовців як частку від оцінки результатів роботи працівника. Нині дана практика застосована більшістю держав світу.

Наприклад, Німеччина складові доплат залежно від результату роботи ввела у 1997 році: одноразова річна премія у розмірі заробітної плати початкового рівня, або щомісячну премію до 7% початкового базового окладу.

Деякі країни встановили ліміт на частку премій у загальній виплаті працівнику. У Латвії та Словенії загальний обсяг бонусів не може перевищувати 40% та 55% сукупної оплати відповідно.

Перш ніж застосовувати якісь зміни, вважаємо, доцільно провести аналіз як в Україні для нових та старих чиновників працюють різні нематеріальні чинники: кар'єрні перспективи, умови праці, додавання повноважень та інші.

В Україні оплата праці спеціалістів центральних органів державної влади на 25 % вища, ніж для посад, аналогічних за змістом роботи, в приватному секторі. І водночас, для керівників приватний сектор пропонує заробітну плату на 50% вищу ніж державний [17].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі (Conclusions and further researches directions). Проаналізувавши ряд проблем мотивації державних службовців, можемо визначити декілька основних моментів, які необхідно врахувати у розробці нової ефективної інноваційної системи мотивації праці. Однозначно, важливим є ведення бази інтегрованого кадрового та зарплатного обліку службовців, додатково при введенні нових диференціацій в оплаті праці

варто попередньо оцінити наслідки різних варіантів змін у структурі заробітної плати для працівників різного віку та особистісних відмінностей. Особливо важливим, на наш погляд, також є зміна механізму формування винагороди – необхідно спростити надбавки до зарплати та інші матеріальні стимули, зробити матеріальне стимулювання прозорим, оскільки в Україні бюджетні ресурси обмежені та постійно виникають корупційні ризики. До того ж, справедливим буде зрівняти рівні оплати праці в різних відомствах, кандидатів на посаду потрібно оцінювати не лише за документами та знаннями законів, а й за лідерськими якостями, навичками комунікації, вмінням працювати в команді, варто звертати увагу на їх особисті цінності та вмотивованість, адже державна служба, в першу чергу, повинна базуватись на патріотизмі та бажанні допомагати людям, а не на бажанні заробити більше грошей та отримати владу.

Список використаних джерел (References):

1. Артеменко Н. Ф. Управління професіоналізацією кадрів державної служби України: форми, методи, технології: монографія / Н. Ф. Артеменко, Н. Т. Гончарук. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2012. – 184 с.
2. Артеменко Н. Ф. Мотивація як чинник підвищення професійної компетентності та кар'єрного зростання державних службовців / Артеменко Н. Ф. // Теоретичні і прикладні питання державотворення [Електронне фахове видання] : зб. наук. пр. – 2008. – № 2. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/tppd/2008-2/08anfzds.htm/odyframe.htm> – Назва з екрана.
3. Гайдученко С. О. Тексти лекцій з навчальної дисципліни «Мотивація персоналу» (для студентів 5 курсу спеціальності 7.03060101, 8.03060101 «Менеджмент організацій і адміністрування») / С. О. Гайдученко; Хар. нац. ун-т. міськ. госп-ва. ім. О. М. Бекетова – Х. : ХНУМГ, 2013. – 111 с.
4. Гончаров В. М. Формирование системы мотивации труда на предприятии в условиях перехода к рыночной экономике / Под ред. В. М. Гончарова. – К. : Техника, 2001. – 112 с.
5. Єськов О. Мотивація і стимулювання праці / О. Єськов // Економіка України. – 2008. – № 2. – С. 82 – 83.
6. Егоршин А. И. Основы управления персоналом: учеб. пособие для вузов / А. И. Егоршин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 356 с.
7. Занюк С. Психологія мотивації / С. Занюк. – К. : Либідь, 2002. – 86 с.
8. Кибанов А. Я., Управление персоналом организации / Под ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 483 с.
9. Кибанов А. Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности / И. А. Баткаева, Е. А. Митрофанова, М. В. Ловчева. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 524 с.
10. Крушельницька О. В. Управління персоналом: навчальний посібник / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : Кондор. – 2006. – 308 с.

-
11. Лукашевич В. В. Основы управления персоналом: учеб. пособие / Под ред. В. В. Лукашевич. – М. : КНОРУС, 2007. – 232 с.
 12. Бондар В. Д. Мотивація трудової діяльності державних службовців: вітчизняний та світовий досвід / В. Д. Бондар // Університетські наукові записки. – Хмельницький, 2006. – № 3–4. – С. 158–167.
 13. Грищенко В.Ф. Інноваційні підходи до удосконалення системи мотивації персоналу підприємств України у сучасних умовах господарювання / В.Ф. Грищенко, М.С. Чернова // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011. - № 1. – С. 103-112.
 14. Укрінформ. Мультимедійна платформа іномовлення України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/2153641-v-ukraini-na-odnogo-cinovnika-pripadae-170-gromadan.html>
 15. Global Competitiveness Index 2017-2018. Competitiveness Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/competitiveness-rankings/#series=GCI.A.01.01.04>
 16. Закон України «Про державну службу»: офіц. текст: за станом на 11 жовтня 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3723-12>
 17. Центр економічної стратегії. Реформа про оплати праці державних службовців [Електронний ресурс] . – Режим доступу до ресурсу: <http://ces.org.ua/reforma-oplaty-praci-derzhavnykh-sluzhbovciv/>

УДК 665.5

Андрушків Богдан Миколайович

доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя



Храпкіна Валентина Валентинівна

доктор економічних наук, професор, перший проректор Київського університету ринкових відносин



Кирич Наталія Богданівна

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту у виробничій сфері Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя



Шерстюк Роман Петрович

кандидат економічних наук, докторант кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя



Паляниця Віктор Анатолійович

кандидат економічних наук, докторант кафедри менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Погайдак Ольга Богданівна

доктор економічних наук, старший науковий співробітник Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

НЕ ЗАГНУЗДАНА ВИДАВНИЧА ДІЯЛЬНІСТЬ АБО ИНТЕЛЕКТУАЛЬНІ, ЗОЛОТІ БОМБИ У ПОЛІГРАФІЧНОМУ СМІТТІ

Андрушків Б.М., Храпкіна В.В., Кирич Н.Б., Шерстюк Р.П.,
Паляниця В.А., Погойдак О.Б.

NOT CURTAILED PUBLISHING ACTIVITIES OR IMPLIED BOLTS OF THE BOMB IN A POLYGRAPHIC MISCELLANEOUS

Andrushkiv B., Khrapkina V., Kirich N., Sherstiuk R.,
Palianytsia V., Pogaidak O.

НЕ ВЗНУЗДАННАЯ ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИЛИ ИНТЕЛЕКТУАЛЬНЫЕ, ЗОЛОТЫЕ БОМБЫ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОМ МУСОРЕ

Андрушків Б.М., Храпкіна В.В., Кирич Н.Б., Шерстюк Р.П.,
Паляниця В.А., Погойдак О.Б.

У статті розглянуто проблеми організації поліграфічно-видавничої діяльності. Визначено напрями посилення конкурентоспроможності не лише видавничих підприємств, а і поліграфічної продукції за рахунок відбіркових чинників. Запропоновано організаційні механізми вирішення цих проблем.

Ключові слова: *видавництво, поліграфія, конкурентоздатність поліграфічне підприємство, поліграфічна продукція, стратегія.*

The article deals with the problems of organization of printing and publishing activity. The directions of strengthening of competitiveness not only of publishing enterprises, but also of printing products at the expense of selection factors are determined. Organizational mechanisms of solving these problems are proposed.

Keywords: *Publishing, polygraph, competitiveness, polygraph enterprise, printing products, strategy.*

В статье рассмотрены проблемы организации полиграфическо-издательской деятельности. Определены направления усиления конкурентоспособности, не только издательских предприятий, а и полиграфической продукции за счет отборочных факторов. Предложено организационные механизмы решения этих проблем.

Ключевые слова: *Издательство, полиграфия, конкурентоспособность, полиграфическое предприятие, полиграфическая продукция, стратегия.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Як відомо, українська ментальність знаково - творча. Це засвідчується визначними відкриттями в

світовій науці і практиці. Українці причетні як до освоєння космосу, так і безпосередньо до ефективності використання землі. Творчість проявляється у всіх видах суспільної діяльності, як у бізнесі, так і на літературній ниві. Тим часом суспільні процеси не можуть розвиватись однобоко. Надмірне захоплення підприємців бізнесом у відриві від свого народу, без прив'язки до національних традицій у кінцевому результаті приведе до втрати зв'язку з рідною землею, землею де народився підприємець і людина стає спочатку інтернаціональною, а потім патріотом цієї землі що годує її. Сьогодні багато українців зміцнюють економіку Канади і США, Бразилії і Аргентини, Німеччини, Великобританії, Польщі та ін. Про Росію не хочемо нічого казати бо на провідних посадах там перебувають або асимільовані українці, або такі що в силу шовіністичної ворожості середовища не хочуть признаватись, що є такими. Бізнес є цією ртуттю що проникає у всі сфери суспільної діяльності поєднує виробництво і сферу послуг, культуру та мистецтво. Особливою бізнесовою сферою на даний час, є видавничо-поліграфічна діяльність. Як у столиці, так і в регіонах, у численних офіційних та неофіційних видавництвах, безконтрольно видається сотні і тисячі різноманітної літератури: художніх, науково-публіцистичних та наукових книг. Зокрема, лише на спеціалізованих підприємствах ПАТ „ДАК ”Укрвидавполіграфія”, згідно з відомостей Інтернету, щорічно видається не менше 60% загального тиражу книг, що випускаються в Україні (більше 29,0 млн. книжок. Серед них (особливо в регіонах) більшість, 70-80% дуже мізерними тиражами: 50-100 примірників (для себе, чи для своїх близьких, щоб не пропала творча праця).

Необхідно згадати що значна частина малих підприємств у виробничій сфері та сфері послуг у своїх статутах теж передбачають оперативну поліграфію, рекламну та видавничу діяльність. Тим часом, окремі з видань, насправді за своєю художньо-літературною та науковою цінністю заслуговують масового тиражу, однак в силу відсутності в авторів можливостей та коштів на рекламно-збутову діяльність, не мають збуту і ризикують залишитись не розкритими і відійти у небуття.

Не координована з боку держави видавнича діяльність дозволяє викидати ”інтелектуальні, золоті бомби” у поліграфічне сміття під яким підрозуміваємо малотиражні видання, низької якості на не актуальну тематику. Під терміном ”інтелектуальні, золоті бомби”, пропонуємо підрозумівати друковану продукцію яка має наукову чи літературну цінність і може користуватися попитом.

Власне ці та інші обставини обумовлюють актуальність та своєчасність розроблюваної проблематики.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Тим часом, якщо б, наприклад, державні зацікавлені структури зайнялися їх оцінкою на художньо-літературну та наукову цінність, з погодження авторів, можна було б організувати їх перевидання масовим тиражем і таким чином, не лише зберегти художньо-публіцистичні надбання

наших людей для потомків, а і віднайти додаткове джерело надходжень до державного (чи, так званого, місцевого та галузевого) бюджету.

Як відмічає у своєму авторефераті С.В. Шпилик, питанням розроблення маркетингової конкурентної стратегії в умовах конкурентної боротьби на локальних ринках приділена значна увага переважно у працях російських економістів Г.Л. Азоєва, А.П. Градова, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова ін. Їхні, дослідження багатопланові, поєднують кількісний та якісний підходи. Вивченням методології управління конкурентними перевагами різних об'єктів господарської діяльності присвячено роботи як закордонних учених-економістів - І. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Портера, А. Томпсона, так і вітчизняних дослідників - П.М. Азаряна, Л.В. Балабанової, В.І. Гринчуцького, І.З. Должанського, Н.Б. Кирич, Н.В. Куденко, Р.В. Федоровича, В.В. Холода С.В. Шпилик та ін.

Широке коло проблем, що стосуються дослідження видавничого підприємництва в конфліктних умовах, було і залишається об'єктом постійних наукових досліджень та численних прикладних розробок. Серед найзначніших праць, що висвітлюють різні аспекти діяльності даної галузі, слід відзначити наукові розробки вітчизняних учених-економістів: О.В. Афоніна. В.К. Кондрашова, Я.В. Котляревського, Л.А. Швайки, Є.М. Палиги. М.І. Сенченка, В.І. Теремка, М.С. Тимошика, З.М. Холод, А.М. Штангрета та ін. [8].

Проте багато питань серед яких, відбір якісної, актуальної для суспільства інформації, державна координація процесу і надання сприяння її видавництву залишаються за полем зору згаданих науковців та в силу згаданих причин є не вирішеними або дискусійними. Йдеться передусім про обґрунтування методів і прийомів дослідження цієї проблематики, на основі яких здійснюють вибір конкурентної стратегії з врахуванням важливості, актуальності, а від того і літературної, наукової чи мистецької цінності друкованої продукції, розвитку видавничо-поліграфічного підприємництва, визначення теоретичного і прикладного значення стратегічного аналізу в підвищенні ефективності менеджменту підприємств галузі, аналіз мікроекономічних показників діяльності видавничих підприємств. Також недостатньо дослідженими залишаються особливості функціонування видавничого підприємства в країні, не визначеними є наслідки деструктивного та конструктивного впливу різних чинників на показники діяльності, особливості дії активних і пасивних механізмів підвищення конкурентоспроможності продукції видавничого підприємства. Залишилися не достатньо науково обґрунтованими перспективні напрямки механізму регулювання діяльності видавничого підприємства за допомогою стратегічного планування та ін.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Таким чином, незважаючи на тривале функціонування ринку друкованої продукції, слід констатувати недостатній рівень теоретичних досліджень його розвитку. Видавничо-поліграфічна галузь та її розвиток є

одним із важливих стратегічних напрямів політики держави. Проблеми, що виникли у вітчизняній видавничо-поліграфічній галузі, необхідно розв'язувати комплексно, охоплюючи макро- та мікроекономічний рівні регулювання, на основі вивчення досягнень теорії і практики управління у безпосередньому зв'язку з об'єктами дослідження - підприємствами даної галузі. Все це знову обумовлює актуальність і своєчасність обраної теми дослідження.

Отже, на даний час виникла нагальна необхідність забезпечення системності та багатовекторності дослідження видавничо-поліграфічної галузі, розробки комплексу механізмів формування конкурентної стратегії поліграфічно-видавничого підприємства. При цьому проблему видавничого підприємства необхідно розглядати у контексті специфічних особливостей ринкової економіки України. Необхідність дослідження цієї проблеми з урахуванням специфіки й особливостей розвитку ринкових відносин з України зумовила мету статті, завдання і її структуру.

Мета статті (Main purpose of the article) – розроблення теоретико-методичних положень та пропозицій щодо формування механізму розвитку конкурентної стратегії діяльності видавничих підприємств на основі вдосконалення маркетинговою інструментарію їх оцінки й окреслення пріоритетних важелів організаційно-економічного механізму стратегічного маркетингового менеджменту видавничого підприємництва з врахування якості та актуальності його продукції.

Визначена мета дослідження могла б передбачати виконання таких завдань:

- розробити підходи до обґрунтування конкурентної стратегії та конкурентної позиції підприємства та його продукції у процесі стратегічного маркетингового планування;
- обґрунтувати зміст і послідовність процесу формування маркетингової конкурентної стратегії підприємства та його продукції;
- аналізування вагомості деструктивного та конструктивного впливу факторів маркетингового середовища на показники діяльності видавничого підприємництва України, а також розкрити особливості дії активних і пасивних механізмів підвищення конкурентоспроможності видавничого підприємництва та його продукції;
- розробити концептуальні положення управління розвитком конкурентної стратегії видавничого підприємства та його продукції;
- систематизувати методичні підходи до формування стратегії розвитку підприємства як основи його маркетингової конкурентної стратегії за допомогою методів стратегічного аналізу при врахуванні специфіки ринку;
- розробити підходи до організації управління конкурентною стратегією на прикладі вітчизняного видавничого підприємництва та його продукції.

Об'єктом дослідження послужив процес маркетингового управління стратегічним розвитком видавничого підприємництва в умовах активізації

конкурентної боротьби.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Сутність конкурентної стратегії полягає в завойовуванні сильних довготермінових, конкурентних позицій. Стратегія спрямована на встановлення і зміцнення, довготермінової конкурентоспроможної позиції на ринку. Конкурентна стратегія як база для обґрунтування та посилення відбіркових можливостей загальної стратегії визначає: параметри стратегічного набору, а всі інші його складові виступають відповідними засобами. Конкурентна стратегія визначає конкурентну позицію підприємства, його продукції та належний спосіб поведінки, що виражається в орієнтації стратегічного набору.

Методика вибору конкурентної стратегії передбачає послідовне проходження кількох етапів: діагностика зовнішнього середовища підприємства; діагностика внутрішнього середовища підприємства та визначення ключових факторів успіху; зіставлення факторів успіху з потенціалом основних конкурентів; аналіз конкурентоспроможності підприємства; проведення SWOT-аналізу; формування стратегій маркетинг-міксу: формулювання конкурентної стратегії - детальне поетапне резюме зі стратегічними і короткотерміновими цілями [4].

Конкурентні стратегії формують за допомогою конкурентного аналізу, що охоплює аналіз конкурентної ситуації та оцінку ступеня конкурентних переваг підприємства і його конкурентів. Тим часом конкурентний відбір друкованої продукції для організації масового тиражу є відмінним як за метою так і за засобами організації цієї роботи.

Видавнича справа - одна з найспецифічніших галузей економіки. Проблеми, що виникли у цій галузі, необхідно розв'язувати комплексно, охоплюючи макро- та мікроекономічні рівні регулювання.

Фундаментальними особливостями економіки видавничого підприємства є:

- довготерміновий характер окупності випущеного на ринок виробу;
- чутливість до ринкового попиту;
- поєднання інноваційної роботи зі створенням продукції, що підпадає під дію норм захисту інтелектуальної власності;
- вразливість до мінливості ринкової кон'юнктури;
- чутливість до розвитку інфраструктури поширення видавничої продукції та доступу споживачів до неї.

У 1990 році, що передував оголошенню незалежності України, в країні було видано понад 7000 нових назв книжок сумарним накладом 176 млн 800 тис. примірників, що складало 3,4 примірника на одного тодішнього мешканця України. Починаючи з 1994 року легальне виробництво книжок впало до рівня однієї книжки в рік на одного мешканця України. Станом на 1999 рік цей показник взагалі сягнув мінімальної позначки у 0,4 книги в рік на одну особу. Після надання податкових пільг ситуацію зі збільшенням накладів вдалося стабілізувати, однак виробництво книги на одного

мешканця країни в рік так і залишилося в межах одного примірника.

Таблиця 1.

Випуск книжкової продукції *

Види видань	2016 р.		2017 р.			
	Кількість видань, друк. од.	Тираж, тис. пр.	Кількість видань, друк. од.	У % відношенні до кількості видань 2016р.	Тираж, тис. пр.	У % відношенні до тиражу 2016 р.
Книги і брошури, у тому числі:	19926	45251,7	20321	102,0	41363,2	91,4
українською мовою	13865	31123,3	14525	104,8	30022,5	96,5
російською мовою	3782	11549,5	3601	95,2	8784,4	76,1
Автореферати дисертацій	6200	620,0	5080	80,9	518,9	83,7
Книжкові образотворчі видання, у тому числі:	853	2469,0	831	97,4	1411,8	57,2
українською мовою	589	1657,8	547	92,9	882,4	53,2
російською мовою	217	707,1	227	104,6	367,8	52,0
Книжкові нотні видання, у тому числі:	134	53,6	135	100,7	35,8	66,8
українською мовою	123	50,4	128	104,1	35,4	70,2
російською мовою	6	1,3	1	16,7	0,1	7,7
Книжкові картографічні видання, у тому числі:	58	362,3	60	103,4	43,1	11,9
українською мовою	55	336,2	57	103,6	30,1	9,0
російською мовою	3	26,1	2	66,7	3,0	11,5

Проаналізувавши статистичні показники, можна спостерігати певну закономірність: найбільшого розвитку набув сегмент ринку видавничої продукції „книги і брошури”. Крім того, бачимо, що з кожним роком поліграфія видає все більше продукції цього типу, отже даний сегмент зростає та заслуговує детальнішого розгляду.

Серед регіонів найбільше книг і брошур за назвами й за накладом традиційно видають у Києві та Київській області, в Харківській, Донецькій, Львівській, Дніпропетровській і Тернопільській областях. Найменше книг видають у Херсонській, Миколаївській, Кіровоградській. Рівненській та Полтавській областях, де випуск не перевищує 1% всеукраїнського за назвами і накладом [5]. Однак спостерігається збалансований випуск видавничої продукції пропорційно до чисельності населення, його ділової,

громадсько-політичної активності та доходів. Це свідчить про вагому роль факторів попиту в характерних рисах функціонування ринку видавничої продукції.

Обґрунтування необхідності введення етапу експертного дослідження до процедури оцінювання конкурентоспроможності рекомендовано здійснювати за допомогою графічного методу. Він передбачає визначення найвпливовіших критеріїв видавничого підприємства, які забезпечують його високу конкурентоспроможність на ринку. Запропоновано проводити аналіз за характеристиками, котрі експерти визначають як такі, що мають найвагомий вплив на конкурентоспроможність підприємств, зайнятих на ринку друком видавничої продукції типу книги і брошури. В результаті застосування такого підходу виявлено, що найвагомішими є: якість товару; імідж марки; виробничий потенціал; зовнішнє оформлення; різноманітність асортименту; бюджет просування; дотримання термінів виконання замовлень; кваліфікація персоналу. Це дає змогу для чіткішої та економічної побудови маркетингової стратегії підприємства в умовах, що швидко змінюються.

Аналіз маркетингового інструментарію дав змогу стверджувати, що для більшості досліджуваних видавничих підприємств характерний низький рівень розвитку системи маркетингових інструментів, управління комплексом маркетингу - фрагментарне, а найпроблемнішими питаннями залишаються низька ефективність комунікативної політики, недостатнє ресурсне забезпечення, відсутність кількісного та спорадичне якісне аналізування ефективності маркетингового інструментарію. В процесі опитування виявлено, що, хоча всі респонденти погодились із важливістю стратегічного маркетингового управління, на досліджуваних підприємствах його здійснюють фрагментарно, до того ж кожний відділ діє самостійно. Системний комплексний аналіз у цій сфері загалом по Україні здійснюється без врахування мети відбору найперспективнішої продукції [7].

На основі аналізу ринкової ситуації та ринкової позиції видавничих фірм, доведено необхідність використання інтегрального показника конкурентоспроможності. Запропоновано методичні положення з його оцінювання, базовані на визначенні ключових чинників успіху на ринку видавничого підприємництва. Запропоновані методичні положення та рекомендації дають змогу управлінцям формувати порівняльні та динамічні оцінки рівня конкурентоспроможності як продукції так і підприємства.

Узагальнення даних стратегічного аналізу видавничого ринку дало змогу побудувати вектори розвитку конкурентних стратегій для видавничого підприємництва та поліграфічної продукції на даному ринку.

На основі вивчення досвіду видавничого підприємництва і власних досліджень пропонується застосувати комплекс стратегій розвитку видавничого підприємництва у сфері товарного, цінового, комунікативного субміксів та у сфері розподілу продукції підприємства. Реалізація запропонованих теоретичних і методичних рекомендацій стосовно

розроблення конкурентної стратегії підприємств забезпечить управлінський персонал детальною інформацією, необхідною для ухвалення обґрунтованих управлінських стратегічних рішень, що є першоосновою ефективної діяльності підприємству сучасних ринкових умовах.

Формування конкурентної маркетингової стратегії слід розглядати, на наш погляд, як один із суттєвих компонентів стратегічного маркетингового управління конкурентоспроможністю підприємства та його продукції. Це передбачає її вибір, визначення особливостей процесу розроблення і оцінювання альтернативної конкурентної маркетингової стратегії і формування стратегічного конкурентного портфеля. Конкурентна маркетингова стратегія підприємства узагальнює модель поведінки, що забезпечує координацію й поєднання цілей та ресурсів підприємства для отримання довготермінових конкурентних переваг.

Саме зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг, а з іншого - забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Отже, на основі вивчення досвіду роботи видавничо-поліграфічних підприємств пропонується удосконалення організаційного механізму управління конкурентною стратегією підприємства, та друкованої продукції, запропоновано орієнтовну схему процесу стратегічного управління конкурентною стратегією підприємства, що відображає сукупність логічних і взаємопов'язаних етапів управлінського процесу. Важлива особливість даного процесу полягає у зворотному зв'язку та відповідно, зворотному впливі кожного етапу на інші й на всю його сукупність.

Результати дослідження дають змогу зробити наступні висновки:

1. Узагальнення та аналіз теоретико-методичних засад розвитку стратегії видавничого підприємництва у змінних умовах маркетингового середовища. дозволяє аналізувати процеси у цілому та прогнозувати еволюцію видавничо-поліграфічного підприємства та його продукції в майбутньому. Встановлено, що стратегічне управління підприємством неможливо уявити без стратегічного аналізу, який необхідний для формування конкурентної стратегії підприємства та його продукції.

2. Стратегія як засіб управління для перемоги в конкурентній боротьбі. Є результатом комплексного аналізу сильних і слабких сторін організації, здійснення не лише координації напрямків підприємства, які зорієнтовані на цільовий ринок, попит та дії конкурентів, а і його продукції. В цих обставинах доцільно сформулювати перелік індикаторів, що дають змогу послідовніше і комплексно розкрити особливості формування конкурентної стратегії підприємства на конкретному ринку. Технологію розроблення стратегії підприємства пропонується розглядати як частину постійно діючого процесу дослідження ринку, спрямованого на вивчення прийомів і методів

конкурентної боротьби з метою виявлення причин та умов виникнення конкурентних переваг,

3. Для розроблення ефективного управлінського інструментарію доцільно виділити найвпливовіші на вибір стратегії підприємств фактори зовнішнього та внутрішнього маркетингових середовищ. Необхідність дослідження проблеми взаємодії підприємства й зовнішнього середовища обумовлена формуванням концепції управління підприємством як відкритою системою, внутрішня стабільність котрої залежить від умов зовнішнього середовища, що розглядають як невід'ємну складову частину конкурентного позиціонування підприємства. Внутрішнє середовище є тією сферою, яка найбільше підпадає під активне регулювання з боку підприємства, тому управління внутрішніми факторами дає змогу ефективно впливати на рівень його конкурентоспроможності.

4. Зміна зовнішнього та внутрішнього середовищ підприємства потребує, відповідного коригування конкурентної стратегії на основі застосування методів моніторингу та діагностики. Моніторинг конкурентного середовища як комплекс взаємозалежних дій, спрямованих на постійний контроль за станом факторів конкурентного середовища підприємства скерувати на розроблення засобів адаптації до їх змін, ґрунтованих на своєчасній оцінці та прогнозуванні ключових процесів у даному середовищі на базі отриманої інформації.

5. Реалізація запропонованих теоретичних і методичних рекомендацій із розроблення конкурентної стратегії підприємств забезпечить управлінський персонал детальною інформацією, необхідною для ухвалення обґрунтованих управлінських стратегічних рішень, що є першоосновою ефективної діяльності підприємств у сучасних ринкових умовах.

6. Доцільно здійснити удосконалення організаційного механізму управління конкурентною стратегією підприємства та його продукцією, що відображає сукупність логічних та взаємопов'язаних етапів управлінського процесу. Важлива особливість даного процесу полягає у зворотному зв'язку та, відповідно, зворотному впливі кожного етапу на інші й на всю сукупність.

7. Запропонувати інструментарій для розроблення і побудови моделі підвищення конкурентоспроможності та реалізації конкурентної стратегії використати засоби математичного моделювання, що дасть змогу виявити особливості функціонування економічного об'єкта і на основі цього передбачати майбутню його поведінку при зміні яких-небудь параметрів.

Власне з цієї теми доцільно звернути увагу на один, як на нашу думку, з цікавих бізнесових проєктів у сфері особливої, інтелектуально-інформаційної діяльності, яка впливає на розвиток державної ідеології, політику, економіку. Це удосконалення організації видавничої діяльності і поліграфії в загально державному масштабі.

Для цього доцільно було б створити видавничу чи експертно-видавничу раду (комітет чи іншу структуру наприклад при МОН України),

яка могла б координувати цей вид діяльності, виявляти запозичення, плагіат виробляти рекомендації з встановлення тиражу ін.

Застосування концептуальних підходів стимулювання видавничого підприємництва на основі впровадження конкурентних стратегій посприє збільшенню обсягів виробництва продукції, підвищенню рівня пропозиції на внутрішньому ринку, збільшенню ринкової частки підприємств.

Розробленні теоретико-методичних і прикладних аспектів із даної проблематики, сприятиме активізації діяльності вітчизняного видавничого підприємництва.

Список використаних джерел (References):

1. Андрушків Б.М. Інноваційні засади формування концепції комплексної науково-технічної програми: «Нова економіка Тернопільської області» (ресурсоекономічний контекст): монографія / за ред. проф. Андрушківа Б.М. – Тернопіль : ТзОВ «Видавництво «Астон», 2014. – 208 с.
2. Андрушків Б.М. Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. Антирейдерство: Монографія // Б.М. Андрушків, Н.Б. Кирич, Л.Я. Малюта та ін. – Тернопіль: Терно-граф, 2008. – 424 с.
3. Андрушків Б.М. Семіотика визначення економічної стратегії підвищення господарсько-фінансової стабільності підприємства в умовах трансформаційного суспільства / Б.М. Андрушків, Н.Б. Кирич, Л.М. Мельник, О.Б. Погайдак // Вісник економічної науки України. – 2013. – №1(23). – С. 3-7.
4. Гнилиця С. SWOT-аналіз ринку видавничої продукції / С.В. Гнилиця // Матеріали Восьмої наукової конференції Тернопільського державного технічного університету імені Івана Пулюя (Тернопіль. 11 — 12 травня 2004 р.). - Тернопіль: ТДТУ . - С. 173.
5. Книжкова палата України : Оперативні дані випуску книжкової продукції у 2017 році / [Електронний ресурс] – Режим доступу http://www.ukrbook.net/statistika_.html
6. Луцяк В.В. Забезпечення конкурентоспроможності малих виробничих підприємств засобами стратегічного управління / В.В. Луцяк. – Київ КНУХТ.2014. -284 с.
7. Шпилик С. Стан видавничого бізнесу в Тернополі / С. В. Шпилик // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції „Сучасним соціокультурний простір 2005” (26-30 вересня 2005 р.).- Київ: ТК „МЕГАНOM”. - 2005. - част. 1. - С. 51-52.
8. Шпилик С.В. Розвиток конкурентної стратегії на засадах маркетингу (На прикладі видавничого підприємництва). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, Тернопіль – 2010 р. 20 с.
9. Шпилик С.В. Пріоритетні напрямки стратегічного розвитку підприємництва на прикладі видавництва „Підручники & посібники" / С.В. Шпилик // Галицький економічний вісник. - 2009. - № 3 (24). - С. 74-83.

10. Шпилик С.В. Процес формування конкурентної стратегії на прикладі видавництва „Підручники & посібники” / С.В. Шпилик // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. - Львів, 2009. - № 657. -С. 124-131.

11. Шпилик С.В. Основні передумови та аналіз розвитку видавничого підприємництва в Україні / С.В. Шпилик, Р.В. Федорович // „Наука й економіка”. - Хмельницький, 2009. - №.' 2. - С. 214-223.

12. Шпилик С. Діагностика конкурентного середовища як основа формування стратегії підприємства / С.В. Шпилик // Матеріали VI міжнародної науково-теоретичної конференції „Соціально-економічні, політичні та культурні оцінки і прогнози на рубежі двох тисячоліть” (Тернопіль, 16 квітня 2008 р.).

НОВА ПЕДАГОГІЧНА ДУМКА

УДК: 378:33:334.722:005.336.2

Гнізділова Олена Анатоліївна

доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри дошкільної освіти Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка



Стрельников Мирослав Вікторович

аспірант кафедри дошкільної освіти Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка



РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАГІСТРАНТІВ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

Гнізділова О.А., Стрельников М.В.

DEVELOPMENT OF ENTERPRISE COMPETENCE OF BUSINESS ADMINISTRATION MASTERS

Gnizdilova O.A., Strelnikov M.V.

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ МАГИСТРАНТОВ БИЗНЕС-АДМИНИСТРИРОВАНИЯ

Гниздилова Е.А., Стрельников М.В.

У статті досліджено структуру підприємницької компетентності магістрантів бізнес-адміністрування; виявлено дидактичні принципи практико-орієнтованої технології розвитку підприємницької компетентності магістрантів бізнес-адміністрування із застосуванням «сендвіч-курсів».

Автори на основі аналізу наукових досліджень виділили найбільш характерні ознаки підприємництва, які розкривають його сутність і зробили загальне визначення підприємця; дослідили основні компоненти в структурі

підприємництва: особистісний, організаторський, комерційний, інноваційний, комунікаційний.

Були апробовані «сендвіч-курси» на основі дидактичних принципів: «навчаюся, а не навчають», «контекстне навчання», «навчання поза аудиторією», «командний підхід», «залучення до міжнародного досвіду».

Результатом застосування «сендвіч-курсів» є виявлення потреби у впровадженні змін у підготовку магістрантів: кардинальної переробки навчальних планів, планів проходження виробничої практики; встановлення контактів з базами практик для забезпечення місцями проходження стажування всіх студентів; підвищення кваліфікації викладачів на виробництві.

Ключові слова: підприємництво, підприємницька компетентність, структура, принцип, сендвіч-курси.

The purpose of the article is studying the structure of entrepreneurial competence of masters Business Administration; identification the didactic principles of practice-oriented technology for the development the entrepreneurial competence of master's Business Administration using "sandwich courses".

On the analysis basis of scientific research the authors highlighted the most characteristic signs of entrepreneurship, revealing its essence, and made a general entrepreneur definition; investigated the main components in the structure of entrepreneurship: personal, organizational, commercial, innovative, communication.

Sandwich courses were tested on the basis of didactic principles: "learning, not teaching", "context learning", "out-of-class learning", "team approach", "attraction to international experience".

The result of the use the "sandwich courses" is to identify the need for introducing changes in the graduate students training: the cardinal processing of curricula, plans for conducting business practices; establishing contacts with the bases of practice for ensuring the places of all students' internship; training teachers in production.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial competence, structure, principle, sandwich courses.

В статье исследовано структуру предпринимательской компетентности магистрантов специальности «Бизнес-администрирование»; выявлены дидактические принципы практико-ориентированной технологии развития предпринимательской компетентности магистрантов специальности «Бизнес-администрирование» с применением «сэндвич-курсов».

Авторы на основе анализа научных исследований выделили наиболее характерные признаки предпринимательства, раскрывающих его сущность, и сделали общее определение предпринимателя; исследовали основные

компоненты в структуре предпринимательства: личностный, организаторский, коммерческий, инновационный, коммуникационный.

Были апробированы «сэндвич-курсы» на основе дидактических принципов: «учусь, а не учат», «контекстное обучение», «обучение вне аудитории», «командный подход», «привлечение к международному опыту».

Результатом применения «сэндвич-курсов» является выявление потребности во внедрении изменений в подготовку магистрантов: кардинальной переработки учебных планов, планов прохождения производственной практики; установление контактов с базами практик для обеспечения местами прохождения стажировки всех студентов; повышение квалификации преподавателей на производстве.

***Ключевые слова:** предпринимательство, предпринимательская компетентность, структура, принцип, сэндвич-курсы.*

Постановка наукової проблеми (Introduction): Підготовка магістрів з бізнес-адміністрування є синергією передової теорії управління з практикою та досвідом, а також навчальним середовищем, у якому здобуті знання стають компетенціями. Підготовка магістрів з бізнес-адміністрування за європейськими стандартами обов'язково передбачає розвиток їхньої підприємницької компетентності, отримання ними навичок прийняття рішень в сфері стратегічного й операційного управління, що базується на глибокому вивченні основних сфер функціонального менеджменту, маркетингу, управлінського обліку, фінансів, організації продажу, інформаційних систем, правової бази підприємництва, управління персоналом тощо з нових позицій. Комплексна практична підготовка магістрантів з бізнес-адміністрування до підприємництва стає все більш затребуваною в освітньому процесі українських вишів.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications) у наукових працях вітчизняних авторів показав, що «компетентнісний підхід» детально розроблений у сучасній науці (Н. Бібік, С. Гончаренко, І. Зязюн, О. Локшина, Н. Побірченко, О. Пометун, О. Семенов, В. Стрельников [2-6], Ю. Татур, А. Хуторський та ін.). Наявні публікації, у яких розглядалися деякі проблеми формування аспектів професійної компетентності фахівців економічного профілю: інформаційна компетентність економіста (Н. Баловсяк), комунікаційна компетентність майбутнього менеджера (В. Черевко), професійна компетентність майбутніх фахівців в галузі економіки та підприємництва (Т. Фурман), професійна компетентність майбутніх економістів та її формування засобами мережових технологій (Н. Болюбаш). Обмеженою є і кількість наукових праць, присвячених проблемі формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців. Є праці, присвячені формуванню підприємницької компетентності в учнів старших класів на основі методу проектів (Т. Матвєєва), формуванню підприємницької компетентності у студентів технікуму (О. Сулаєва), практико-орієнтованій технології розвитку

підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування (О. Гнізділова [1]), окремим складовим підприємницької компетентності майбутніх магістрів бізнес-адміністрування та вивченню досвіду їхньої підготовки (М. Стрельніков [7-12]).

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent): поза увагою дослідників залишилося обґрунтування методологічних і методичних засад розвитку підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування.

Тому **мета статті (Main purpose of the article):** дослідження структури підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування; виявлення дидактичних принципів практико-орієнтованої технології розвитку підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування із застосуванням «сендвіч-освіти».

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions) розпочнемо з вирішення першого завдання дослідження – вияву структури підприємницької компетентності як набору знань, умінь і особистісних якостей магістранта з бізнес-адміністрування. Проведений аналіз понять «підприємництво» та «компетентність» у сучасній науці [1; 7-12], узагальнення отриманих результатів дозволило дати таке трактування терміну «підприємницька компетентність»: сукупність особистих і ділових якостей, навичок, знань, певної моделі поведінки, володіння якими допомагає успішно вирішувати різні бізнес-завдання і досягати високих результатів діяльності.

У загальному вигляді характерні риси підприємця можуть виглядати так: готовність ризикувати; надія на успіх і страх невдачі; наполегливість; гнучкість; енергійність; яскраво виражене почуття особистої відповідальності; впевненість в собі; хороша база знань і здатність до навчання; здатність переконувати; хороші здібності до комунікації; здатність до управління; ініціативність; здатність тверезо мислити в будь-яких ситуаціях; величезне бажання досягати мети. Звідси дамо загальне визначення підприємця (новатор, здатний брати на себе відповідальність і здійснювати ініціативну самостійну діяльність в умовах ризику з метою отримання прибутку на основі поєднання особистої вигоди та громадської користі) та визначимо основні аспекти в структурі підприємництва у розрізі основних його компонентів: особистісного, організаторського, комерційного, інноваційного, комунікаційного.

Особистісний компонент: величезне бажання досягти мети, яскрава індивідуальність, надія на успіх і страх невдачі, готовність ризикувати, яскраво виражене почуття особистої відповідальності, наполегливість, гнучкість, енергійність, упевненість в собі, ініціативність, здатність переконувати, здатність до навчання, здібності до комунікації, здатність до управління, здатність тверезо мислити в будь-яких ситуаціях, здатність використовувати будь-яку можливість з максимальною вигодою.

компонент: уміння розпізнавати ризики і ризикові ситуації та діяти в умовах ризику, уміння знаходити оптимальний шлях виходу з ризикової ситуації з користю для справи, уміння враховувати особливості бізнесу в організації підприємницької діяльності, уміння організовувати реалізацію основних управлінських функцій з урахуванням особливостей бізнесу, уміння організувати роботу необхідних соціально-економічних механізмів, уміння бачити можливості організаційного середовища і використовувати їх для досягнення власних цілей, уміння координувати і контролювати процес виробництва.

Комерційний компонент: уміння визначати прибутки і доходи бізнесу, вартість продукції; уміння вибирати і поєднувати різні види господарської діяльності з метою отримання найбільшої вигоди; уміння застосовувати різні методи планування, розрахунку, розподілу прибутку бізнесу; уміння знаходити і здійснювати спонсорство.

Інноваційний компонент: уміння визначати інновації в діяльності; створювати інновації; уміння створювати нові види товарів і послуг, які будуть затребувані на ринку; уміння об'єктивно оцінювати наслідки впровадження інновацій для організації і галузі; уміння виявляти потреби потенційних споживачів; здатність розробляти інноваційні проекти; уміння правильно вибирати (за необхідності) тип інноваційної організації та ефективно будувати процес управління відповідно до її особливостей; уміння бачити і використовувати державну допомогу інноваційної діяльності.

Комунікативний компонент: уміння вести переговори з постачальниками, посередниками, споживачами; уміння будувати процес реалізації продукції; уміння організовувати співпрацю з іншими фірмами з метою розширення своєї діяльності та отримання прибутку; уміння знаходити нових постачальників, споживачів; уміння застосовувати різні способи реалізації продукції, що сприяють отриманню максимального прибутку; уміння знаходити спонсорів, будувати взаємини з ними; уміння створювати суспільну користь і поєднувати її з власною вигодою.

З'ясувавши структуру підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування (що розвивати?), можемо перейти до другого завдання дослідження – виявлення дидактичних принципів практико-орієнтованої технології розвитку підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування із застосуванням «сендвіч-освіти» (як розвивати?). Дидактичними принципами практико-орієнтованої технології розвитку підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування нами взяті: «навчаюся, а не навчають» («Learning, not teaching»), «контекстне навчання», «навчання поза аудиторією», «командний підхід», «залучення до міжнародного досвіду».

Принцип «Learning, not teaching» (не викладач навчає, а студенти самі навчаються) передбачає наявність практичних домашніх завдань, найбільш сучасних підходів до навчання, інтерактивних форматів, кейсових вправ, опрацювання літератури до курсів, тестів. Творче переосмислення важливіше

за набір знань, тому не насаджується власна думка викладача, а надається палітра концепцій і підходів.

Принцип контекстного навчання (застосування знань до реальних ситуацій) передбачав реалізацію поетапного переходу студентів до базових форм діяльності вищого рангу: від навчальної діяльності академічного типу до квазіпрофесійної діяльності (ділові та дидактичні ігри) і, потім, до навчально-професійної діяльності (практики, стажування). Співробітництво з бізнесом, залучення фахівців та працівників підприємств і організацій до навчального процесу (авторські курси від викладачів-практиків). Не просто викладення певних концептів, а власний досвід, покладений на методологічну основу.

Принцип «навчання поза аудиторією» передбачав застосування «живих кейсів», виїзних модулів на підприємства та організації (виробничої практики), зустрічей та дискусій, персональних консультацій з викладачами – в навчальному online-форматі. Навчальні заклади повинні встановлювати офіційні партнерські відносини із зовнішніми організаціями, викладачам необхідно піклуватись про взаємне інтегрування навчального і зовнішнього досвіду. Принцип «командного підходу» до вирішення завдань означав формування груп для роботи над навчальними проектами, що розвивало у магістрантів лідерські якості, управлінські навички та досвід роботи у колективі. Принцип «залучення до міжнародного досвіду» передбачав широке співробітництво з іноземними організаціями, викладачами, фахівцями чи експертами (залучення їх до процесу навчання, обміну, стажування, практики тощо).

У експерименті на базі Полтавського університету економіки і торгівлі запроваджувалася так звана «сендвіч-освіта» – британський варіант системи практико-орієнтованої підготовки магістрантів з бізнес-адміністрування, ідея якої полягає в тому, щоб чергувати аудиторне навчання із досить тривалим працевлаштуванням і реальною роботою магістрантів на підприємствах за обраною спеціальністю (за принципом «сендвіча» – чергування роботи і навчання студента).

Перевагами такої практико-орієнтованої підготовки магістрантів з бізнес-адміністрування є: розуміння потреб роботодавців; науковий і практичний супровід діяльності магістрантів, консультування; перспективи працевлаштування магістрантів на тих підприємствах, де вони працювали під час навчання в університеті.

Поява розуміння потреб роботодавців викликана тим, що університет, встановлюючи тісні зв'язки з підприємствами, адаптує навчальні програми і навчальні процеси таким чином, аби магістранти з бізнес-адміністрування були в цілому готові до виконання справжньої практичної роботи. Магістранти можуть влаштовуватись на роботу як самостійно, так і користуючись варіантами, запропонованими університетом.

Супровід університетом діяльності магістрантів, їхнє консультування можливі тоді, коли магістранти з бізнес-адміністрування працюють за

обраним фахом, до якого університет цілеспрямовано готував їх попередні роки, а протягом періоду практичної підприємницької діяльності – продовжує консультувати, додатково навчати.

Суттєвою перевагою «сендвіч-освіти» є поява перспективи працевлаштування. Після проходження практичної підприємницької діяльності, магістранти закінчують навчання, отримують водночас ґрунтовну теоретичну і практичну підготовку, досвід реальної роботи за спеціальністю, зв'язки з потенційними роботодавцями.

Отже, причинами популярності сендвіч-курсів є: студенти отримують практико-орієнтовану освіту, реальний досвід роботи, часто – зарплату протягом періоду роботи, часто – знижки на навчання (за рахунок дешевшого «практичного року навчання») або спонсорську допомогу від фірми-наймача, зв'язки з потенційними роботодавцями, бачення власної професії і себе в ній; університет отримує підвищення якості підготовки студентів, а отже – конкурентну перевагу на ринку навчальних послуг, підвищення іміджу і рейтингу університету як інноваційного навчального закладу, що має практико-орієнтоване навчання та навчальні програми, які відповідають кращим світовим практикам і вимогам роботодавців та міжнародний рейтинг університету як навчального закладу що активно впроваджує концепцію інтернаціоналізації (обмін студентами та викладачами, формування мережі закордонних баз практики, організація навчання іноземних студентів тощо); підприємства отримують достатньо кваліфікований молодий персонал, теоретична підготовка якого здійснювалась університетом чітко у відповідності до реальних потреб і запитів ринку.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions): загальним висновком з даного дослідження є констатація того, що високий рівень підготовки магістрантів з бізнес-адміністрування до підприємницької діяльності здатний забезпечити в майбутньому соціально-економічний розвиток як країни в цілому, так і окремих її регіонів. Увага викладачів до розвитку основних компонентів в структурі підприємницької компетентності магістрантів (особистісного, організаторського, комерційного, інноваційного, комунікаційного) під час застосування «сендвіч-курсів» на основі наведених дидактичних принципів («навчаюся, а не навчають», «контекстне навчання», «навчання поза аудиторією», «командний підхід», «залучення до міжнародного досвіду») здатні забезпечити високий рівень підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування.

Пропозиції подальших розвідок у даному напрямі вбачаємо у впровадженні комплексного підходу до розвитку підприємницької компетентності фахівців у практику роботи бізнес-шкіл та вищих навчальних закладів; дослідженні потреби у кардинальній зміні навчальних планів, планів проходження виробничих практик, встановленні контактів з базами практик для забезпечення місцями проходження стажування всіх студентів, підвищенні кваліфікації викладачів кафедр на виробництві.

Список використаних джерел (References):

1. Гнізділова Олена. Практико-орієнтована технологія розвитку підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування / Олена Гнізділова, Мирослав Стрельников // Збірник наукових праць Полтавського державного педагогічного університету імені В. Г. Короленка. – Випуск 69. – Наукове видання «Педагогічні науки». – Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2017. – 139 с. – С. 3-8.
2. Стрельников В. Компоненты профессиональной компетентности преподавателя высшей школы / В. Стрельников // Edukacja i ekonomia. Redakcja naukowa prof. dr.hab. Vaino Rajangu, dr. Tadeusz Trocikowski. – Wloclawek – Kaniewo, 2015. – 381 с. – С. 213–221.
3. Стрельников В. Ю. Акмеологічна компетентність викладача вищої школи / В. Ю. Стрельников // Вісник Черкаського університету. Серія «Педагогічні науки». – № 31 (244). – Черкаси: ЧНПУ імені Богдана Хмельницького, 2013. – С. 71–74.
4. Стрельников В. Ю. Модель професійної компетентності викладача вищої школи / В. Ю. Стрельников // Наукові записки ПОППЮ: Моделі ключових та професійних компетентностей педагогічного працівника. – Випуск 2. – Полтава: ПОППЮ, 2012. – 180 с. – С. 25–33.
5. Стрельников В. Ю. Проблеми та перспективи формування професійних компетенцій майбутніх спеціалістів сфери ресторанного обслуговування / В. Ю. Стрельников // Імідж сучасного педагога. – 2014. – № 2. – С. 48–51.
6. Стрельников В. Ю. Професійний розвиток майбутнього фахівця як складник його соціальної діяльності у контексті сучасної соціокультурної ситуації / В. Ю. Стрельников // Соціально-педагогічна діяльність в умовах трансформації суспільства: теоретичні та прикладні проблеми : монографія / С. П. Архипова, Т. М. Десятов, І. І. Кругляк та ін. ; за заг. ред. С. П. Архипової. – Черкаси: Вид. ФОП Гордієнко Є. І., 2014. – 234 с. – С. 19–46.
7. Стрельников М. В. Бізнес-культура як складова підприємницької компетентності майбутніх магістрів спеціальності «Бізнес-адміністрування» / М. В. Стрельников // Імідж сучасного педагога. – 2015. – № 10. – С. 21–24.
8. Стрельников М. В. Запровадження європейських стандартів розвитку підприємницької компетентності магістрів спеціальності «Бізнес-адміністрування» / М. В. Стрельников // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – Додаток 1 до Вип. 36, Том I (61). : Тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору». – К.: Гнозис, 2015. – 624 с. – С. 595 – 603.
9. Стрельников М. В. Зарубіжний досвід підготовки магістрів спеціальності «Бізнес-адміністрування» / М. В. Стрельников // Збірник наукових праць Полтавського державного педагогічного університету імені

В. Г. Короленка. – Випуск 64. – Наукове видання «Педагогічні науки». – Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2015. – 172 с. – С. 34-39.

10. Стрельніков М. В. Побудова змісту підготовки магістрів бізнес-адміністрування на основі педагогічних ідей Михайла Остроградського / М. В. Стрельніков // Імідж сучасного педагога. – 2016. – № 6. – С. 17–22.

11. Стрельніков М. В. Структура підприємницької компетентності магістрів спеціальності «Бізнес-адміністрування» / М. В. Стрельніков // Наукові записки / Ред. кол.: В. В. Радул, С. П. Величко та ін. – Випуск 141. Частина II. – Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2015. – 240 с. – С.148-151.

12. Стрельніков М. В. Технології навчання і розвитку підприємницької компетентності магістрантів з бізнес-адміністрування / М.В. Стрельніков // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: «Педагогічні науки». – № 6 (303) жовтень 2016. – Частина II. – С. 289-296.

УДК 378

Лебедик Леся Вікторівна

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»



УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАГІСТРІВ ЕКОНОМІКИ

Лебедик Л.В.

IMPROVING FORMS OF PEDAGOGICAL PREPARATION MASTERS OF ECONOMICS

Lebedyk L.V.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФОРМ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ ЭКОНОМИКИ

Лебедик Л.В.

Проблематика удосконалення форм підготовки майбутніх магістрів економіки в контексті принципів Болонської декларації аналізується через призму модульного і самоорганізаційного підходу.

Ключові слова: магістр економіки, дидактична система, технологія навчання, форма навчання, Болонський процес.

The problematic form of preparation of the future magistrate economics in a context of principles of Bologna Convention is analyzed through a prism of the module end self-organizational approach.

Key words: magistrate economics, didactic system, educational technology, educational form, Bologna process.

Проблематика усовершенствования форм подготовки будущих магистров экономики в контексте принципов Болонской декларации анализируется через призму модульного и самоорганизационного подхода.

Ключевые слова: магистр экономики, дидактическая система, технология обучения, форма обучения, Болонский процесс.

©Журнал Київського університету ринкових відносин

Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

Постановка наукової проблеми (Introduction). Завдання модернізації професійної підготовки фахівців найчастіше вирішуються вищою школою України шляхом створення і впровадження в навчальний процес інноваційних дидактичних систем. Зокрема, впроваджуються основні ідеї, сформульовані документами Болонського процесу, кредитно-модульна система організації навчального процесу, елементи Європейської кредитно-трансферної системи тощо. Педагогічна підготовка у структурі загальної професійної підготовки здобувача ступеню магістра економіки є досить важливою, адже сьогодні у нього виникає реальна можливість практичної роботи не лише менеджером чи науковцем, а й викладачем економічних дисциплін вищих закладів освіти.

Підготовка магістрів у вищих економічних навчальних закладах України до викладацької діяльності зумовлює низку актуальних педагогічних завдань, які потребують наукового обґрунтування. Проблема дослідження впливає із суперечностей між існуючою потребою економічних університетів у висококваліфікованих кадрах викладачів і недостатньою увагою до їх підготовки як у практиці, так і в теорії викладацької діяльності у вищих економічних навчальних закладах.

Відчувається недостатність навчальних дисциплін для повноцінної педагогічної підготовки магістрів у вищих економічних навчальних закладах – «Основи психології та педагогіки» на першому освітньому рівні «бакалавр»; «Методика викладання у вищій школі», педагогічна практика – на другому освітньому рівні «магістр». На жаль, програми цих дисциплін охоплюють лише деякі аспекти педагогічної підготовки, тому, на нашу думку, її слід налагодити на зразок підготовки вчителів у педагогічних університетах та викладачів у класичних університетах.

У сучасних умовах важливості підвищення якості педагогічної підготовки магістрів економіки виникає потреба максимального використання наявних резервів, зокрема, модернізації існуючих форм такої підготовки у вищій школі.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications), у яких започатковано розв'язання проблеми, показав, що дослідження педагогічної підготовки магістрів економіки можуть базуватися на теоретико-методологічних працях Ю. Бабанського, І. Беха, Б. Гершунського, С. Гончаренка, В. Загвязинського, І. Зязюна, В. Кременя, І. Лернера та ін.; працях з дидактики професійної освіти А. Алексюка, Р. Гуревича, О. Дубасенюк, Н. Ничкало, В. Стрельнікова, Л. Хомич, П. Юцявічене та ін.

Окремі вчені вивчали питання психолого-педагогічної підготовки фахівців у непедагогічних університетах (Н. Бутенко, Л. Грущенко, Д. Дзвінчук, О. Капітанець, В. Козаков, Т. Поясок та ін.), методики навчання і наукових досліджень у вищій школі (С. Гончаренко, І. Нікітіна, П. Олійник, О. Мороз та ін.).

Виділення не вирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Разом з тим, аналіз наукових праць вітчизняних авторів [1-12] показав, що поза увагою дослідників залишилися питання теоретичних та методичних засад проектування форм підготовки майбутніх магістрів економіки в контексті принципів Болонської декларації.

Зважаючи на це, **метою статті (Main purpose of the article)** стала теоретична розробка та експериментальна перевірка ефективності форм педагогічної підготовки майбутніх магістрів економіки в контексті модульного і самоорганізаційного підходів. Завданням дослідження стало проектування форм педагогічної підготовки майбутніх магістрів економіки, які б забезпечили необхідну готовність до майбутньої викладацької діяльності.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Спочатку зазначимо, що застосування модульного навчання передбачало також і проектування відповідних йому форм організації навчання, відповідних навчальній меті.

Серед форм навчання як конструкцій відрізків процесу навчання, які характеризуються особливими способами управління, організації і співробітництва студентів у навчальній діяльності, нами застосовувалися: фронтальні; групові (організація навчальної діяльності у відносно постійних групах); бригадні (організація навчальної діяльності у спеціально створених тимчасових групах для виконання певних завдань); кооперативно-групові (кожна контактна група виконувала частину спільного завдання); диференційовано-групові (організація роботи груп студентів з рівними навчальними можливостями); парні (робота в парах постійного і змінного складу); індивідуальні, які передбачали індивідуалізовану і індивідуалізовано-групову форми навчання.

У викладанні навчальної дисципліни «Методика викладання у вищій школі» вони мали реалізувати індивідуальне пізнання і спільний пошук відповідей на запитання, сприяти засвоєнню змісту в діяльності проектування власної дидактичної системи і форм навчання зокрема. Вважаємо за доцільне використання оптимального поєднання індивідуальних (кожен студент самостійно виконує спільне завдання), індивідуалізованих (студент виконує окреме власне завдання), групових (в різних варіантах), фронтальних форм проблемного навчання.

Вивчення курсу «Методика викладання у вищій школі» розпочиналося з модулю «Європейська освітня інтеграція», який має методологічне значення для засвоєння всього навчального курсу та інших дисциплін психолого-педагогічного циклу педагогічної підготовки магістра, адже без знання загального важко розібратися у конкретному.

На лекції студенти знайомилися з метою і планом всього навчального блоку, проходили тестовий контроль знань у блоці «вхід» і вибирали індивідуальну траєкторію навчання. Важливим елементом вступної лекції використовувався професійно орієнтований епізод, який створював

емоційний настрій на сприймання курсу (епіграф, картина, уривок із книги тощо). Викладач інформував студентів про роль освіти в розвитку партнерства України з іншими державами, можливості входження освіти і науки України у європейське інформаційне та освітнє поле, яке є вагомим чинником економічного, соціального, інтелектуального, інноваційно-технологічного та культурного розвитку. Важливо було довести до свідомості студента значимість розуміння суті Болонського процесу як засобу інтеграції і демократизації вищої освіти країн Європи для майбутньої викладацької діяльності магістра економіки. Для детального вивчення проблеми студентам може бути рекомендована довідкова література та інші документи.

Модульний підхід дав змогу змінити систему лекційних занять: розглядати зміст предмета не тільки оглядово, а й за раніше розробленою модульною програмою, яка вивчалася методом «заглиблення в предмет». Це передбачало своєрідну підготовку студентів до лекцій: вони завчасно вивчали схему теоретичного блоку навчального модулю із запитаннями і проблемними завданнями лекції, а потім уже на лекційному занятті з даної теми вони аналізували їх і обговорювали разом з викладачем.

Експериментальний пошук показав, що найбільше активізують подання навчального матеріалу такі різновиди лекцій: лекція із запланованими помилками, лекція удвох, лекція-диспут, проблемна лекція тощо. На таких лекціях здійснювалося активне засвоєння змісту навчання, зростала роль діалогічної взаємодії і спілкування.

Студенти відзначали доцільність такої роботи, оскільки під час лекції вони більше зайняті не механічним конспектуванням, а перебували у постійній напрузі думки; мислили разом з викладачем, логічно пов'язуючи вивчений матеріал з новим.

На проблемних лекціях з курсу «Методика викладання у вищій школі» обов'язковим було створення проблемних ситуацій – такого психічного стану протиріччя, неузгодженості у свідомості студента, яке викликало почуття здивування, подиву, нерозуміння, бажання вирішити проблему. Проблемні ситуації породжували і зміцнювали пізнавальну мотивацію студентів.

Так, на початку вивчення теми «Адаптація вищої освіти України до вимог Болонського процесу» формулювалося таке запитання: «Якої якості зміни з'являться у вищій освіті України у зв'язку з Болонським процесом?» Студенти з'ясовували, що ці зміни можуть бути визначені термінами «модернізація», «реформа» або «революція». Відповідь колишнього міністра освіти і науки України на запитання «Які зміни вже відбуваються у вищій школі» – «розвиток» – студенти відкидали, оцінюючи її як намагання уникнути відповіді (розвиток може мати різне спрямування – від прогресу до регресу, не кажучи вже про відсутність інформації про силу й інтенсивність цих змін). Майбутні магістри економіки чітко вказували на відмінність значення цих понять: модернізація – удосконалення окремих елементів системи; реформа – суттєве удосконалення системи за збереження

попередньої якісної основи; революція – прискорення темпів (на відміну від еволюції), об'єктивно необхідний перехід суспільства чи його підсистеми (освіти) на новий, якісно вищий ступінь розвитку.

Створювалася проблемна ситуація, яка інколи вела до зіткнення різних точок зору. Так, до першого варіанту схильний В. Журавський, другого – В. Кремень. Викладач зосереджував увагу студентів на логіці аналізу суті Болонського процесу, який був в основі протилежних висновків. Вихід із проблемної ситуації міг бути двох видів – викладач, показуючи причини протиріч, підводив студентів до готових висновків або залучав студентів до персональної участі у вирішенні проблемних питань.

Оскільки схема теоретичного блоку навчального модуля, як правило, виконувала орієнтуючу функцію, перед студентами також ставилося завдання складання тез або конспектування запропонованого викладачем навчального матеріалу.

На лекції викладач реалізував, в основному, фронтальну форму навчання, включаючи, де можливо, групову (завдання давалися студентам завчасно, результати обов'язково обговорювалися на лекції) та індивідуалізовану (самостійна підготовка завдань окремим студентом для монологічного виступу на лекції) форми навчання.

Наприклад, під час вивчення теоретичних і методичних основ вивчення п'ятої теми «Європейська кредитно-трансферна та система накопичення – ECTS» другого модулю «Адаптація вищої освіти України до вимог Болонського процесу» можна реалізувати групову форму навчання і провести лекційне заняття з елементами диспуту, заздалегідь розподіливши запитання декільком групам: перша група: «Характерні особливості ECTS; визначення навчального навантаження студентів»; друга група: «Основні документи ECTS: інформаційний пакет, навчальний контракт, перелік оцінок дисциплін»; третя група: «Типи моделей кредитних систем». Для всіх груп: «Які можливості надають студентам і викладачам системи накопичення і зарахування кредитів? Які можливості для поглиблення освітніх компонентів залишає країнам Болонська декларація?».

Під час вивчення питання «Кредит як основа проектування освітніх програм», розглядаючи відповідні приклади, можна провести лекцію із запланованими помилками. У процесі читання лекції викладач викликав у студентів замішання, свідомо допускаючи помилки. Спираючись на схему теоретичного блоку навчального модулю, студенти знаходили помилки і перевіряли їх спільно з викладачем у кінці лекції.

Робота студентів у групах полягала в тому, що малим групам (по 2-5 осіб) пропонувалися певні запитання (навчальні проблеми), які були складовими провідної професійно орієнтованої проблеми, яка розглядалася на занятті. Пошук відповідей на поставлені запитання (навчальні проблеми) здійснювалося в малих групах через їх подрібнення на менші проблеми і питання різних рівнів складності, які розподілялися між учасниками малих груп для індивідуального виконання чи у парах (рівень складності з метою

мотивації вибирали самі студенти). Індивідуально чи в парах знайдені рішення окремих завдань потім обговорювалися у малих групах і колективним рішенням, по-перше, виставлялася оцінка за виконання завдання і, по-друге, обґрунтовувалася відповідь на загальне запитання малої групи для подальшого його винесення на обговорення провідної професійно орієнтованої проблеми в усій навчальній групі.

Проводилися практичні заняття: «Формування інформаційного пакету ECTS»; «Складання структурно-логічних схем, навчальних планів спеціальностей та індивідуального навчального плану студента за вимогами кредитно-модульної системи організації навчального процесу»; «Методика формування змістового модуля дисципліни та залікового кредиту»; «Розробка шкал оцінювання навчальної діяльності студента та моделі моніторингу якості освіти в умовах кредитно-модульної системи організації навчального процесу».

Важливо, що згідно модульної програми обов'язково виділявся час для самостійної роботи студентів. В умовах пропонуваного модульного і самоорганізаційного підходів основними видами самостійної роботи була підготовка проекту викладання дисципліни за модульною системою або підготовка і проведення окремого навчального заняття.

Так, виконання самостійної роботи з курсу «Методика викладання у вищій школі» на тему «Підготовка і проведення навчального заняття» здійснювалася за таким орієнтовним планом: 1) назва теми; 2) мета роботи (навчальна, виховна, розвиваюча); 3) тривалість заняття; контингент слухачів; 4) зміст навчального матеріалу; 5) використані методи, засоби навчання; форми організації навчання; 6) завершальний етап заняття (методи контролю і оцінювання знань, домашнє завдання).

Контроль за допомогою комп'ютерної програми у формі різнорівневих тестових завдань доповнювався термінологічними і смисловими диктантами з теми, кожний варіант яких перевірявся іншими студентами. При цьому той, хто перевіряв, міг використовувати матеріал лекцій, підручників, що значною мірою поглиблювало чи коректувало їхні знання. Такі завдання давалися малоактивним і не дуже «сильним» студентам, що сприяло їхньому «підтягуванню» у ході перевірки робіт, за умови об'єктивності виставлення оцінок. Особливо мотивувало студентів проведення залікового заняття шляхом складання тематичного професійно орієнтованого кросворду із відповідним оформленням. Завдання виконувалися як індивідуально, так і в парах, у кінці залікового заняття презентувалися з метою обговорення і виявлення кращих.

У кінці кожного модулю з курсу «Методика викладання у вищій школі» підводилися підсумки роботи і орієнтування студентів у змістові наступного модуля. Дана структура модуля була чіткою і послідовною.

Процес вивчення тем «Європейська освітня інтеграція» та «Адаптація вищої освіти України до вимог Болонського процесу» у професійно орієнтованій дисципліні «Методика викладання у вищій школі» для

освітнього рівня «магістр» мав свої особливості, що визначалися: по-перше, специфікою мети педагогічної підготовки магістрів економіки; по-друге, більшим аудиторним фондом навчального навантаження порівняно з аудиторним фондом навчального навантаження освітнього рівня «бакалавр»; по-третє, модульним і самоорганізаційним підходами до планування розкладу занять, їх змісту і форм проведення.

Після визначення теми, мети вивчення матеріалу, «вхідного» тестового контролю знань проводилася актуалізація, яка полягала у повторенні певного обсягу відомих студентам даних, необхідних для наступного поглиблення і узагальнення їхніх знань з цих питань.

Лекція для освітнього рівня «магістр» мала, як правило, проблемний характер, адже мала реалізувати мету: навчити студентів мислити педагогічними категоріями, аналізуючи наукові і практичні проблеми запровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу у вищій школі України. Ця мета досягалася викладачем за допомогою постановки проблемних запитань і завдань, які використовувалися на лекції (для проблемного викладу), так і як професійно орієнтованих завдань для наступної самостійної роботи і практичних занять. Ці завдання мали орієнтувати студентів на роздуми над основними проблемами: тенденції розвитку вищої освіти України на сучасному етапі; відмінність та подібність систем вищої освіти України і Європейських держав; передумови входження вищої освіти України до Болонського процесу: адаптація законодавства, структурні зміни освіти, запровадження у систему вищої освіти Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS), проведення педагогічного експерименту щодо запровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу у вищих навчальних закладах III – IV рівнів акредитації тощо.

Для пошуку відповіді на поставлені запитання студенти мали оволодіти теоретичним матеріалом. Для цього викладач пояснював студентам матеріал теми, орієнтував їх у змістові схем теоретичного блоку навчального модулю (первинне і вторинне пояснення теоретичного матеріалу за повною і скороченою схемою орієнтовної основи дій відповідно). Цим забезпечувався на проблемній лекції етап складання схеми орієнтовної основи дій.

Під час виконання групових видів робіт досягалася мета створення сприятливих умов для співробітництва студентів, що сприяло більш ефективному мимовільному запам'ятання навчального матеріалу. Викладач виконував у цей час функцію консультанта. У кінці самостійної роботи через програмований контроль або в ігровій формі виявлялися ті результати, а також елементи навчального матеріалу, які викликали у студентів труднощі, на них зверталася увага на наступних заняттях.

На заняттях з організації самостійної роботи, крім виконання основної роботи – поетапного вивчення навчального матеріалу, викладач відводив час для знайомства з історичними даними (хронологією подій Болонського процесу), основними документами Болонського процесу, а «сильним»

студентам пропонував працювати з блоком «поглиблення» із опорою на комплект навчально-методичних засобів, виконати «проблемні» завдання для подальшого їх обговорення на практичному занятті («проблемний» блок навчального модулю).

Основними видами позааудиторної самостійної роботи магістрів була підготовка до блоку навчальних занять, виконання практичних завдань (виконання тестів, завдань, підготовка до тренінгів, рольових ігор, самостійних робіт). Практикувалося відповідне оформлення і обговорення на завершальних заняттях з модулю.

На практичних заняттях здійснюється етап закріплення знань у пам'яті, розвиваються вміння і навички студентів застосовувати їх на практиці у стандартних і нестандартних ситуаціях. Тут, по-перше, відпрацьовувався матеріал, який викликав у студентів труднощі; по-друге, виконувалися завдання, які вимагали використання знань у практичній діяльності. Для виконання цих завдань застосовувалися заняття на зразок деяких видів диктантів (смисловий, графічний, термінологічний), тести, складні завдання («Наведіть приклади», «Дайте характеристику»), а також ігрові види робіт – кросворди, ребуси тощо.

На практичному занятті викладач виділяв час на обговорення «проблемних» запитань, підготовлених «активними» студентами. Аналіз відповідей здійснювався в усій навчальній групі, студенти могли керуватися комплектом навчально-методичних засобів, додатковою літературою, рекомендованою в «теоретичному», «проблемному», «поглибленому» блоках навчального модулю.

На заліковому занятті з метою перевірки рівня набутих знань і вмінь студентам пропонувалося виконати тестові завдання різних рівнів складності. Крім оцінювання знань студентів, формувалися їхні вміння аналізу і самоаналізу діяльності і її результатів, тому застосовувався взаємоконтроль і самоконтроль. Проводився аналіз роботи студентів на заняттях, орієнтування у змістові наступного модулю. При цьому викладач враховував зміст і характер майбутньої професійної діяльності магістрів.

Під час вивчення оглядових тем організовувалися конференції, наприклад, «Системи вищої освіти у країнах Європи і Америки». Конференцію відкривала лекція викладача, де характеризувалася сучасна епоха, роль і місце освіти в ній, сучасні принципи побудови та завдання вищої освіти у розвинених країнах. Потім формулювалися проблеми, які мали бути висвітлені на конференції. Основна частина заняття – виступи доповідачів за матеріалами рефератів, виконаних індивідуально чи в групах (за бажанням студентів), їх обговорення. На завершення конференції з допомогою викладача робилися висновки про важливі досягнення учасників конференції, оцінювалася їх робота. Конференція могла зайняти час трьох занять модуля «Європейська освітня інтеграція». На четвертому, заліковому, організовувався підсумковий контроль з використанням взаємоконтролю: доповідачі на конференції, які самостійно вивчили тему і отримали оцінку

свої роботи, опитували тих, хто не брав участі у роботі конференції. Підсумкова оцінка виставлялася викладачем на основі оцінок описового характеру, які дали студенти-контролери.

Для вивчення теми «Принципи, шляхи і засоби адаптації Європейської кредитно-трансферної системи (ECTS) у вищу освіту України» організовувався «круглий стіл» з участю спеціалістів соціологічного, психологічного і педагогічного профілів. Таке заняття передбачало велику підготовчу роботу творчого характеру всіх студентів, викладача, запрошених для відповідей, доповідачів, можливого музичного і художнього оформлення. Відкривала «круглий стіл» яскрава, інформативно насичена промова викладача. Далі – представлення учасників «круглого столу», гостей – викладачів інших кафедр, психологів, запрошених студентів. Наступний етап – виступи окремих студентів з проблем узгодження і поєднання національних компонентів вищої освіти різних країн із вимогами Болонського процесу щодо створення Зони європейської вищої освіти. Потім отримані повідомлення аналізувалися всіма учасниками «круглого столу», йшло обговорення за принципом «запитання – відповідь». «Гості» ставили студентам запитання, уточнювали їхні вислови, пояснювали, наводили приклади. Обмін думками дозволив знаходити якісь точки дотику, які могли сприяти у подальшому вирішенню актуальних професійних проблем. Під час проведення «круглого столу» домінувала атмосфера довіри, сприятливого психологічного «клімату», усвідомлення необхідності різнобічного, різноаспектного розгляду вказаної проблеми з різних позицій на її практичне втілення в життя. У кінці заняття – підведення підсумків, визначення студентів, які брали активну участь у заході, слова вдячності «гостям», всім учасникам «круглого столу».

У результаті застосування такої форми навчання залучається великий фактичний матеріал, який веде до позитивного пізнавального, морального ефекту, а музичне і художнє оформлення, елементи діалогу сприяють емоційній напрузі, інтелектуальній активності.

Заняття з теми «Запровадження кредитно-модульної системи організації навчального процесу у ВНЗ України» можна провести у формі ділової гри. Ділова гра є методом імітації (наслідування, зображення, відображення) прийняття управлінських рішень в різних ситуаціях шляхом гри (програвання, розігрування) за завданнями чи виробленими самими учасниками гри правилами. З указаної теми розігрувалися такі ситуації як «Проведення семінару (конференції, «круглого столу», консультації тощо)», «Складання індивідуального навчального плану студента». При цьому студенти по черзі виконували ролі: викладача, декана, куратора, методиста, інспектора, студента. Це заняття вимагало великої підготовчої роботи і планувалося завчасно: складався сценарій, розподілялися ролі, вибиралися ситуації. Завершальний етап заняття – традиційне підведення підсумків, визначення кращих, виставлення оцінок, установка на підготовку до наступного заняття. Ділова гра, ставлячи студента у ситуацію реальних дій в

ролі конкретної діючої особи, змушувала його мислити конкретно і предметно, з ясно усвідомленою метою досягти реального результату – навчитися проектувати документи, передбачені Болонською системою. Це загострювало увагу студента, робило цілеспрямованим мислення, а, отже, сприяло кращому засвоєнню.

Вивчення теми «Основні завдання, принципи та етапи формування зони європейської вищої освіти» проводилося у формі семінару-дискусії, що займав одну годину навчального модулю. Інший час навчального модулю використовувався на обговорення завдань, виконаних студентами вдома, їх наочне представлення; підведення підсумків, виставлення оцінок.

Виділення варіативної складової системи форм організації вивчення психолого-педагогічних предметів передбачало також консультування студентів, які виконували індивідуальні завдання, що відрізнялися від інших видів діяльності викладачів і студентів.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions)

стосуються констатації того, що пошук ефективних форм педагогічної підготовки майбутніх магістрів економіки до діяльності педагога є досить цікавим явищем, розуміння якого неможливе без звернення до досягнень дидактики вищої школи, сучасних вимог Болонського процесу. Уточнення того, що найефективнішими з них є інтерактивні форми навчання і практичної підготовки до діяльності магістра як викладача економіки, у свою чергу, визначає перспективи подальших досліджень. Серед них – необхідно уточнити сутність форм модульної, інформатизованої і інтенсивної педагогічної підготовки майбутніх магістрів економіки. Це зачіпає також і проблеми проектування змісту (у тому числі дидактичних матеріалів), методів, технологій такої підготовки, вирішення яких дасть змогу упорядкувати термінологію, розглянути компоненти педагогічної підготовки магістрів економіки, виявити закономірності і механізми досліджуваного процесу.

Список використаних джерел (References):

1. Бутенко Н. Ю. Педагогічна практика: підготовка та реалізація: навч. посіб. / Н. Ю. Бутенко, Л. М. Грущенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 183 с.
2. Лебедик Л. В. Модернізація форм педагогічної підготовки магістрів економіки (на прикладі вивчення курсу “Вища освіта України і Болонський процес”) / Л. В. Лебедик // Інноваційні технології у професійній підготовці вчителя трудового навчання: проблеми теорії і практики : матеріали Міжнародної наук.-практичної конф. (Полтава, 9–10 жовтня 2008 р.). – Полтава: Видавництво «АСМІ», 2008. – 460 с. – С. 333-340.
3. Лебедик Л. В. Перспективи удосконалення форм підготовки викладачів вищої школи в умовах магістратури / Л. В. Лебедик // Підготовка соціального педагога на засадах партнерства. Матеріали науково-практичної конференції 24 листопада 2015 року / За редакцією М. П. Васильєвої. – Харків : ХНПУ імені Г. С. Сковороди. – 2015. – 144 с. – С. 74-75.

4. Лебедик Л. В. Удосконалення форм підготовки викладачів вищої школи в умовах магістратури / Л. В. Лебедик // Вісник Черкаського університету. Серія «Педагогічні науки». – Черкаси: Черкаський університет імені Богдана Хмельницького, 2016. – № 5. – С. 73-79.
5. Лебедик Л. В. Формування загальних і професійних компетенцій майбутніх викладачів економіки / Л. В. Лебедик // Імідж сучасного педагога. – 2017. – № 2 (171). – С. 11-14.
6. Лебедик Л. В. Формування професійних компетенцій майбутніх викладачів вищої школи / Л. В. Лебедик // Наукова спадщина академіка Івана Зязюна у вимірах сучасності і майбутнього : збірник матеріалів І Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 30-31 березня 2017 року) / ред. колегія : В. П. Андрущенко, В. Г. Кремень, Н. Г. Ничкало ; укл. Н. В. Гузій. – Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2017. – 339 с. – С. 159-162.
7. Міщенко І. Б. Дидактичні умови формування психолого-педагогічної компетентності майбутніх викладачів економіки в процесі професійної підготовки: Автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Житомирський держ. ун-т ім. Івана Франка. – Житомир, 2004. – 20 с.
8. Поясок Т. Б. Психолого-педагогічна підготовка майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю у вищих навчальних закладах: Автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України. – К., 2004. – 22 с.
9. Стрельников В. Ю. Авторські курси як форма підвищення кваліфікації викладачів / В. Ю. Стрельников // Навчально-методичний журнал «Освіта. Технікуми. Коледжі». – 2017. – № 1,2 (42). – С. 14-17.
10. Стрельников В. Ю. Проектування професійно-орієнтованої дидактичної системи підготовки бакалаврів економіки. Монографія / В. Ю. Стрельников. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2006. – 375 с.
11. Стрельников В. Ю. Сучасні технології навчання у вищій школі : Модульний посібник для слухачів авторських курсів підвищення кваліфікації викладачів МПК ПУЕТ / В. Ю. Стрельников, І. Г. Брітченко. – Полтава: ПУЕТ, 2013. – 309 с.
12. Стрельников В. Ю. Удосконалення форм навчання у сучасній вищій школі: верифікація ідей Михайла Остроградського / В. Ю. Стрельников // Імідж сучасного педагога. – 2016. – № 6. – С. 12-17.

УДК 378.14

Стрельніков Віктор Юрійович

доктор педагогічних наук, професор завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»



КРИТЕРІЇ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРІВ ЕКОНОМІКИ

Стрельніков В. Ю.

QUALITY CRITERIA FOR TRAINING OF ECONOMIC BACHELORS

Strelnikov V. Yu.

КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ БАКАЛАВРОВ ЭКОНОМИКИ

Стрельников В. Ю.

У статті досліджено критерії якості підготовки бакалаврів економіки на основі міжнародних стандартів серії ISO 9001. Зроблено висновок, що постійна мобілізація викладачів, ріст свідомості і прагнення до удосконалення сприяють забезпеченню якості, однак гарантія якості досягається більше через стратегії оцінювання, ніж через контроль відповідності на виході; процес надання освітніх послуг підпорядковується загальним законам, які діють на ринку.

Ключові слова: критерій, якість, бакалавр економіки, підготовка бакалаврів економіки, міжнародні стандарти серії ISO 9001.

The article examines the criteria for the quality of the bachelor's degree in economics based on the international standards of the ISO 9001 series. It is concluded that the constant mobilization of teachers, the growth of consciousness and the pursuit of improvement contribute to quality assurance, but the quality assurance is achieved more through evaluation strategies than through compliance control on output; the process of providing educational services is subject to the general laws that operate on the market.

Key words: criterion, quality, bachelor of economics, preparation of bachelors of economics, international standards of the series ISO 9001.

©Журнал Київського університету ринкових відносин
Економіка. Бізнес-адміністрування. Право. – № 4(4) грудень 2017-січень 2018

В статье исследованы критерии качества подготовки бакалавров экономики на основе международных стандартов серии ISO 9001. Сделан вывод, что постоянная мобилизация преподавателей, рост сознания и стремление к совершенствованию способствуют обеспечению качества, однако гарантия качества достигается больше из стратегии оценивания, чем через контроль соответствия на выходе; процесс предоставления образовательных услуг подчиняется общим законам, которые действуют на рынке.

Ключевые слова: критерий, качество, бакалавр экономики, подготовка бакалавров экономики, международные стандарты серии ISO 9001.

Постановка наукової проблеми (Introduction). В останні роки в Україні значно зріс інтерес підприємств до міжнародних стандартів ISO серії 9000, що пов'язано з їх прагненням вийти на міжнародний ринок, з посиленням конкуренції на внутрішніх товарних ринках і ринках послуг. Ця тенденція характерна і для вищої школи. У сучасних умовах ВНЗ України змушені переглядати стратегію розвитку, орієнтуючи її на забезпечення відповідності продукту освітньої діяльності вимогам споживачів. Вони об'єктивно приходять до маркетингової концепції управління з орієнтацією на інноваційний продукт освітньої діяльності, коли основною конкурентною перевагою стає якість підготовлених кадрів. Гарантія якості освіти стає візитною карткою планованих і досягнутих результатів. В умовах, коли якість навчання є рушійною силою технологічного і суспільного прогресу, гарантія якості впливає на зміни освітніх стандартів і навчальних програм, стає основним чинником, який визначає механізми і процесуальні характеристики підготовки бакалавра економіки і впливає на забезпечення відповідності ринку її кінцевого продукту.

Стратегія ВНЗ, спрямована на забезпечення якості підготовки бакалавра економіки, підтримує створення цивілізованого демократичного суспільства, яке характеризується активною участю освічених громадян у його житті і передбачає високий професійний потенціал ВНЗ. Однак, професійна кваліфікація багатьох викладачів чітко прив'язана до конкретних потреб індустріального суспільства, яке здає свої позиції. Суспільство знання, яке йде на його зміну, в більшій мірі орієнтується на зовнішній світ і йому потрібний інший тип фахівця, носія ідей цього суспільства.

Аналіз досліджень з даної проблеми (Analysis of recent researches and publications) показує, що якість навчання завжди вивчалася дидактикою як основна категорія. Узагальнення праць з цієї проблеми, проведене нами у попередніх публікаціях [4-12] і Л. Лебедик [1-3] показало, що увага сучасних дослідників зосереджується здебільшого на розкритті методів і прийомів, які забезпечують підвищення якості підготовки бакалаврів на етапі її функціонування.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Щодо процесу підготовки бакалаврів з точки зору забезпечення її якості, то, як показує аналіз педагогічної літератури, в Україні ця галузь наукових досліджень у даний час тільки переживає процес становлення. Поки залишаються слабо вивченими питання узгодження системи підготовки бакалаврів спеціальності 051 «Економіка» із міжнародними стандартами якості серії ISO.

Тому метою статті (**Main purpose of the article**) є пошук більш детальних критеріїв оцінювання якості підготовки бакалаврів економіки з урахуванням міжнародних стандартів якості серії ISO, зважаючи на їх авторитетність (їх визнали більше 160 країн) і важливість в умовах інтеграції України у світове економічне співтовариство.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Наша концепція проектування підготовки бакалаврів напряму 051 «Економіка» полягала, насамперед, у наданні переваги стратегії відкриттів з допомогою інноваційних технологій навчання замість стратегії передачі знань викладачами. Процес набуття нових знань відбувався за активної позиції студента, що й визначало суттєві зміни у його підготовці. Відправним і кінцевим пунктами був суб'єкт, який за допомогою нових вимог гарантії якості навчався для задоволення професійних потреб. Тому суб'єктність студента вибрана нами як інтегрований показник ефективності даної системи.

Для підготовки до акредитації незалежними міжнародними агентствами, як цього вимагає Болонський процес, деякі українські ВНЗ розпочали створення системи управління якістю підготовки, однак багато з них поки ще не мають необхідних знань в галузі сучасних підходів і тенденцій розвитку управління якістю освіти. Недостатньо використовується комплекс міжнародних стандартів ISO серії 9000, концепція Загального управління якістю (TQM). У Полтавському університеті економіки і торгівлі (далі – ПУЕТ) створений окремий підрозділ – науково-методичний центр управління якістю освітньої діяльності. Його функція методичного забезпечення управління якістю передбачає моніторинг і аналіз процесів з метою їхнього удосконалення.

Проектуючи систему підготовки бакалаврів економіки, ми орієнтувалися на міжнародні стандарти ISO серії 9000:2000 і 9001. Нам було важливо перейти від підготовки, орієнтованої на пропозицію, до орієнтованої на попит, і цьому сприяли стандарти ISO, відправною точкою яких були вимоги споживача. Це спонукало до оцінювання знань і якості виконання завдань на практиці чи в умовах моделювання практичної діяльності. Принцип сертифікації ISO вимагає оцінювання якості фахівця безпосередньо на професійному робочому місці.

Міжнародними стандартами ISO 9000 визначені стандарти, застосовувані в усьому світі для процедури гарантії якості процесу

виробництва продукту, включаючи освітні послуги. Характер норм визначається структурою, тривалістю, документацією, внутрішнім і зовнішнім контролем, у тому числі сертифікацією управління якістю. Ми використали критерії TQM: орієнтація на довгострокову перспективу; управління якістю як постійний процес; управління якістю як завдання для керівників; задоволення споживачів як одна з ключових завдань професійної освіти; розуміння якості як орієнтованої на споживача і персонал; створення системи контролю якості. Побудова системи управління якістю освіти у ПУЕТ дозволила впровадити основні принципи TQM: орієнтація підготовки на споживачів, від задоволення вимог яких залежить конкурентноздатність ВНЗ; безперервне удосконалення процесів її проектування; забезпечення участі керівництва і викладачів у вирішенні проблем якості; централізація зусиль у проектуванні якістю підготовки на людях і їх взаєминах; орієнтація на попередження невідповідностей; уявлення проектування як безперервного процесу, коли якість кінцевого об'єкта є наслідком досягнення цієї якості на всіх попередніх етапах процесу [5, с. 153].

Винятково важливою для проектування якістю підготовки була орієнтація міжнародних стандартів ISO серії 9000:2000 та 9001 на процесний підхід. Об'єктивного перегляду з позиції якості потребували всі структурні елементи підготовки бакалаврів – її мета, зміст, технології організації, принципи навчання, навчальне середовище, педагогічна майстерність викладачів.

Аналіз зарубіжних досліджень, проведений нами [5], вказав на основні підходи до виділення критеріїв відповідності підготовки ринкові освітніх послуг: перший базується на інституціональному рівні – якості самої підготовки; другий – на реально досягнутих результатах і якості їх оцінювання.

За першого підходу нормативи і стандарти визначають навчальні плани і відповідні витрати; засоби на сертифікацію послуг ВНЗ, оцінювання студентів; оцінювання адекватності відділення (факультету), викладачів, кураторів; оцінювання відповідності устаткування і приміщення. Для оцінювання проекту підготовки бакалаврів економіки, починаючи від розробки і закінчуючи проведенням навчання, ми скористалися критеріями цього підходу, у зіставленні з якими здійснювалася перевірка релевантності підготовки ринкові освітніх послуг. Такими критеріями були: навчальні плани з погляду навчання компетенціям, вказаним у освітніх стандартах; високий професіоналізм викладачів, адміністрації; взаємодія викладачів і співробітників з роботодавцями для узгодження змісту підготовки і направлення студентів на виробниче навчання на підприємства; обладнання та його придатність для цільової підготовки бакалавра економіки; процес відбору студентів на навчання; організація проведення іспитів; працевлаштування випускників на роботу за спеціальністю. Оцінювання якості підготовки за цього підходу могло бути повністю завершеним тільки після закінчення навчання і працевлаштування випускників (або факту

неможливості працевлаштуватися). Ця модель моніторингу не могла зробити достатнього впливу на процес, адже контроль якості підготовки за цього підходу здійснювався традиційними методами, тобто заключною перевіркою відповідності отриманого продукту запланованим вимогам.

Тому необхідно було звернутися до другого підходу на основі компетенцій, який є популярним у наш час у розвинутих країнах. У центрі уваги було оцінювання результатів, виражених у компетенціях, які демонстрував студент, а не процес навчання. Компетенцію можна продемонструвати незалежно від того, де саме її набув. Підхід відокремлював демонстрацію компетенції від структури навчальної програми, у ході якої ця компетенція була отримана і передбачала, що: студент демонстрував уміння виконати якусь роботу чи одержував позитивний результат у реальній ситуації виконання професійних функцій; навчання відбувалося незалежно від року навчання студента і в будь-якому місці (підприємство, ВНЗ, громадська організація); оцінювання виконувалося третьою стороною (контролюючим органом), яка не пов'язана з місцем проведення навчання; орган, який сертифікував, представляв інтереси всіх сторін однаково, не віддаючи нікому переваги; особи, які проводили оцінювання і завіряли її своїми підписами, мали спеціальну підготовку і сертифікати; визначальними у перевірці були професійні компетенції; застосовувалися Європейські норми гарантії якості, які розроблені для оцінювання послуг і фахівців (EN 45013).

Ознайомлення з міжнародними стандартами серії ISO 9001 показало, що виділені параметри якості дещо повторюють елементи підготовки бакалаврів економіки. Складові елементи системи якості, згідно міжнародних стандартів ISO 9001 такі: відповідальність керівника, система якості, аналіз контрактів (вхідний рівень), управління проектуванням, управління документами, закупівля, управління підготовкою студентів, ідентифікація і відслідковування (контроль і моніторинг), управління процесами, управління контролем, статус контролю, управління невстигаючими студентами, коригувальні впливи, форми і способи збереження документів, управління записами якості, внутрішній аудит якості, навчання викладачів, обслуговування, статистичні методи.

Стосовно підготовки бакалаврів економіки ці елементи мали свою специфіку й особливості дії. Система якості мала два взаємозалежних аспекти: запити й очікування споживачів освітніх послуг (студентів і роботодавців) та їх постачальника (викладача), задоволення яких і стало ключовою метою підготовки. У ПУЕТ на основі міжнародних стандартів ISO 9001 розроблена оригінальна модель якості з тринадцяти елементів, для кожного з яких було виділено інваріантну структуру їх опису з позицій міжнародних стандартів. Було одержано двовимірну матричну модель проектування якості підготовки, у якій по вертикалі подані компоненти складових якості елементів підготовки бакалаврів економіки, а по горизонталі – розгортання кожного елемента згідно зі складовими її якості.

Кожна клітинка матриці наповнювалася певним змістом, що дозволило порівняно легко проектувати систему підготовки й аналізувати якість проекту. Матрична модель проектування підготовки бакалаврів економіки на основі адаптованих міжнародних стандартів ISO 9001 передбачала врахування складових і елементів якості підготовки. Складовими її якості були виділені: якість змісту, якість технологій, якість оцінювання, якість організації, якість персоналу. Елементи системи якості на основі модифікованих міжнародних стандартів ISO 9001 такі: аналіз контрактів (вхідний рівень), управління проектуванням, управління документами, управління підготовкою студентів, ідентифікація і відслідковування, управління процесами, управління контролем, управління невстигаючими студентами, форми і способи збереження документів, внутрішній аудит якості, навчання викладачів, обслуговування, статистичні методи.

Експерти вказали на такі найбільш важливі аспекти, які впливали на якість підготовки бакалавра економіки: 1) системний підхід, який сприяв верифікації та формуванню структури підготовки, забезпечував якісний навчальний процес на документальній основі – згідно вимог ECTS, державного стандарту чи професіограми бакалавра економіки (на цей чинник вказали 92 % респондентів); 2) менеджмент (відповідальність проектантів), який дав змогу визначити, сформулювати і запровадити проект підготовки, спрямований на підготовку бакалавра економіки високої якості, передбачав: зобов'язання проектантів щодо якості фахівця, орієнтацію на споживача освітніх послуг (студента), відповідальність і обмін інформацією, моніторинг якості з боку керівництва (86 %); 3) навчальне середовище, яке акцентувало увагу на ресурсах (кадрових, матеріальних, технічних, інформаційних), що впливали на якість підготовки бакалаврів економіки (83 %); 4) вимірювання, аналіз і удосконалення допомагали ідентифікувати процедури моніторингу, необхідного для підтримки і удосконалення якості фахівця (79 %).

Увага до вказаних аспектів, які складали достатньо простий механізм, дала змогу побачити вимоги до процесів, які формують якість підготовки бакалаврів економіки. Серед критеріїв якості освітніх продуктів, створених викладачем (зокрема, електронних), експерти наголосили на двох: 1) кращих умовах для навчання студентів (студент зможе працювати інтенсивніше, у власному темпі, зможе проконтролювати себе, швидко і зручно знаходить необхідну інформацію через систему навігації, гіперпосилання, глосарій тощо); 2) звільненні викладача від виконання «рутинних функцій» (перевірки знань, яку бере на себе комп'ютер; пояснення простих тем, які студент може засвоїти самостійно; переписування текстів, оскільки електронні версії підручників можна швидко поправити, внести доповнення, оновити документацію тощо).

Запропонована нами матрична модель дозволила виявити сильні і слабкі сторони підготовки бакалаврів економіки і внести необхідні зміни відповідно до вимог системи якості.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions) з даного дослідження стосуються застереження, що постійна мобілізація викладачів, ріст свідомості і прагнення до удосконалення сприяють забезпеченню якості, однак сьогодні гарантія якості досягається більше через стратегії оцінювання, ніж через контроль відповідності на виході. Якість підготовки бакалавра економіки, з одного боку, розглядається як якість результату підготовки і, з іншого боку, як сукупність якісних характеристик самої підготовки, реалізації її складових і результатів. Процес надання освітніх послуг підпорядковується загальним законам, які діють на ринку. Споживач очікує високої якості результату підготовки бакалаврів економіки згідно своїх вимог, що досягається реалізацією якісних характеристик основних її елементів.

Таким чином, на основі міжнародних стандартів ISO серії 9000:2000 та 9001, ми: визначили цільові групи споживачів підготовки бакалаврів економіки й ідентифікували їхні вимоги; визначали процеси, необхідні для підготовки; сформували матрицю розподілу повноважень і відповідальності за якість підготовки; установили послідовність і взаємодію процесів; провели опис процесів згідно вимог міжнародних стандартів ISO; сформулювали вимоги до інформаційного забезпечення і документального оформлення такої підготовки; проводили за допомогою групи внутрішніх аудиторів аудит якості підготовки бакалаврів економіки, у рамках якого виявляли ланки, які слід удосконалити.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо в уточненні вимог міжнародних стандартів ISO 9001 стосовно підготовки фахівців у вищій школі, що дасть змогу упорядкувати термінологію якості освіти в Україні.

Список використаних джерел (References):

1. Лебедик Л.В. Моніторинг якості педагогічного професіоналізму магістрів економіки / Л.В. Лебедик // Вища освіта України. – Додаток 2 до №3, том III (28). – 2011. – Тематичний випуск “Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору”. – 546 с. – С. 129-135.
2. Лебедик Л.В. Оцінювання культури вищого навчального закладу через якість здоров’язбережувального середовища / Л. В. Лебедик // Взаємодія духовного й фізичного виховання в становленні гармонійно розвиненої особистості : збірник статей за матеріалами IV Міжн. науково-практичної онлайн-конференції (Слов’янськ, Україна, 23-24 березня 2017 р.) у 2 томах / гол. ред. В.М. Пристинський. – Слов’янськ : ДВНЗ “Донбаський державний педагогічний університет”, 2017. – Т. 1. – 583 с. – С. 495-500.
3. Лебедик Л. В. Управління якістю педагогічної підготовки магістрів економіки / Л. В. Лебедик // Управління якістю діяльності вищого навчального закладу за міжнародними стандартами менеджменту ISO 9001:2008: досвід впровадження та напрями вдосконалення. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2010. – С. 350-351.

4. Стрельников В. Ю. Дослідження якості системи акселеративного навчання на основі міжнародних стандартів ISO 9000 / В. Ю. Стрельников // Вища освіта України. – Додаток 3., Том IV (11). – 2008. – Тематичний випуск “Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору”. – 638 с. – С. 151-158.
5. Стрельников В. Ю. Инновационные технологии обучения бакалавров экономики / В. Ю. Стрельников // Использование инновационного потенциала вуза при подготовке бакалавров и магистров // Сборник материалов международной научно-практической конференции /Под общ. ред. Шарипова М. М., Раджабова Р. К. – Душанбе: «Ирфон», 2015. – С. 25-29.
6. Стрельников В. Ю. Кредитно-модульна система підготовки бакалаврів економіки / В. Ю. Стрельников // Інновації в педагогічній освіті європейського простору. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. 27-28 вересня 2009 р. – Полтава, 2009. – С. 26-34.
7. Стрельников В. Ю. Критерії вимірювання якості підготовки бакалаврів економіки / В. Ю. Стрельников // Abstracts second international summer school “Educational measurements: teaching, research and practice”. 18 – 25 September 2010, Foros (Crimea, Ukraine). – Nizhyn, 2010. – 60 с. – С. 51.
8. Стрельников В. Ю. Критерії якості освітнього середовища в педагогічній системі М. В. Остроградського / В. Ю. Стрельников // М. В. Остроградський – видатний математик, механік і педагог. Матеріали міжнародної конференції, присвяченої 200-річчю з дня народження М. В. Остроградського 26–27 вересня 2001 року. – Полтава: ПДПУ ім. В. Г. Короленка, 2001. – 177 с. – С. 154-156.
9. Стрельников В. Ю. Оцінювання корпоративної культури навчального закладу через якість корпоративного середовища / В. Ю. Стрельников // Актуальні проблеми державного управління, педагогіки та психології / Збірник наукових праць Херсонського національного технічного університету. Вип. 2 (7). – Херсон, 2012. – 518 с. – С. 442-448.
10. Стрельников В. Ю. Показники якості дидактичної системи згідно з вимогами ISO 9001 // Матеріали XXXII міжнародної наук.-метод. конф. «Якість вищої освіти: інтерактивні методи спільної навчальної діяльності викладачів і студентів», 29–30 березня 2007 року. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2007. – 223 с. – С. 154-155.
11. Стрельников В. Ю. Професійна підготовка бакалаврів економіки на основі міжнародних стандартів / В. Ю. Стрельников // Дидакал: часопис / А. Бойко (гол. ред.). – Полтава : ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2014. – Вип. 14. – 330 с. – С. 21-24.
12. Стрельников В. Ю. Система якості підготовки бакалаврів економіки за міжнародними стандартами ISO 9001:2008 / В. Ю. Стрельников // Вісник КНУ імені Тараса Шевченка. – Випуски 94-96. – Серія «Філософія. Політологія». – К.: ВПЦ «Київський університет», 2010. – С. 151-156.

УДК 37.036

Петришин Людмила Йосипівна

доктор педагогічних наук, доцент, доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи Тернопільського національного університету імені Володимира Гнатюка



КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ МЕДІАТОРСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Петришин Л.Й.

KEY COMPONENTS OF THE MEDIATORIAN COMPETENCY OF THE FACTOR OF SOCIAL SPHERE

Petryshyn L.Y.

КЛЮЧЕВЫЕ КОМПОНЕНТЫ МЕДИАТОРСКОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Петришин Л.И.

У статті схарактерезовано науково-теоретичні підходи до медіації як альтернативного способу вирішення конфліктних ситуацій; зацентовано увагу на ролі соціального працівника як медіатора у врегулюванні конфліктних ситуацій; розкрито та проаналізовано ключові компоненти медіаторської компетентності фахівця соціальної сфери.

Ключові слова: соціальний працівник, медіаторство, медіатор, конфлікт, професіоналізм, медіаторська компетентність, фахівець соціальної сфери.

The article describes the scientific and theoretical approaches to mediation as an alternative way of resolving conflict situations; attention is paid to the role of a social worker as a mediator in the settlement of conflict situations; the key components of mediator competence of a social specialist are revealed and analyzed.

Key words: social worker, mediatorism, mediator, conflict, professionalism, mediator competence, specialist in social sphere.

В статье схарактерезовано научно-теоретические подходы к медиации как альтернативного способа решения конфликтных ситуаций; акцентировано внимание на роли социального работника как медиатора в урегулировании конфликтных ситуаций; раскрыты и проанализированы ключевые компоненты медиаторской компетентности специалиста социальной сферы.

Ключевые слова: *социальный работник, медиаторства, медиатор, конфликт, профессионализм, медиаторская компетентность, специалист социальной сферы.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Зростання соціальної ролі особистості, гуманізація і демократизація суспільства, динамізм соціально-економічних і соціокультурних процесів, їхня інтеграція та глобалізація вказують на важливість формування у фахівців соціального напрямку спеціальної професійної підготовки для побудови конструктивних безконфліктних відносин. Саме тому на сучасному етапі розвитку професійної освіти важливим є підготовка дипломованого фахівця соціальної сфери здатного виконувати роль медіатора з управління конфліктами, спроможного організувати ефективну комунікацію між сторонами конфлікту, забезпечити між ними відносини співпраці у розв'язанні існуючої проблеми та спільний пошук рішення, яке максимально враховувало б інтереси і бажання сторін.

Медіаторська компетентність є необхідною складовою для професійної діяльності фахівців соціальної сфери, тому система професійної підготовки студентів до ролі медіатора спирається на науково-методичне обґрунтування забезпечення навчального процесу у вищій школі з урахуванням потреб соціальної практики та професійної компетентності майбутнього спеціаліста.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Лиш в останні роки медіація стала застосовуватись в Україні належним чином, тому саме зараз відбувається процес її закріплення на законодавчому рівні, підтвердженням чого є реєстрація законопроектів про медіацію у Верховній Раді України. Так, останнім, був зареєстрований 27.03.2015 р законопроект «Про медіацію» № 2480. Ціллю якого є введення на законодавчому рівні правового інституту медіації та створення правових умов для застосування процедури медіації в Україні. Цей законопроект закладає і окреслює правові основи проведення позасудової процедури врегулювання конфліктів (медіація) за взаємною згодою сторін конфлікту і участю посередника (медіатора), а також визначає принципи медіації, регламентує процедуру та порядок її проведення, визначає правовий статус медіатора, його права і обов'язки, відповідальність. Варто також зазначити, що нині, попри брак спеціального законодавства, Україна може похвалитися своїм власним досвідом застосування процедури медіації, який підтверджує високу ефективність цього інституту при вирішенні конфліктів.

На території України діє низка регіональних груп з медіації, які об'єдналися в Національну асоціацію медіаторів України. В країні є Український Центр Медіації, що створений при Києво-Могилянській Бізнес-Школі, Львівський, Подільський та Київський центри медіації – всі вони здійснюють свою діяльність та звітують її результати в мережі Інтернет. (

Окремі теоретичні та практичні аспекти медіації як альтернативного способу вирішення конфліктних ситуацій висвітлювалися у працях Л. Морської, Н. Гришиної, Н. Лаврової, В. Лаврова, Є. Сорокіної, М. Вдовіної, М. Кузьминої, О. Белінської, Г. Єрьоменко.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent): вивчення категорії медіаторська компетентність соціального працівника як основи процесу укладання мирової угоди та побудови моделі формування медіаторської компетентності соціального працівника у процесі фахової підготовки.

Мета статті (Main purpose of the article): проаналізувати ключові компоненти медіаторської компетентності фахівця соціальної сфери в процесі професійної освіти.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). У сучасному суспільстві медіація – інноваційний підхід до вирішення виникаючих конфліктів. Історія її розвитку в різних країнах підтверджує ефективність медіації у врегулюванні різного роду конфліктних ситуацій. Філософське і психологічне обґрунтування медіації, а також практика юридичного використання зумовлюють перспективи її розвитку [7].

Важливим є те, що застосування медіації можна знайти в освітній сфері, де вона може стати плацдармом для прищеплення молоді культури конструктивного вирішення конфліктів. Крім того, вона може бути ефективною в цілях профілактики вікових криз і як наслідок правопорушень серед неповнолітніх [7; 8; 10]. Тому, слід зазначити, що вміння медіатора затребувані також і в розв'язанні різного роду конфліктів, їхнього запобігання, а також налагодженню партнерських відносин і підвищенні функціонального ресурсу мікросоціальних утворень, в тому числі, сімейних, виробничих, навчальних та громадських.

Як зазначає А. Гаврилишин медіаторство має два позитивні аспекти впливу на процес врегулювання конфлікту. По-перше, присутність на переговорах третьої сторони сама собою має позитивний ефект, оскільки знижує міру деструктивності у взаємодії сторін. По-друге, медіаторство, спрямоване на організацію ефективної комунікації, діалогу між сторонами конфлікту, робить їх активними учасниками процесу розв'язання конфлікту [4].

Можна ще навести ряд прикладів окремих авторів, які займаються цією проблематикою. Так, Кузьмина М. розглядає медіацію (посередництво) як добровільний і конфіденційний процес розв'язання будь-якого конфлікту, в якому нейтральна третя особа допомагає сторонам досягнути домовленості в

їхньому спорі шляхом переговорів [5, с. 125]. О. Белінська розуміє під поняттям «медіація» добровільний та конфіденційний спосіб вирішення конфліктної ситуації, де медіатор у ході структурованої процедури допомагає учасникам конфлікту вступити у прямі перемовини з метою вироблення спільного рішення щодо проблеми [1]. На думку Г. Єрмоєнко, медіація – це процес переговорів, коли до вирішення спірного питання залучається нейтральна сторона – медіатор, яка веде цей переговорний процес, вислуховує аргументацію сторін щодо суті конфлікту і активно допомагає сторонам зрозуміти свої інтереси, оцінити можливість компромісів і самостійно прийняти рішення, що задовольнить всіх учасників переговорів [8]. Окрім того, у законопроекті «Про медіацію», подано визначення понять «медіація» та «медіатор». Отже, медіація – це альтернативний (позасудовий) метод вирішення конфліктів, за допомогою якого дві або більше сторони конфлікту намагаються в рамках структурованого процесу, самостійно, на добровільній основі досягти згоди у вирішенні конфлікту за допомогою медіатора.

Підсумовуючм слід зазначити, що соціальний працівник в ролі медіатора повинен володіти рядом професійних складових, однією із яких є професіоналізм, що дозволяє майбутньому фахівцю знаходити узгоджене рішення в умовах протиріч сторін і формулювати мирову угоду між ними [9]. Загалом, на нашу думку, компетентність соціального працівника як медіатора повинна характеризувати сукупністю знань, умінь і навичок, а також перш за все особистісних, інтелектуальних і емоційно-мотиваційних особливостей на основі яких він буде здатен на добровільній основі досягти згоди у вирішенні конфліктної ситуації.

Саме тому, медіаторська компетентність фахівця соціальної сфери – це комплекс професійних знань, умінь та навичок, а також досвід власної переговорної діяльності, що дозволяють виносити об'єктивні судження, приймати точні рішення для врегулювання конфлікту та формування мирової угоди між сторонами.

Для конкретизації суті та змісту медіаторської компетентності фахівця соціальної сфери визначимо структуру досліджуваного феномену та конкретизуємо ключові компоненти медіаторської компетентності, а саме мотиваційний, когнітивний, діяльнісний-практичний, особистісно-креативний. Розглянемо більш ґрунтовно сутність кожного компонента, щоб довести доцільність такого вибору.

Мотиваційний компонент медіаторської компетентності характеризується сформованістю мотивації соціального працівника до використання медіативних знань, технік на практиці, спрямованістю студентів на використання інноваційних ідей; сприйнятливістю до нововведень; усвідомленням потреби й виявом інтересу до розширення знань щодо застосування медіації у професійній діяльності. Критерієм цього компонента є стійка мотиваційна спрямованість майбутнього соціального працівника до використання медіації у професійній діяльності, тому він

визначається такими показниками: інтересом до інноваційної діяльності; прагненням застосовувати ідеї педагогічної інноватики у майбутній професійній діяльності; набуттям досвіду медіаторської компетентності у майбутній професійній діяльності соціального працівника.

Когнітивний компонент передбачає наявність у майбутніх соціальних працівників сукупності знань про сутність і структуру медіації, знання щодо методики й ефективності їх застосування для вирішення педагогічних завдань у професійній діяльності. Даний компонент характеризується пошуковим стилем мислення та здатністю до творчої діяльності і прийняття креативних рішень. Таким чином, критеріями когнітивного компоненту є глибина і системність знань щодо сутності, структури та способів використання медіації як способу мирного вирішення конфліктів. Показниками когнітивного компоненту визначено: опанування студентами спеціалізованих знань, системність, міцність, глибина, креативність й інтегративність; коректне володіння спеціальною термінологією (розрізнення й усвідомлення термінів «конфлікт», «медіація», «компетентність» «суб'єкт», «суб'єкт-суб'єктні відносини», «медіатор», «діалогічне спілкування», «інтерактивна взаємодія» тощо); рівень знань щодо методики організації медіативного процесу (відбір методів, форм, відповідно до мети, стадій медіації, передбачення очікуваних результатів).

Діяльнісно-практичний компонент медіаторської компетентності майбутніх соціальних працівників характеризується сукупністю вмінь і навичок щодо методики використання медіації, на основі усвідомленого оволодіння студентами педагогічними діями та наступним їх використання; палітрою спеціальних педагогічних умінь; володінням навичками критичного, творчого мислення тощо. Критерієм діяльнісного компонента є вияв студентами умінь і навичок необхідних для проведення медіативного процесу. Показниками даного компонента визначено: наявність у студентів професійних умінь (гностичних, проектувальних, конструктивних, організаційних і комунікативних) для оптимального використання їх на практиці; володіння навичками критично-аналітичного, творчого мислення, що дасть змогу обирати ефективні методи й засоби для ефективного проведення медіації; наявність умінь щодо проектування процедури медіації відповідно до її мети, завдань, принципів та стадій.

Особистісно-креативний компонент характеризується здатністю майбутнього соціального працівника до аналізу результатів власної діяльності, що пов'язана із застосуванням медіативних технік на практиці; здатність студента адекватно оцінювати рівень власної медіаторської компетентності; вміння підводити певні підсумки й корегувати на цій основі свою навчальну поведінку, спрямованістю на креативне вирішення конфліктного питання. Критеріями даного компонента є здатність майбутніх соціальних працівників до самоаналізу, адекватної самооцінки, саморозвитку, застосування креативних знань, умінь та навичок для врегулювання конфлікту та формування мирової угоди між сторонами. До

показників особистісно-креативного компонента віднесено: адекватне усвідомлення власного рівня володіння медіаторською компетентністю для врегулювання конфлікту; вміння застосувати креативні знання, уміння та навички для формування мирової угоди; здатність до корекції рівня розвитку та сформованості медіаторської компетентності; самоосвітня робота студента в напрямі розширення знань, умінь і навичок медіаторської компетентності та саморозвитку.

Визначені компоненти медіаторської компетентності інтегровані між собою внутрішніми зв'язками і є цільовими орієнтирами для добору умов формування означеного досліджуваного феномену. Усі компоненти не є ізольованими, а перебувають у взаємодії, що забезпечує її інтегративний характер.

На основі праці В. Шмига, яка обґрунтувала чотири рівні готовності фахівця до професійної діяльності виділимо (низький, середній, достатній, високий) [12], ми виявили такі рівні медіаторської компетентності соціального працівника: високий, достатній, задовільний, низький. Кожен рівень містить певні описові характеристики розвитку досліджуваного феномену. Розглянемо їх детальніше.

Високий рівень розвитку медіаторської компетентності в майбутніх соціальних працівників характеризується сформованістю у студентів потреби у поглибленні знань щодо застосування медіативних знань, умінь, технік; спрямованістю на використання ідей педагогічної інноватики у своїй роботі. Майбутні соціальні працівники, які володіють високим рівнем досліджуваного феномену, повинні мати високу сприйнятливості до нововведень, мотивацію до опанування змістовними знаннями про нові наукові та новаторські підходи з питань медіації. У них чітко сформовані цілі творчого майбутнього застосування медіаторських знань, умінь на практиці.

Майбутні фахівці повинні виявляти глибокі знання щодо особливостей застосування медіативних технік та стилів; коректно використовують спеціальну термінологію. Соціальні працівники, яким притаманний високий рівень (повинні вміти добирати відповідні методи і форми, мають складати власні плани проведення медіативних занять, які відзначаються оригінальністю та чіткою логікою тощо); постійний пошук нових, резервних можливостей для підвищення якості власної педагогічної праці. Майбутні соціальні працівники мають володіти навичками аналізу для проведення медіативного процесу.

Достатній рівень розвитку медіаторської компетентності притаманний студентам, які виявляють опосередкований інтерес до використання ідей педагогічної інноватики у майбутній професійній діяльності. Майбутні фахівці демонструють потребу у поглибленні знань щодо застосування медіації на практиці, проте вона не завжди детермінована внутрішніми спонуканами. Вони готові долати перешкоди, що виникатимуть у процесі налагодження медіативного процесу, шляхом використання технік медіації, проте не завжди впевнені у власних силах.

Майбутні соціальні працівники можуть оцінити власну готовність до використання медіації у професійній діяльності, однак не завжди здатні до корекції ситуації. Вони схильні думати, що така корекція відбуватиметься сама собою в процесі професійної підготовки. Студенти, котрі володіють достатнім рівнем готовності – розуміють важливість самоосвіти, однак їхнє розуміння продиктоване необхідністю виконання обов'язкового індивідуального завдання.

Задовільний рівень характеризується тим, що у майбутніх соціальних працівників недостатньо розвинена потреба у поглибленні знань щодо застосування медіаторської компетентності, виявляється нестійке прагнення до досягнення цілей процедури примирення. Знання щодо особливостей застосування медіації є поверхневими.

Вони лише інколи вдаються до аналізу результатів своєї навчальної діяльності у напрямі оволодіння окресленими інноваціями; не здатні на адекватну самооцінку власної готовності до використання медіації; студенти здатні до саморозвитку лише за умови зовнішнього примусу; не вбачають необхідності в самоосвіті, самоактуалізації, саморозвитку, самопізнанні, самопостереженні, самоконтролі.

Низький рівень розвитку медіаторської компетентності характеризується несформованим пізнавальним інтересом, відсутністю внутрішніх мотивів упроваджувати будь-які інновації у майбутній професійній діяльності. У них не виникає потреба в оволодінні професійними знаннями, уміннями та навичками, необхідними у процесі здійснення медіативної процедури. Вони не здатні оперувати спеціальною термінологією, адже не розуміють її змісту і значення, не вміють аналізувати результати своєї навчальної діяльності; усвідомлюють важливості самоосвіти, саморозвитку.

Проблема формування медіаторської компетентності фахівця на різних рівнях її прояву, при цьому професійними сферами аналізу і вивчення конфліктів виступають управлінська, педагогічна, правоохоронна, економічна діяльність фахівців. Все це свідчить про інтерес до професійного конфлікту і процесу формування компонентів медіаторської компетентності працівників соціальної сфери, яка носить стійкий і зростаючий характер.

Медіаторська компетентність повинна формуватися в освітньому процесі, мета якого має полягати не стільки в засвоєнні інформації, скільки в тому, щоб прищепити навички самостійного критичного мислення, зробити інтелект пластичним до засвоєння нових знань, сформувані соціальну зрілість. Така установка характерна для «інноваційних», «креативних», «розвиваючих», «критичних», «діяльнісних» концепцій освіти.

Фахівці соціальної сфери повинні чітко усвідомлювати, що їхня професійна діяльність пов'язана з конфліктами. Їм необхідні знання, що розкривають не тільки механізми розвитку і закономірності їх розгортання, але і процеси, що впливають на психіку людини, на її когнітивні можливості

в граничних ситуаціях; майбутні соціальні працівники повинні бути готові не тільки знаходитися в епіцентрі конфлікту, а й керувати ним [4].

Медіаторська компетентність майбутнього фахівця соціальної сфери повинна ґрунтуватися на п'яти особливих блоках: теоретичних знаннях в сфері конфліктології (педагогічної, юридичної, психологічної, соціологічної тощо); володінні соціальними технологіями профілактики, управління, мінімізації деструктивних форм конфлікту; формуванні професійного типу мислення, що включає рефлексивність, методологічність, об'ємність, креативність; володінні технологіями психогігієни і стресостійкості в конфліктах; виконанні етичного кодексу медіатора-практика [13].

Окрім того медіаторська компетентність працівника соціальної сфери має включати такі характеристики, як: високий ступінь інтелектуальної та емоційно-психологічної напруженості; гнучкість форм проведення занять в режимі експерименту; загострення реальних протиріч і конфліктів в процесі навчання; поява непередбачених результатів, під якими маються на увазі нові ідеї, відносини, погляди, методики, теоретичні схеми; високий ризик для фахівців соціальної сфери, що виявляють власну медіаторську некомпетентність в реальних конфліктних ситуаціях; можливість переходу на якісно новий рівень розвитку технологій прийняття управлінських рішень в конфліктних ситуаціях [13].

У процесі навчально-виховної діяльності в майбутніх соціальних працівників необхідно розвивати чіткі знання про медіацію, та навички медіаторської компетентності, яка виступає необхідною складовою професійної компетентності фахівця соціальної сфери.

Вибір методичного інструментарію для її розвитку обумовлений цілями: розвитком установок, навичок і умінь, що забезпечують здатність майбутнього соціального працівника в реальному конфлікті здійснювати діяльність, спрямовану на мінімізацію деструктивних форм конфлікту і переведення соціально-негативних конфліктів в соціально-позитивне русло; розвитком обізнаності про діапазон можливих стратегій конфліктуючих сторін; вмінням посприяти в реалізації конструктивної взаємодії в конкретній конфліктній ситуації, яка реалізується в навичках і вміннях, що забезпечують: збір інформації про конфлікт, уточнення інформації про конфлікт, аналіз конфліктної ситуації, вибір вірної моделі, тактики медіаторства, вибір адекватної обставинам конфлікту стратегії вирішення конфлікту, зняття післяконфліктної напруженості, аналіз виконаних дій по вирішенню конфлікту [5; 8; 9].

Таким чином, до фахових компетентностей майбутнього соціального працівника зараховують такі, серед яких враховують і медіативні знання, вміння та навички:

- розуміння основ соціальної політики (аналіз основних тенденцій розвитку сучасної соціальної політики, знання нормативної бази);
- здатність використовувати нормативно-правову базу (володіння правовими знаннями, необхідними для професійної діяльності, ефективне

використання у своїй роботі нормативно-правових документів для вирішення відповідних професійних завдань, соціально-правових ситуацій тощо);

- дотримання етичних стандартів, як соціальної роботи, так і процесу медіації (знання та дотримання етичних принципів діяльності з погляду професійної чесності; повага до гідності кожної людини; вміння бути толерантним та стриманим до різних емоційних проявів клієнтів, за різних обставин зберігати емоційну стабільність; бути об'єктивним у прийнятті рішення);

- обізнаність у різних галузях психології (вміння досліджувати психічні явища у процесі взаємодії людей; знання психічних властивостей особистості на різних вікових етапах розвитку; вміння застосовувати адекватні методи діагностики поведінки, що відхиляється від норми; володіння інструментами оцінювання і вимірювання індивідуально-психологічних особливостей особистості та соціального оточення; володіння знаннями про шляхи та способи передбачення, попередження, подолання суперечностей у взаєминах між окремими людьми, групами, об'єднаннями);

- розуміння соціально-психологічних особливостей різних категорій отримувачів послуг (здатність визначати та враховувати у роботі різні рівні фізичного, психічного, соціального, духовного, інтелектуального розвитку особистості, її потреби, цінності, вподобання, стимулювати активність отримувачів послуг щодо врегулювання конфліктної ситуації та пошуку рішення)

- вміння проводити оцінку потреб особи чи групи осіб (знання сутності та особливостей оцінки потреб особи чи групи; володіння процедурою здійснення оцінки потреб; здатність до прогнозування результатів роботи з урахуванням найважливіших факторів соціального середовища та життєвих обставин особи чи групи осіб; вміння встановлювати та підтримувати контакт з отримувачами послуг на основі результатів оцінки потреб, організовувати та координувати партнерство й взаємодію сторін медіації)

- здатність здійснювати менеджмент у соціальній сфері (вміння здійснювати управління власною професійною діяльністю та працювати у команді, визначити, конкретизувати та вибудовувати ієрархію завдань у професійній діяльності; здійснювати стратегічне та тактичне планування; налагоджувати взаємозв'язки із організаціями, бізнесовими структурами);

- володіння технологіями як соціальної роботи, так і медіації (вміння оптимально використовувати сучасні технології соціальної роботи та медіації з різними категоріями отримувачів послуг, на основі оцінки потреб, психологічного самопочуття отримувачів послуг, їхніх інтересів, особливостей життєдіяльності планувати і визначати мету, завдання, форми, методи, прийоми, ресурси; коригувати за необхідності форми та методи впливу, визначати кінцевий результат, узгоджувати план із клієнтами; здатність до забезпечення високого рівня культури та відповідальності у використанні та впровадженні технологій що соціальної роботи, що медіації);

- здатність до створення здоров'язберігаючого простору (вміння самодіагностики, саморегуляції з метою попередження професійного перевантаження та синдрому професійного вигорання; здатність витримувати емоційне навантаження в складних ситуаціях професійної діяльності, забезпечення професійної саморегуляції та здоров'язбереження);

- здатність вирішувати конфліктні ситуації (вміння доцільно застосовувати знання про різновиди конфліктів у професійній діяльності для попередження та вирішення конфліктних ситуацій; вирішувати чи мінімізувати конфліктні ситуації, що виникають у клієнтів);

- вміння планувати та здійснювати професійний саморозвиток та вдосконалення (здатність навчитися підвищувати професійну компетентність, планувати і здійснювати професійний саморозвиток, самопізнання, самовизначення, самоорганізацію; планувати програму професійного самовдосконалення) [2].

Означені вище компетентності повинні розвиватись у майбутніх соціальних працівників, що виступатимуть в якості медіаторів упродовж навчання, під час теоретичної та практичної підготовки. На основі них ми можемо назвати наступні, на нашу думку, рівні, якими може володіти майбутній соціальний працівник у ролі медіатора:

- 1) концептуальний – розуміння теоретичних основ професії;
- 2) інструментальний – володіння основними методами та технологіями медіаційної діяльності;
- 3) контекстуальний – врахування географічних, політичних, культурних, економічних умов діяльності;
- 4) проєктивний – передбачення ризиків, прогнозування результатів різних видів професійної діяльності [3; 7; 9].

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Загалом, ми притримуємось думки, що медіація – добровільний та конфіденційний спосіб вирішення конфліктної ситуації, де медіатор у ході структурованої процедури допомагає учасникам конфлікту вступити у прямі перемовини з метою вироблення спільного рішення щодо проблеми. Метою медіації є орієнтація на досягнення обопільної згоди, консенсусу, прийняття спільного рішення, яке задовольнятиме обидві сторони конфлікту. На нашу думку, основною відмінністю медіації від інших способів вирішення конфлікту є те, що вона не зосереджується на пошуку та доведенні правоти тієї чи іншої сторони. З огляду на те, що в науковій літературі поняття «медіаторська компетентність» – відсутнє, ми подали його визначення для подальшого його аналізу. Отже, медіаторська компетентність фахівця соціальної сфери – це комплекс професійних знань, умінь та навичок, а також досвід власної переговорної діяльності, що дозволяють виносити об'єктивні судження, приймати точні рішення для врегулювання конфлікту та формування мирової угоди між сторонами.

Зважаючи на все вищезначене можна констатувати, що на основі аналізу та узагальнення наукових джерел ми змогли визначити компоненти

медіаторської компетентності, критерії (мотивація студентів до використання медіації, глибина і системність знань, вияв студентами вмінь і навичок необхідних для використання медіації, здатність студентів до самоаналізу, адекватної самооцінки здійснених дій, саморозвитку) за чотирма рівнями: високим, достатнім, задовільним і низьким.

Окрім того нами визначено, що соціальний працівник в якості медіатора повинен досконало володіти мистецтвом організації і проведення переговорів, знати техніку постановки питань, правила раціональної дискусії, володіти риторикою і аргументацією, щоб швидко і ефективно переконувати конфліктуючих, професійно згладжувати конфлікти, та вміти фахово укладати мирові угоди.

Список використаних джерел (References):

1. Белінська О. В. Медіація – альтернативне вирішення спорів / О. В. Белінська // Вісник Вищої ради юстиції. – 2011. – № 1 (5). – С. 158-172.
2. Безпалько О. В. Компетентності соціального працівника як базис побудови освітньої програми бакалавра соціальної роботи / О. В. Безпалько // Науковий вісник Чернівецького університету : зб. наук. пр. – Чернівці: ЧНУ, 2015. – Вип. 738. Педагогіка та психологія. – С. 8-15.
3. Гаврилишин А. П. Медіація як альтернативний спосіб вирішення спорів / А. П. Гаврилишин // Науковий Вісн. Херсон. держ. ун-ту. – 2014. – №5. – Т. 1. – С. 275-278.
4. Курт Л. Разрешение социальных конфликтов / Перевод с английского – СПб.: Издательство «Речь», 2002.
5. Кузьмина М. Юридический конфликт: теория и практика разрешения / М. Кузьмина. – М.: Юрлитинформ, 2013. – С. 59-60.
6. Лазаренко М. М. Імплементация медіації в правову систему: міжнародний досвід та перспективи інституціоналізації в Україні / М. М. Лазаренко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 124(2). – С. 109-111.
7. Лях Т. Л., Спіріна Т. П. Медіація як соціальна технологія посередництва у конфліктних ситуаціях / Т. Л. Лях, Т. П. Спіріна // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка : зб. наук. пр. / за ред. : В. С. Курило. – Луганськ : ДЗ “ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2015. – № 2 (291). – Сер. Педагогічні науки. – Ч. 1. – С. 37- 47.
8. Єрмоєнко Г. Медіація як спосіб вирішення спорів / Г. Єрмоєнко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/uk/interview/6/39/374>.
9. Основи медіації в соціальній роботі: навч.-мет. посіб. / Тимчук Л.І., Білик Н.М. – Чернівці : Видавництво ЧНУ ім. Юрія Федьковича, 2016. – 137 с.
10. Проект Закону України «Про медіацію» (реєстр. № 2480 від 27.03.2015 р.), внесений на розгляд Верховної Ради України народним депутатом А. І. Шкрум [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://w1.c1.rada.gov.ua>

-
11. Сорокина Е. Г. Конфликтология в социальной работе: Учебник для бакалавров / Е. Г. Сорокина, М. В. Вдовина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 284 с.
 12. Шмыга В. М. К вопросу о сущности понятия «готовность учителя к профессиональной деятельности» / В. М. Шмыга // Ученые записки : сб. науч. труд. ВОИПКРО. – Воронеж, 1999. – Вып. 7. – С. 134-135.
 13. Формирование конфликтологической компетентности будущего специалиста социальной сферы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mediators.pro/>

ПРАВОВІ ДОКТРИНИ

УДК 343.375

Дорохіна Юлія Анатоліївна

доктор юридичних наук, доцент, професор
кафедри кримінально-правових дисциплін
Навчально-наукового гуманітарного інституту
Таврійського національного університету
імені В.І. Вернадського



ОКРЕМІ ПРОБЛЕМИ КВАЛІФІКАЦІЇ ЗЛОЧИНІВ ПРОТИ ВЛАСНОСТІ

Дорохіна Ю.А.

SELECTED PROBLEMS OF QUALIFICATION OF CRIMES AGAINST PROPERTY

Dorokhina Yu.A.

ОТДЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕСТУПЛЕНИЙ ПРОТИВ СОБСТВЕННОСТИ

Дорохина Ю.А.

Стаття присвячена аналізу окремих проблем кваліфікації злочинів проти власності. Звертається увага на те, що порівняно з іншими групами злочинних посягань суспільно небезпечні діяння проти власності мають певні особливості кваліфікації, а саме ознаки, притаманні саме цій категорії злочинних посягань..

Ключові слова: злочини проти власності, продовжуваний злочин, рецидив, кваліфікуючі ознаки.

This article analyzes some problems of qualification of crimes against property. Attention is drawn to the fact that compared to other groups of crimes socially dangerous acts against property qualifications have certain features, such as features specific to this particular category of crimes.

Keywords: crimes against property, crimes prolonged, relapse, aggravating circumstances.

Статья посвящена анализу отдельных проблем квалификации преступлений против собственности. Обращается внимание на то, что по

сравнению с другими группами преступных посягательств общественно опасные деяния против собственности имеют определенные особенности квалификации, а именно признаки, присущие именно этой категории преступлений.

Ключевые слова: преступления против собственности, продолжаемое преступление, рецидив, квалифицирующие признаки.

Постановка наукової проблеми (Introduction). Порівняно з іншими групами злочинних посягань суспільно небезпечні діяння проти власності мають певні особливості кваліфікації, а саме ознаки, притаманні саме цій категорії злочинних посягань. Хрестоматійним прикладом зазначеного є проблема відмежування розбою від бандитизму, де при вирішенні питання щодо об'єкта злочину мають бути враховані як ознаки об'єктивної, так і суб'єктивної сторони, перш ніж з'явиться можливість віднести діяння до злочину проти власності або визнати його об'єктом суспільну безпеку. У зв'язку з цим доцільним стає аналіз окремих кваліфікуючих ознак злочинів проти власності.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Слід зазначити, що наше дослідження ґрунтується на працях Н. О. Антонюк, В. С. Батиргарєєвої, О.І.Бойцова, О.О.Дудорова, В. В. Хилюти та ін..

Аналіз окремих кваліфікуючих ознак злочинів проти власності є **метою статті (Main purpose of the article).**

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Учинення продовжуваного злочину проти власності часто пов'язують із вилученням майна з одного джерела. Проте, цікавою видається позиція, згідно якої обґрунтовується можливість вчинення продовжуваного розкрадання з різних джерел, а не лише з одного [1, с. 583–584].

Підтримуючи наведений підхід, зазначимо, що сьогодні досить поширеними є злочини проти власності, що вчиняються з використанням електронно-обчислювальної техніки. Непоодинокі випадки, коли злочинець вчиняє такий злочин шляхом постійного проникнення в банківську систему та вилучення коштів з рахунків потерпілих. Таким чином, вказувати на одне джерело в такому діянні недоречно. Враховуючи це, постає запитання, чи можна кваліфікувати такі злочини проти власності як продовжувані?

На нашу думку, відповідь можна знайти, зокрема, в абз. 4 п. 20 постанови Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про злочини проти власності» від 6 листопада 2009 р. № 10, де зазначено, що неодноразове незаконне вилучення чужого майна чи заволодіння ним, що складається із тотожних діянь, які мають загальну мету та від самого початку охоплюються єдиним злочинним наміром на заволодіння конкретним майном, слід розглядати як один продовжуваний злочин. Тобто головною ознакою продовжуваного злочину є єдність наміру

для всіх вчинених дій. Таким чином, на підставі викладеного доцільно запропонувати визначити продовжуваний злочин проти власності як такий, що спрямований на неодноразове незаконне безоплатне вилучення чужого майна, складається із ряду тотожних злочинних дій (вчинюється одним способом), які мають загальну мету незаконного вилучення майна, з самого початку охоплюються єдиним умислом винного і становлять у своїй сукупності один злочин. Оскільки продовжуваний злочин має єдиний мотив та мету для всіх діянь, що його утворюють, він є одним злочином і має кваліфікуватися за однією статтею КК, не утворюючи повторності злочинів.

Відповідь на питання про те, чи має бути у продовжуваному злочині один чи різні потерпілі, у згаданій вище постанові Пленуму Верховного Суду України не надано, тобто при відповіді на нього доцільно виходити із змісту діяння. Так, у літературі виділяють два «класичні підходи» до кваліфікації діянь у випадках, коли особа краде щодня у різних осіб (наприклад, особа постійно вчиняє крадіжки, збираючи кошти на придбання чогось, і сума коштів, необхідних для придбання цієї речі, є метою злочинця), або коли особа краде протягом одного дня (наприклад, у потягу, тобто заволодіває майном, «поки це вдається»).

Перший підхід до кваліфікації закріплює позицію, згідно з якою умислом винного в продовжуваному злочині повинна охоплюватися загальна установка на вчинення розкрадань загалом, тобто на вчинення розкрадань доти, доки вони не будуть припинені. За другим підходом, продовжуване розкрадання має місце лише тоді, коли єдиний умисел винного був спрямований на заволодіння визначеним за розміром, кількістю майном. Як наслідок, якщо умисел був спрямований на заволодіння майном, «поки це вдається», – продовжуваного злочину немає. Саме другий підхід, на думку деяких вчених, є правильним [2, с. 313], проте науковці пропонують доповнити його вказівкою на потерпілого, а саме уточнити, що потерпілий повинен бути єдиним. На переконання вчених, саме така вказівка може слугувати однією з базових ознак для розмежування продовжуваного й повторного посягання на власність.

Проте, на нашу думку, враховуючи викладене, доречно знов звернути особливу увагу на злочини проти власності, які вчиняють за допомогою електронно-обчислювальної техніки, особливістю яких є невизначене і досить велике коло потерпілих осіб. Зазначимо, що позиція, відповідно до другого підходу щодо проблеми потерпілого у продовжуваному злочині виключає можливість притягнення до відповідальності особи за вчинене як за продовжуваний злочин проти власності. На підставі викладеного можна дійти висновку, що перший підхід до кваліфікації діянь доцільно визнати найбільш оптимальним. Таким чином, вважаємо за доцільне запровадити певну кваліфікуючу ознаку до певних складів злочинів проти власності, а саме – масовий (сукупний) потерпілий. Запровадження цієї ознаки дасть змогу притягнути винних у вчиненні злочинів проти власності, які вчиняють за допомогою електронно-обчислювальної техніки щодо великого кола осіб,

до таких заходів кримінальної відповідальності, які будуть адекватні суспільній небезпеці вчинених діянь.

Підтвердження нашої позиції можна знайти у п. 14 постанови Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про хабарництво» від 26 квітня 2002 р. № 5, де чітко визначено критерій розмежування продовжуваного злочину та сукупності злочинів. Так, не об'єднане єдиним умислом одержання кількох хабарів, кожен з яких не перевищує у 200 (500) разів неоподатковуваний мінімум доходів громадян, не може кваліфікуватись як одержання хабара у великому (особливо великому) розмірі, навіть якщо загальна їх сума перевищує останній. З огляду на це, послідовне одержання одного хабара у великому, а другого – в особливо великому розмірах належить кваліфікувати за сукупністю злочинів, тобто за ч. 2 і ч. 3 ст. 368 КК України. За таких обставин маємо сукупність злочинів. У разі коли умисел службової особи при одержанні кількох хабарів був спрямований на збагачення у великих чи особливо великих розмірах (наприклад, при систематичному одержанні хабарів на підставі так званих «такс» або у формі поборів, данини тощо), дії такої особи потрібно розцінювати як один злочин і залежно від фактично одержаного – кваліфікувати за відповідною частиною ст. 368 КК України. У такому разі маємо справу з продовжуваним злочином.

Окремої уваги потребує питання щодо рецидиву. Зокрема, поняття рецидиву було закріплено ще у 1924 р. Так, у протесті на вирок, винесений виїзною сесією губернського суду від 5 березня 1924 р., вказано, що «під рецидивом розуміється повторне вчинення злочинцем, уже судимим..., злочинного діяння впродовж певного терміну після відбуття покарання або звільнення від такого за амністією». Підтримуючи такий підхід, професор М. Д. Шаргородський свого часу вказував, що «в тих випадках, коли злочинець вчинив новий злочин після засудження й повного відбуття покарання за перший злочин, має місце рецидив» [3, с. 43].

У вищезазначеному протесті наголошено на значущості точного встановлення ознак рецидиву, тому що «підводити кілька однорідних злочинних діянь, скоєних злочинцем протягом певного часу, під поняття рецидиву або визнавати його аналогічним рецидиву без колишньої судимості підсудного, хоча б і у віддаленому минулому, не можна, оскільки поняття рецидиву як таке, що тягне за собою підвищення покарання, не допускає поширювального тлумачення». Подібне поняття рецидиву містилося в спеціальній літературі та закріплювалося в законодавстві й у подальшому.

Сьогодні чинний кримінальний закон містить розділ VII Загальної частини, де закріплено поняття рецидиву (ст. 34 КК України). У п. 2 постанови Пленуму Верховного Суду України «Про практику застосування судами кримінального законодавства про повторність, сукупність і рецидив злочинів та їх правові наслідки» від 4 червня 2010 р. № 7 зазначено, що вчинення особою двох або більше злочинів може за відповідних умов утворювати сукупність і повторність (наприклад, вчинення грабежу особою, яка раніше вчинила крадіжку), повторність і рецидив (наприклад, вчинення

вимагання особою, яка має судимість за шахрайство). Таку змішану множинність утворюють: два або більше розкрадання, передбачені різними статтями КК України; два або більше розкрадання, передбачені різними частинами однієї статті КК України; змішану повторність і рецидив утворюють посягання за умови вчинення нового умисного злочину проти власності особою, яка має судимість за умисний злочин.

Враховуючи викладене, доцільно звернути увагу ще на одне питання: у КК України 2001 р. законодавцем в основу розмежування видів рецидиву покладено низку ознак: категорія злочинів, число судимостей, вид вини тощо. Таким чином, розділ VI Особливої частини КК України (на відміну від КК 1960 р.) не містить таких кваліфікуючих ознак, які були поєднані з особою злочинця, а саме законодавець відмовився від такої кваліфікуючої ознаки злочинів проти власності, як особливо небезпечний рецидивіст, акцентуючи не на особі злочинця, а на вчиненому ним злочині.

На нашу думку, обґрунтованість і виваженість такої позиції може бути піддано сумніву. На це вказують статистичні дані й наукові дослідження, якими обґрунтовано, що особи, які займаються різними видами злочинної діяльності, є скоріше винятком, ніж правилом, а отже, так звані «універсальні» злочинці становлять відносно невелику частку серед загальної сукупності.

Зокрема, в кримінологічній літературі існують кілька варіантів типології злочинців. Одна з них розподіляє злочини за двома підставами: 1) за характером вчинених злочинів; 2) за глибиною та стійкістю антисоціальної спрямованості. За першою підставою виділено так званих корисливих злочинців, які вчиняють злочини проти власності ненасильницьким способом; корисливо-насильницьких злочинців (грабіжники, вимагачі тощо); осіб, які при вчиненні злочину виявили правовий нігілізм, громадянську неповагу, а також не виконали свої громадянські, службові та професійні обов'язки. Залежно від глибини та стійкості антисоціальної спрямованості, серед інших виділяють злісних злочинців, які ведуть злочинну діяльність «на професійній основі». До них відносять професійних злочинців, рецидивістів, лідерів організованих злочинних груп тощо [4, с. 87]. Тому доречно вести мову про злочинних особистостей, які займаються так званою «професійною» злочинністю проти власності, яка має свою сформовану й шановану у відповідних колах ієрархію.

До таких найпоширеніших «професійних» злочинів відносять: корисливі, корисливо-насильницькі, а в сучасний період – і кіберзлочини проти власності тощо. Враховуючи це, доречно говорити й про підвищену частоту тих чи інших особистісних якостей серед осіб, які неодноразово засуджені за злочини проти власності, порівняно з особами того ж віку та соціального стану, які є несудимими або судимими за вчинення інших злочинів. Так, більшості з таких професійних злочинців («зłodіям у законі») властива психологія користолубців, ділків, пристрасть до наживи, прагнення

до швидкого накопичення багатства будь-яким шляхом без врахування того, що їхні діяння можуть заподіювати часом серйозні збитки як окремим особам, так і економіці України загалом [5].

Серед таких осіб, що вчиняють злочини проти власності, порівняно високий рівень освічених осіб. Враховуючи це, до специфічної категорії такого роду правопорушників варто віднести осіб, що вчиняють злочини проти власності за допомогою використання електронно-обчислювальної техніки, так звані кіберзлочини. Більшість таких злочинців мають вищу або незакінчену вищу технічну освіту (53,7%), іншу вищу або незакінчену вищу освіту (19,2%) [6]. Проте, характеризуючи осіб, які вчиняють кіберзлочини проти власності, необхідно відзначити основну особливість: у кіберзлочинність втягнуто широке коло осіб – від висококваліфікованих фахівців до дилетантів.

Так, вітчизняні й зарубіжні дослідження дають змогу намалювати портрет типового кіберзлочинця, тобто відповідний профіль цього соціального типу такий: йому в середньому 30 років, за освітою – інженер у галузі електроніки й математики або програміст, але існують випадки, коли злочинці взагалі не мають ніякого технічного досвіду. Крім цього, особи не перебувають на обліках в ОВС і взагалі не мають кримінального минулого. Згідно з результатами дослідження, абсолютна більшість засуджених рецидивістів, які вчиняють злочини проти власності, у тому числі кіберзлочини, – чоловіки (97%). Серед них переважають особи віком від 30 до 45 років (46,5%), а також від 16 до 30 років (37,8%) [7]. Такі злочинці часто обіймають відповідальні посади та мають спеціальні знання щодо найновіших технологій.

Результати вивчення розглянутих судами кримінальних справ дають змогу констатувати, що останніми роками лише 15–18% злочинних груп рецидивістів визнаються організованими групами або злочинними організаціями, оскільки в абсолютній більшості до початку вчинення злочинів проти власності має місце проста змова. Таким чином, злочинним групам рецидивістів не часто притаманні ознаки організованості, консолідації, ретельного планування «сценарію» вчинення злочину, розподілу ролей тощо [8].

Проте, слід зазначити, що кіберзлочини проти власності, на відміну від традиційних способів, переважно вчиняє організована група, що пояснюється тим, що організованим злочинним угрупованням, які мають широке коло впливу, не становить великих проблем, наприклад, перевести гроші на закордонні банківські рахунки. Розробка дієвих заходів щодо протидії такому виду злочинності вкрай необхідна сьогодні.

Водночас необхідно вказати на ще одну проблему, про яку на початку ХХ ст. вказував професор В.І. Куфаєв: «Однією з найхарактерніших особливостей повторно звинувачуваних осіб є те, що більшість з них почали вчиняти перші злочини у ранньому віці» [9, с. 107]. Це спостереження залишається справедливим і дотепер, оскільки понад трьох чвертей

рецидивістів вчинили свій перший злочин у неповнолітньому віці. Загалом, зазначені рецидивісти – це особи молодого віку, оскільки найбільшу частку становлять рецидивісти у віці від 26 до 30 років [8]. Показовим прикладом наведеного є легендарний рецидивіст – російський «злодій у законі» Япончик, який був визнаний у кримінальному світі вже у 34 роки.

Хоч викладені показники розходяться з «класичним» поглядом на рецидивістів як на осіб більш старшого віку, проте виявлений факт є відбиттям сучасної тенденції розвитку рецидивної злочинності загалом – омолодження явища рецидивізму, у тому числі за рахунок появи нових способів (віртуальних) вчинення традиційних злочинів проти власності – кіберзлочинів. Зазначений факт вказує й на те, що сьогодні злочинна «кар'єра» багатьох рецидивістів набирає значних обертів, починаючи з неповнолітнього віку (10–14 років). Як правило, злочинна «кар'єра» «середньостатистичного» рецидивіста (частка яких у виборці становить близько 70%) триває усе життя та нараховує приблизно 5–6 засуджень, тривалість яких 25–30 років [8], тобто доцільно вести мову про особливо небезпечних рецидивістів, які становлять найбільшу загрозу, в діяннях яких чітко виражені корисливий мотив та мета, і які володіють стійкими злочинними навичками.

Особливо небезпечний рецидивіст – термін, який використовувався у КК України 1960 р. і стосувався особи, яка мала неодноразові судимості за тяжкі злочини. Визнання особи особливо небезпечним рецидивістом здійснювалося судом за наявності передбачених законом (ст. 26 КК 1960 р.) судимостей, які ця особа мала до притягнення її до кримінальної відповідальності, зокрема, за злочин проти власності. Суд при цьому мав враховувати особу винного, ступінь суспільної небезпеки вчинених ним злочинів, їх мотиви, ступінь і характер участі у вчиненні злочинів цієї групи тощо.

Визнання особи особливо небезпечним рецидивістом тягнуло більш суворі правові наслідки в разі притягнення її до кримінальної відповідальності за новий злочин, вчинений після або під час відбування покарання. Зокрема, вчинення злочину особливо небезпечним рецидивістом розцінювалось як кваліфікуюча або особливо кваліфікуюча ознака складів злочинів проти власності, а саме: крадіжки, грабежу, розбою, шахрайства, вимагання тощо.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

На підставі викладеного, у зв'язку з стрімким розвитком та поширеністю у сучасному періоді злочинів проти власності (кіберзлочинів проти власності тощо), задля розробки дієвих заходів запобігання рецидивним злочинам проти власності, у тому числі таким, що вчиняються у складі організованих злочинних груп, вбачається за доцільне впровадження такої кваліфікуючої ознаки складів злочинів проти власності, яка б характеризувала особу злочинця, а саме – особливо небезпечний рецидивіст – в особливо кваліфікованих складах крадіжки, грабежу, розбою, шахрайства, заволодіння

майна шляхом шахрайства з фінансовими ресурсами, вимагання тощо. Тим більше, що чинний кримінальний закон містить окремі склади злочинів проти власності, де особливо кваліфікуючою ознакою названа спеціальна повторність, а саме: «вчинене особою, раніше судимою за злочин передбачений цією статтею» (ч. 2 і ч. 4 ст. 197¹ КК України).

А також вважаємо за доцільне запровадити таку кваліфікуючу ознаку до певних складів злочинів проти власності, як масовий (сукупний) потерпілий. Запровадження цієї ознаки дасть змогу притягнути винних у вчиненні злочинів проти власності, які вчиняють за допомогою електронно-обчислювальної техніки щодо великого кола осіб, до таких заходів кримінальної відповідальності, які будуть адекватні суспільній небезпеці вчинених діянь.

Список використаних джерел (References):

1. Бойцов А. И. Преступления против собственности / А. И. Бойцов. – Санкт-Петербург : Юридический центр Пресс, 2002. – 775 с.
2. Антонюк Н. О. Кримінально-правова охорона власності : навч. посіб. / Н. О. Антонюк ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2012. – 514 с.
3. Шаргородский М. Д. Наказание по советскому уголовному праву / М. Д. Шаргородский. – Москва : Госюриздат, 1958 – 240 с.
4. Зелинский А. Ф. Криминология : учеб. пособ. / А. Ф. Зелинский. – Харьков : Рубикон, 2000. – 240 с.
5. Голіна В. В. Криминологія: Загальна та Особлива частини : навч. посіб. / В. В. Голіна, Б. М. Головкін. – Харків : Право, 2014. – 513 с.
6. Розподіл населення України за рівнем освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrcensus.com.ua>.
7. Матеріали «Центру дослідження проблем комп'ютерної злочинності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.crime-research.org>.
8. Батиргареєва В. С. Криминологічна характеристика особи рецидивіста – учасника організованої злочинної групи [Електронний ресурс] / В. С. Батиргареєва // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). – 2007. – Вип. 16. – С. 17–30. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/boz_2007_16_2.
9. Куфаев В. И. Рецидивисты (повторно обвиняемые) / В. И. Куфаев // Преступный мир Москвы / под ред. М. Н. Гернета. – Москва : Право и Жизнь, 1924. – С. 107.

УДК 347.44

Кіріка Діана Володимирівна

Кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Подільського державного аграрно-технічного університету



ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДОГОВІРНОГО ПРАВА УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Кіріка Д. В.

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF UKRAINE'S CONTRACT LAW IN THE CONDITIONS OF EURO INTEGRATION

Kirika Diana

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ДОГОВОРНОГО ПРАВА УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЕВРОИНТЕГРАЦИИ

Кирика Д. В.

В статті розглядається процес формування та розвитку договірного права Європейського Союзу та України на основі Принципів європейського договірного права.

Ключові слова: договір, договірне право, Принципи європейського договірного права, уніфікація, євроінтеграція, договірні відносини

The article examines the process of formation and development of contractual law of the European Union and Ukraine on the basis of Principles of the European Contractual law.

Keywords: contract, Contractual Law, Principles of European Contractual Law, unification, European integration, contractual relations

В статье рассматривается процесс формирования и развития договорного права Европейского Союза и Украины на основе Принципов европейского договорного права

Ключевые слова: договор, договорное право, Принципы европейского договорного права, унификация, евроинтеграция, договорные отношения

Постановка наукової проблеми (Introduction). Економічні процеси, що відбуваються в сучасному світі, потребують постійної правової інтеграції.

Створивши єдиний ринок, а отже і нові ринкові відносини, Європейський Союз (далі ЄС) зразу ж зіткнувся з проблемами їх правового регулювання. Виникла потреба у формуванні нового правового механізму комплексного характеру, вдосконаленні вторинного права ЄС на основі оновленої правової бази. Виходячи з того, що в основі всіх ринкових механізмів лежить договірно-правове регулювання, Європейська комісія визнала сферу договірного права в якості одного з найбільш пріоритетних напрямів діяльності ЄС. Причинами такого рішення стало, по-перше, збільшення кількості країн-членів ЄС, що мають свої національні правові системи, які закономірно можуть йти в розріз з законодавствами інших країн і створювати протиріччя, колізії та прогалини, по-друге, ряд правових актів ЄС застаріли і перестали відповідати вимогам сучасних ринкових відносин.

Ставши асоційованим членом ЄС, Україна також поступово наближує правове забезпечення майнових відносин товарного характеру до умов внутрішнього ринку ЄС, до правових засад і принципів, що діють на цьому ринку, з метою досягнення сполучності з нормами права ЄС та країн-членів, а згодом гармонізації, а також уніфікації у деяких галузях. Це стосується насамперед договірного права.

На сучасному етапі в Європі проводиться доволі інтенсивна робота щодо підготовки єдиного Європейського цивільного кодексу, який може стати кульмінацією в уніфікації однієї з найважливіших галузей законодавства. Певною передумовою в цьому слугуватиме уніфікація договірного права ЄС, здійснена на основі порівняльного аналізу правових систем ЄС та інших країн [1, с. 76]. Вважаємо, що для входження України в правовий простір ЄС, зокрема у сферу договірного права, має бути проведена велика робота з оновлення масиву нормативно-правових актів, а також договірної та судової практики щодо застосування цього законодавства, адаптуючи їх до Принципів європейського контрактного права (далі ПЄКП). Крім цього, Україна повинна стати активним учасником цього процесу, висуваючи свої пропозиції, імплементуючи правові норма в законодавство ЄС.

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Предметом досліджень в більшій мірі є не проблеми договірного права, як такого, а проблеми цивільно-правового та господарсько-правового договору. Так, договірне право – це серцевина цивільного права як галузі українського права, яким регулюється система майнових та особистих немайнових відносин, заснованих на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їх учасників. Тому науковці, в основному, зосереджують увагу на аналізі договірних зобов'язань та окремих видів договорів. Однак на нашу думку, основна увага повинна бути зосереджена саме на проблемах комплексного дослідження договірного права [2, с. 132], що простежується в роботах таких науковців як: Луць В. В., Бервено С. М., Беяневич О. А., Омельченко А., Стефанчук Р. О., Мілаш С. В., Вітрянський В. В., Вишняков О. К. та ін.

Так, С. Бервено, проаналізувавши різні погляди з цього питання, дійшов висновку, що договірне право є сукупністю правових норм, розміщених у ЦКУ та інших актах законодавства України, які встановлюють: принципи договірних відносин, правила та порядок укладення договору, зміст договору, порядок виконання договірних зобов'язань, способи захисту порушених прав сторін договору тощо, а тому є складним інститутом цивільного права [3, с. 55].

О. Беляєвич спробувала обґрунтувати факт існування «господарського договірного права» як сукупності господарсько-правових норм, що регулюють усі стадії існування договірного зобов'язання, включаючи і переддоговірну стадію. З цієї точки зору, договірне право виступає в якості складного інституту вже господарського права, в якому виділяються загальні положення про договір та спеціальні норми про окремі види господарських договорів [4, с. 107]. Ця позиція є досить суперечливою та дискусійною, оскільки в ній механізм правового регулювання зведений лише до сукупності господарсько-правових норм, що штучно обмежує його джерельну базу.

В свою чергу С. Мілаш визначає ще й право комерційних договорів, мотивуючи це тим, що усе різноманіття норм, залучених до механізму правового регулювання господарсько-виробничих відносин, учасники яких мають за мету отримання прибутку, утворюють право комерційних договорів, складниками якого є: національне (внутрішнє) комерційне договірне право як частина господарського договірного права та транснаціональне комерційне право.

У сучасних умовах договірна доктрина поповнюється новими дослідженнями, що спричинені євроінтеграційними процесами у ряді країн.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). Проблеми визначення правової природи договірного права, його принципів, джерел, місця в правовій системі України, на сьогоднішній час залишаються дискусійними. Сучасний стан договірного права України характеризується розбіжністю та суперечливістю, які існують у положеннях Цивільного (далі ЦКУ) та Господарського (далі ГКУ) кодексів України та інших актів законодавства у регулюванні договірних відносин, що, в свою чергу, негативно відображаються на практиці їх застосування. У зв'язку з цим, у процесі розвитку договірного права України зростає значення абсолютно різних за характером тенденцій його дослідження [5, с. 52].

Враховуючи структуру системи права, існує декілька точок зору щодо місця договірного права в правовій системі України. Перша, договірне право – окрема самостійна галузь права; друга, договірне право – правовий інститут, що має галузевий, міжгалузевий та комплексний характер (М. Брагінський, В. Вітрянський). Загальновизнаною є позиція щодо зобов'язального права як підгалузі і цивільного права (Книга 5 «Зобов'язальне право» ЦКУ) [6], і господарського права (Розділ 4 ГКУ, а саме «Господарські зобов'язання» (глава 19) та «Господарські договори» (глава 20)) [7].

Мета статті (Main purpose of the article). «Європа 2020» - стратегія соціально-економічного розвитку ЄС на період до 2020 року була прийнята ЄР у 2010 році і базується на таких ключових сферах: знання та інновації, стала економіка та вища зайнятість і соціальне залучення. Це стратегія розумного, стійкого і всеохоплюючого росту, що вказує на необхідність перегляду і кодифікації договірного права, а саме: вдосконалення сфери договірних відносин; створення більш уніфікованих і гармонізованих загальноєвропейських інститутів, які б замінили національне договірне право країн-членів ЄС.

Однак, створення кодифікованого правового акта в сфері договірного права є досить складним, затратним та ємким законотворчим процесом. Цей документ повинен пройти ретельну експертну перевірку по різних критеріям та рівням. Перш за все, аналізується необхідність створення такого документу, потім вивчаються соціально-економічні наслідки та ефекти його створення, доступність для всіх суб'єктів, недопустимість двояких тлумачень серед зацікавлених національних і наднаціональних органів, судів, бізнесу і громадян. При цьому, наявність негативних побічних ефектів повинна бути максимально мінімізована для всіх учасників договірних відносин.

Основний блок законодавчих актів ЄС в сфері договірного права – це регламенти, директиви, що мають багаторічну давність. Тобто, в свій час була створена потужна система регулювання договірних відносин, однак в сучасних умовах вона потребує перегляду та актуалізації, оскільки всі акти приймалися в різний час, керуючись різними юридичними техніками. Як результат цього, на сьогоднішній день в зазначеній сфері має місце точкове регулювання, окремі відносини взагалі позбавлені будь-якого правового регулювання. На підставі цього виникають серйозні протиріччя між наднаціональним і національним законодавством. Саме кодифікація, уніфікація і гармонізація договірного права ЄС має сьогодні стратегічне значення для розвитку ЄС, його правової системи і, що дуже важливо, для держав-членів ЄС [8, с. 189].

При переході на якісно новий рівень правотворчості ЄС створює спеціалізовані органи, експертні та робочі групи, запускає спеціальні, експериментальні, академічні та наукові проекти, в яких Україна повинна брати активну участь і бути не об'єктом, а суб'єктом цього процесу. Тому метою статті є розгляд проблемних питань національного договірного права, шляхів їх подолання та орієнтації на європейські цінності.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Важливим напрямом розвитку договірного права України є його адаптація до законодавства Європейського Союзу [1, с. 5]. Право зарубіжних країн по-різному визначає місце норм, що регулюють договірні відносини у системі права, але всі вони мають форму закону. Так, у романо-германській правовій доктрині договори охоплюють специфічні питання, які виходять за межі загального вчення про угоди та зобов'язання: проблеми переддоговірних відносин, межі дії

принципу свободи договору, порядок укладення та ін. В англо-американському праві всі інститути договірних відносин визначалися переважно судовою практикою, тому здебільшого виражені в нормах загального права та спеціальних законодавчих актах.

В переважній більшості правових систем сучасності договір розглядається як центральний інститут зобов'язального права. Він виступає як правова категорія, як універсальний правовий засіб регулювання майнових та особистих немайнових відносин, забезпечує своїм учасникам можливість на власний розсуд досягти намічених цілей шляхом: свободи у виборі предмету договору, контрагентів, змісту, форми виконання та забезпечення, але тільки при одній умові – дотримання принципу презумпції правомірності правочину. Крім цього, договір – це не лише сукупність певних правових норм, це форма, що охоплює моральні, етичні, релігійні норми, звичаї, традиції, доктрини, сучасні тенденції.

Підкреслюючи розширення свободи волевиявлення сторін при укладенні договорів у певних сферах економічних відносин, зокрема, тих, які в умовах командно-адміністративної системи формувались на основі планових приписів, необхідно відзначити також протилежну тенденцію, яка властива сучасному договірному праву зарубіжних країн. Йдеться про те, що з метою захисту інтересів слабкої сторони договору та забезпечення збалансованого розвитку майнового обороту запроваджується ряд обмежень дії принципу свободи договору, що проявляються, зокрема, в інтенсивному розвитку антимонопольного законодавства, законодавства про захист прав споживачів, державному регулюванні ціноутворення, регулювання якості товарів, робіт і послуг тощо.

Вищевикладене, підтверджує важливість дослідження інституту договірного права та перспектив його подальшого розвитку. Тож зупинимося на розгляді правового статусу договірного права України, звернувши увагу на його проблемні питання та подальші перспективи євроінтеграції.

Договірне право пов'язане з поняттям договору, законне визначення якого подається в ч. 1 ст. 626 ЦКУ: договором є домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення прав та обов'язків [6]. Отже, терміну «домовленість» (угода) надається тут властиве йому значення як погодженому волевиявленню двох або більше осіб. ГКУ та Господарський процесуальний кодекси України оперують поняттям «господарський договір», однак в цих актах немає визначення господарського договору, як і немає одностайності у визначенні цього поняття в літературі з проблем господарського права [4, с.107].

Як ми бачимо, паралельною до ЦКУ виявилась кодифікація договірного права і в рамках ГКУ. Але щодо визнання договірного права як інституту цивільного та господарського права існують принципові розбіжності. В юридичних наукових дослідженнях поняття та зміст договірного права не завжди трактується однозначно. Спробуємо їх розглянути і обґрунтувати.

Склалося так, що договірні відносини органічно ввійшли у різні галузі права: цивільне, господарське, трудове, сімейне, адміністративне та ін., зайнявши там вагоме місце. Однак найбільша конкуренція простежується саме в рамках господарського і цивільного права. З прийняттям ГКУ і ЦКУ законодавче закріплення отримали різні види договорів, які використовуються у господарській діяльності, та велика кількість договорів, що регулювали відносини в різних сферах економіки, не були охоплені кодексами. Виникала необхідність в додаткових підзаконних нормативних актах, які, на жаль, прийняті не були, що позбавило окремі договірні відносини відповідного правового забезпечення.

ГКУ містить поняття майново-господарських зобов'язань як цивільно-правових зобов'язань, що виникають між учасниками господарських відносин при здійсненні господарської діяльності, в силу яких зобов'язана сторона повинна вчинити певну господарську дію на користь другої сторони або утриматися від певної дії, а управнена сторона має право вимагати від зобов'язаної сторони виконання її обов'язку. Майнові зобов'язання, які виникають між учасниками господарських відносин, регулюються ЦКУ з урахуванням особливостей, передбачених ГКУ (ч. 1 ст. 175 ГКУ). Серед підстав виникнення господарських зобов'язань ч. 1 ст. 174 ГКУ називає господарський договір та інші угоди, як передбачені законом, так і угоди, не передбачені законом, але такі, що йому не суперечать.

Як слушно зауважив В. Луць, оскільки майново-господарські зобов'язання, що виникають з договорів поставки, оренди, перевезення, капітального будівництва тощо, є цивільно-правовими, у законодавстві має забезпечуватись єдність їх правового регулювання. Розходження в цивільному і господарському законодавстві про договори відображається і на практиці його застосування, зокрема судовій практиці по вирішенню спорів про визнання правочинів (договорів) недійсними та інших спорів [5, с. 53]. Крім того, подовжимо думку науковця, поглиблення та ускладнення економічних зв'язків у внутрішньому та зовнішньому обороті призводять до трансформації системи договорів, появи нових договірних форм, зокрема, у сферах надання послуг, обробка інформації, міжнародної науково технічної кооперації тощо. Договірні відносини дедалі частіше набувають комплексного та довготривалого характеру (договори оренди підприємств як цілісних майнових комплексів, лізингу, факторингу тощо) [5, с. 55].

Крім того, договірні відносини реалізуються і в рамках інших галузей права, зокрема, трудовому (трудоий договір, колективний договір, контракт), сімейному (шлюбний контракт, патронат), земельному та ін. Договір може породжувати правовідносини у сфері використання об'єктів інтелектуальної власності (наприклад, ліцензійний договір); на підставі засновницького договору виникають суб'єкти корпоративних відносин (повні та командитні товариства); злиття або приєднання акціонерних товариств теж відбувається на основі договору (ст. 81 Закону України «Про акціонерні товариства») тощо.

Вже цим ми можемо підтвердити монопольне становище і міжгалузеву природу договірнього права, його особливий статус в правовій системі України, що в свою чергу потребує серйозних та фундаментальних досліджень.

Водночас багато питань договірнього регулювання як внутрішніх майнових, так і зовнішніх економічних відносин залишається недостатньо дослідженими або спірними. Це, зокрема, стосується самого поняття цивільно-правового договору, його місця в системі категорій цивільного права, питань свободи та меж договірнього регулювання, способів забезпечення договірних зобов'язань, класифікації договорів, договірної відповідальності та багатьох інших. Такий стан теорії договірнього права певною мірою обумовлений недосконалістю та суперечливістю договірнього законодавства, зокрема ЦКУ і ГКУ, нестабільністю судової та господарської практики [9, с. 26].

Отже, як ми бачимо, договірне право вже вийшло за рамки традиційних уявлень про нього як про складову частину цивільного законодавства, цивільного права. Адже сторони мають право укласти договір, не передбачений актами цивільного законодавства, а також відступити від положень актів цивільного законодавства і врегулювати свої відносини на власний розсуд. Тому розуміння суті договірнього права виключно як права «юридичного», як системи виключно правових норм на сьогоднішній день невірне. Договірне право і його базова категорія, «перша скрипка» — є тими унікальними соціально – правовими конструкціями приватного права, які обумовлюють його специфіку і одночасно надають учасникам приватних відносин якнайширшу свободу дій, надають можливість самим виступати своєрідними «законодавцями» для себе, але в рамках, визначених правом, як соціальним досягненням. *Conventio facit Legem* – договір створює право [10, с.156-157].

Важливим напрямом розвитку договірнього законодавства в Україні є його адаптація до стандартів ЄС. Основу законодавства ЄС про договори становлять чинні резолюції Європейської комісії з договірнього права, Принципи міжнародних комерційних договорів УНІДРУА, Принципи Європейського контрактного права, Правила Інкотермс та інші акти. Європарламент ухвалив 26 травня 1989 р. Резолюцію про заходи щодо гармонізації приватного права держав-членів ЄС і рекомендував розпочати роботу з підготовки Загальноєвропейського кодексу приватного права. Було зазначено, що уніфікація приватного права є особливо необхідною в тих галузях права, які є найбільш важливими для розвитку єдиного ринку, та особливо для однакового регулювання відносин у сфері європейського договірнього права. Отже, у законотворчій діяльності з уніфікації договірнього права в Україні повинен бути врахований досвід та напрями розвитку приватного права країн ЄС [9, с. 28].

Тож звернемо увагу на ті основні положення законодавства ЄС, які повинні бути взяті за основу в удосконаленні вітчизняного договірнього

законодавства. Сучасне законодавство України дозволяє суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності використовувати Принципи європейського договірної права (далі ПЄДП) в договірних відносинах із своїми контрагентами, що сприяє їх захисту за допомогою правових механізмів.

ПЄДП належить особливе місце, так як вони були обумовлені необхідністю інтенсифікації роботи у сфері кодифікації права ЄС і повинні були стати першою частиною Європейського цивільного кодексу. Цьому передувала робота комісії О. Ландо ще у 80-х роках з уніфікації контрактного права ЄС. Принципи є зводом правил, загальних для договірної права країн ЄС і можуть застосовуватися при згоді сторін у разі відсутності правової системи здатної врегулювати домовленість сторін. Виходячи з цього ПЄДП набули статусу так званого «м'якого закону», до того ж вони були розроблені визнаними у міжнародному юридичному світі експертами, які представляли приватні, а не державні інтереси [11, с. 38].

На етапі формування перебуває Європейське договірне право, яке містить дві складові – інститути та галузі національного права європейських країн та країн-членів ЄС. Не дивлячись на те, що ПЄДП в жодній країні ЄС не стали чинним правом, вони застосовуються виключно як право договору (*lex contractus*), тобто в якості норм, які за взаємною згодою сторін регулюють зміст їх відносин у договорі. ПЄДП є приватною ініціативою, тому не є ні національним, ні наднаціональним, ні міжнародним правом. Однак вони мають юридичну силу – як загальні правила договірної права ЄС. Отже, ПЄДП не є обов'язковими для їх виконання, а є документально оформленим зводом звичаїв ділового обігу.

На жаль, не дивлячись на більш як 20-річну роботу, ПЄДП так і не трансформувалися в повноцінний правовий інструмент ЄС, оскільки їх рекомендаційний характер не дав їм змоги набути статусу наднаціонального акта. Однак, цінність документу в європейському співтоваристві беззаперечна.

Практика зовнішньоекономічної діяльності в Україні свідчить про вкрай обмежене застосування в договорах українськими суб'єктами положень ПЄДП. Поодинокі приклади їх використання не дають загального уявлення, наскільки грамотно і ефективно для захисту інтересів українських суб'єктів вони можуть використовуватись. Тож зробимо акцент на тих окремих положеннях ПЄДП, які варто взяти до уваги, а саме:

- сторони вільні вступати в договір і визначати його зміст, дотримуючись вимог сумлінності і чесної ділової практики, а також обов'язкових норм, встановлених ПЄДП (п.1 ст.1:102);
- сторони будь-якого договору вільні у вирішенні питань його форми, доказів факту його укладення і змісту, повідомлень (п.1 і 2 ст.2: 101, ст.2: 106);
- ПЄДП не містять статті, що вказують на способи укладення договорів, а зосереджують увагу на результаті застосування будь-якого

способу, а саме укладений договір. Регламентують лише оферто-акцептний спосіб укладення договору у його класичному вигляді (ст.2:201-2; 210);

- договір вважається наявним з моменту досягнення належної угоди з питань, що цікавлять сторону, за умови, що інша сторона готова бути і має намір бути юридично зобов'язаною (п.1 ст.2:101);

- факт належного укладення угоди має місце, коли угода, умови якої визначені сторонами в достатній мірі для того, щоб договір міг бути виконаний, або визначений відповідно до ПЄДП (п.1 і 2 ст.2:103);

- намір сторони бути зобов'язаною визначається її заявою або поведінкою, виходячи з розуміння іншою стороною (ст. 2:102) та ін [12].

Цікавим є той факт, що багато питання щодо укладення договорів, які містяться в нормах національного законодавства тієї чи іншої країни, з точки зору ПЄДП О. Ландо суттєвого значення не мають.

Поглиблення та ускладнення економічних зв'язків у внутрішньому та зовнішньому обороті призводять до трансформації системи договорів, появи нових договірних форм, зокрема, у сферах надання послуг, обробка інформації, міжнародної науково технічної кооперації тощо. Договірні відносини дедалі частіше набувають комплексного та довготривалого характеру (договори оренди підприємств як цілісних майнових комплексів, лізингу, факторингу тощо). [5, с. 55].

Серед загальних принципів цивільного законодавства (ст. 3 ЦКУ) названа свобода договору, яка полягає не лише у вільному укладенні договору, виборі контрагента та визначенні умов договору сторонами (ст. 627 ЦКУ), а й у свободі вибору форми договору, право на укладення «непойменованих», «змішаних» договорів, можливість встановлювати способи забезпечення договірних зобов'язань, форми (міри) відповідальності за їх порушення тощо. При цьому, звичайно, сторони мають враховувати вимоги ЦКУ та інших актів законодавства, звичаїв ділового обороту, вимоги розумності, добросовісності та справедливості. У сучасних наукових дослідженнях, зокрема, підкреслюється, що принцип добросовісності постає основним критерієм правомірності дій сторін договірної зобов'язання, який проявляється через конкретні загальні та спеціальні склади добросовісної поведінки.

Так, з одного боку, в регулюванні майнових відносин розширюється свобода волевиявлення у визначенні своїх прав та обов'язків як ознака диспозитивного методу регулювання. Відповідно до ч. 3 ст. 6 ЦКУ сторони в договорі можуть відступити від положень актів цивільного законодавства і врегулювати свої відносини на власний розсуд, крім тих положень, обов'язковість яких для сторін прямо впливає із самого акта законодавства чи його змісту, або із суті правовідносин між сторонами.

Свобода договору як свобода у вирішенні питання укладення договору, виборі контрагента за договором, виборі виду договору, свобода при визначенні умов договору є можливою лише в умовах ринкової економіки.

Економічні закони розвитку суспільства викликають потребу в найширшій свободі договору, яка найповнішим чином відповідає інтересам суб'єктів господарювання і інших учасників суспільних відносин. В свою чергу свобода договору забезпечує стабільність, ефективність та динамічність економічних зв'язків. Отже, це взаємопов'язані явища, взаємообумовлені і взаємофункціонуючі [10, с. 154].

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

У розвитку інституту договору і відповідно договірному праву в сучасних умовах помітна дія різних за характером і часто суперечливих тенденцій. Беззаперечно, договір є найважливішим елементом правопорядку, класичною моделлю цивілізованого взаємозв'язку між членами суспільства. Це універсальна правова конструкція у механізмі правового регулювання суспільних відносин як у сфері приватного, так і публічного права [9, с.25]. Особлива фундаментальна роль договору в суспільстві робить його і елементом загальноєвропейської правової культури [9, с.32]. Закріплені в основоположних принципах ЄС та національному законодавстві країн-членів ЄС: юридична рівність сторін договору, їх вільне волевиявлення, майнова самостійність – робить цей інститут надзвичайно цінним в механізмі правового регулювання суспільних відносин.

Тому важливо зосередити увагу на переосмисленні місця договірному праву. На нашу думку, договірне право і за своїм значенням у системі правових норм, і за обсягом правового матеріалу виходить за межі звичних уявлень про правовий інститут і фактично являє собою структуровану підсистему, підгалузь цивільного та господарського права, так як регулює однорідні договірні та позадоговірні зобов'язальні відносини, містить норми загальної і спеціальної дії, що мають предметну і функціональну спрямованість.

Застерігаємо про небезпеку зведення ролі договірному праву до банального правового інституту цивільного та господарського права. Як мінімум, на сьогоднішній день договірне право заслуговує на роль складного генерального інституту комплексного характеру, а окремі види договірних зобов'язань – спеціальними субінститутами, норми яких регулюють відносно самостійні договірні відносини за їх предметною ознакою.

Йдучи по шляху модернізації договірному праву, вважаємо за необхідне базувати його на ПЄДП, об'єднуючи положення договірному і зобов'язального права ЄС, чітко визначаючи: умови укладання договору, повноваження агентів, дійсність договору, тлумачення змісту, виконання та наслідки, правовий захист, множинність сторін, уступки та залік вимог, переведення боргу, позовну давність, недійсність договору та ін.

Як ми бачимо, сфера договірному праву в Україні є надзвичайно складною, містить багато суперечностей і колізій, які потребують негайного розв'язання та упорядкування. Якщо порівняти дію ЦКУ і ГКУ, то з моменту їх чинності ЦКУ не зазнав такої кількості суттєвих змін, як ГКУ щодо договірних відносин. Тому до ГКУ у науковців, юристів, практиків є чимало

критичних питань і зауважень, і навіть ставлять під сумнів його подальше існування. Тому ми повинні дійти спільної думки і чітко визначити правовий статус договірної права. Для чого це потрібно? Без вирішення цього завдання ми не зможемо вести мову ні про які євроінтеграційні процеси, а відповідно і про покращення життя народу України.

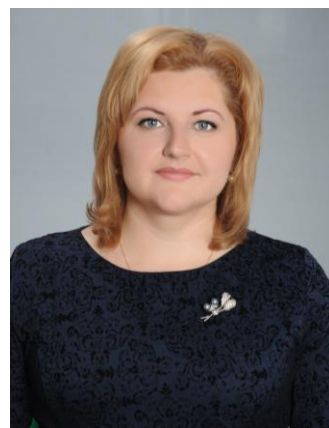
Список використаних джерел (References):

1. Вишняков О.К. Апроксимація правового забезпечення цивільних майнових відносин в Україні до умов внутрішнього ринку Європейського Союзу : дис. канд. юрид. наук / О. К. Вишняков. - Одеса, 2008. – 206 с.
2. Кіріка Д. В. Місце договірної права в системі права України // Сучасні проблеми правової системи України: зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. 24 листопада 2016р. (м. Київ). К.: – 2016. - С. 132 – 134
3. Бервено С.М. Проблеми договірної права України : монографія / С. М. Бервено. – К.: Юрінком Інтер, 2006. – 392 с.
4. Беляневич О.А Господарське договірне право України (теоретичні аспекти): монографія / О. А. Беляневич. – К. : Юрінком Інтер, 2006. – 592 с.
5. Луць В.В. Договірне право України: сучасний стан і тенденції розвитку / В.В. Луць // Юридичний вісник. - 2(11)2009. - С. 52-55
6. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 44. – Ст. 356
7. Господарський кодекс України від 16.01.2003 №436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18 - 22. – Ст. 144
8. Виноградов А. А. «Рим І» и «Рим II» - вопрос выбора? // Вестник МГИМО – Университет. – 2010. - №6 (15). – С. 187-193
9. Луць В. В. Інститут договору в Цивільному праві України // Право України, - №2. – 2014. – С.25-33
10. Яворська О. С. Договірне право як регулятор цивільних відносин // Соц.- екон. пробл. сучас.періоду України. – 2008. - Вип. 6(74). – С 148-158
11. Омельченко А. Застосування Принципів європейського договірної права в комерційній практиці в Україні // Юридична Україна. Питання розвитку приватного права. - №7. – 2013. – С. 37-41
12. Принципи європейського договірної права. Коментарі та рекомендації / [пер. з англійської ТОВ «Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД»]. – К.: Асоціація «ЗЕД», 2013. – 304 с.
13. Виноградов А. А. Эволюция договорного права Европейского союза: от директив к “общей справочной схеме” // Право и управление. XXI век. – 2010. - №4 (17). – С. 120-129
14. Регламент ЄС №593/2008 Європейського Парламенту та Ради «Про право, яке підлягає до застосування щодо договірних зобов'язань («Рим І»)). – [Електр. ресурс]: http://zakon2rada.gov.ua/laws/show/994_905
15. Директива №2005/29/ЄС Європейського Парламенту і Ради ЄС про недобросовісну комерційну практику по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку від 11.05.2005 - документ 994_b43

УДК 334.02

Литвинець Юлія Ігорівна

Кандидат економічних наук, викладач відокремленого підрозділу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ірпінський економічний коледж»



ПРОТИДІЯ ВНУТРІШНЬОКОРПОРАТИВНОМУ ШАХРАЙСТВУ В АГРОБІЗНЕСІ

Литвинець Ю.І.

RESISTANCE TO INTERNAL CORPORATE FRAUD IN AGRIBUSINESS

Lytvynets J.

ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ВНУТРИКОРПОРАТИВНОМУ МОШЕННИЧЕСТВУ В АГРОБИЗНЕСЕ

Литвинец Ю.И.

У статті визначено суть корпоративного шахрайства та причини його виникнення. Наведено види корпоративного шахрайства в агробізнесі. Запропоновано систему протидії внутрішньокорпоративного шахрайства в агробізнесі шляхом застосування комплексу технічних, юридичних та організаційних заходів.

Ключові слова: корпоративне шахрайство, види шахрайства в агробізнесі, протидія шахрайству, технічні заходи, юридичні заходи, організаційні заходи.

The article defines the essence of corporate fraud and the reasons for its occurrence. The types of corporate fraud in agribusiness are presented. The measures of resistance to internal corporate fraud in agribusiness are offered in the article through applying complex of technical, legal and organizational measures.

Key words: corporate fraud, types of fraud in agribusiness, resistance to fraud, technical measures, legal measures, organizational measures.

В статье определена суть корпоративного мошенничества и причины его возникновения. Приведены виды корпоративного мошенничества в

агробизнесе. Предложены меры противодействия внутрикорпоративного мошенничества в агробизнесе путем применения комплекса технических, юридических и организационных инструментов.

Ключевые слова: *корпоративное мошенничество, виды мошенничества в агробизнесе, противодействие мошенничеству, технические мероприятия, юридические меры, организационные мероприятия.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). У сучасних економічних, політичних реаліях український агробізнес дедалі більше зіштовхується із необхідністю встановлення надійної системи протидії шахрайству, яка буде ефективно виконувати функцію захисту підприємства від зовнішніх та внутрішніх посягань на його майновий та немайновий актив.

Питання протидії шахрайству і зловживанню персоналу є принципово важливим для менеджменту. Нехтуючи цим аспектом, власники агропідприємств можуть втрачати до 25% бюджету. Натомість компанії, які ефективно використовують системи протидії шахрайству, мають не більше 5% відтоку капіталу.

Загалом Україна займає 6 місце в рейтингу країн світу за рівнем корпоративного шахрайства (45%); Росія - 1 місце (71%), Південна Африка - 2 (62%), Кенія - 3 (57%), Канада - 4 (56%), Мексика - 5 місце (51%) [7].

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Проблемі корпоративного шахрайства присвячено багато праць вітчизняних дослідників, зокрема: Розовського Б., Селезнева В., Петрика О., Чернявського С., Чумакова І. та інших. Вагомі теоретичні напрацювання з даної тематики зробили зарубіжні дослідники, зокрема: Коенен Т., Луїєрінк Д., Ремейдж С., Уеллс Дж., Сакс Дж., Орехов С. та інші.

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent). На сьогодні корпоративним шахраям відома значна кількість прийомів, в той час як механізми запобігання та виявлення зловживань тільки починають розроблятися фахівцями з внутрішнього контролю. Такий стан речей безперечно пов'язаний з економічною рецесією, наслідком якої є небажання власників підприємств інвестувати в такі послуги, як внутрішній аудит або внутрішні фінансові розслідування.

Проте, для ефективної роботи агропідприємств, потрібно розробляти дієві системи заходів протидії внутрішньокорпоративного шахрайства.

Мета статті (Main purpose of the article). Запропонувати комплекс заходів протидії внутрішньокорпоративному шахрайству в агробізнесі.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів (Results and discussions). Високий рівень зростання організованої економічної злочинності у нашому суспільстві обумовлений не окремими причинами, хоча кожна з них відіграє свою роль, а комплексом: слабкість владних структур, недосконалість кадрової політики, недосконалість законів, неспрацьовування нових, недостатньо апробованих

економічних механізмів, безробіття, високі ціни на товари широкого вжитку, інфляційні процеси, низький рівень заробітної плати та інше [9].

Феномен шахрайства і корупції саме всередині корпорацій в 1939 році вперше описав американський соціолог та кримінолог Едвін Х. Сатерленд, назвавши його «злочином білих комірців». Під цим явищем Едвін Х. Сатерленд розумів «пов'язані з бізнесом злочини, вчинені респектабельними особами, що займають високе положення в суспільстві. В якості основної ознаки також була виділена висока інтелектуальна складова злочинів[11].

Відповідно до визначення, поданого в Глосарії до Стандартів, шахрайство – це будь-які незаконні дії, що характеризуються обманом, приховуванням або зловживанням довірою. До шахрайства не відносяться ті дії, що виконуються під тиском сили або погрози використання сили. Шахрайство здійснюється юридичними та фізичними особами з метою отримання грошей, власності або послуг, ухилення від сплати грошових коштів або надання послуг, чи в цілях особистої або корпоративної наживи [5].

Асоціація сертифікованих спеціалістів із розслідування шахрайства (ACFE) [8] у своїй діяльності керується таким визначенням терміну «шахрайство»: «Використання службового положення для цілей власного збагачення шляхом неналежного використання крадіжки власності чи ресурсів організації».

Корпоративне шахрайство – це навмисне заподіяння майнової шкоди роботодавцю однією або декількома особами управлінського та найвищого управлінського персоналу, з числа найманих працівників шляхом обману чи зловживання довірою.

Слід зазначити, корпоративне шахрайство є одним з видів економічних злочинів, що охоплює всі різноманітні засоби, створені за допомогою людської винахідливості з метою отримання несправедливої переваги однієї людини над іншою шляхом обману, хитрості, зловживання довірою, приховування правди. По-перше, корпоративне шахрайство, як було доведено, не обмежується поняттям злочину. По-друге, обман і є хитрістю, приховуванням правди тощо. По-третє, несправедлива перевага однієї людини над іншою неточно характеризує дії, які охоплюються поняттям шахрайства [10].

Серед основних видів внутрішньокорпоративного шахрайства в агробізнесі можна виділити наступні:

При здійсненні закупівель:

- завищення закупівельних цін для отримання додаткової особистої винагороди від продавців/постачальників;
- маніпуляції з якістю продукції та обсягом закупівель;
- використання ресурсів (транспортних, ЗЗР, добрив тощо) в особистих цілях або для оброблення земель власних невеликих господарств.

На виробництві:

- розкрадання готової продукції;

- розкрадання сировини, матеріалів, запчастин;
- неконтрольований продаж неврахованої продукції з метою особистого збагачення;

- збір урожаю сторонньою технікою;
- маніпуляції зі здійсненням виплат пайовикам;
- неправомірне використання техніки.

Під час реалізації продукції:

- махінації з використанням якості продукції та обсягами продажів;
- маніпулювання інсайдерською інформацією з метою збуту товару на власні або інші зацікавлені компанії;
- зниження цін для додаткової особистої винагороди від покупців.

У сфері управління та контролю:

- виведення активів на власні не пов'язані з групою фірми;
- продаж інсайдерської інформації конкурентам;
- укладання необґрунтованих контрактів та виведення коштів;
- маніпулювання звітністю.

Для запобігання названим видам внутрішньокорпоративного шахрайства рекомендуємо агропідприємствам впроваджувати ряд заходів, які можна об'єднати у три великі групи: технічні, юридичні та організаційні.

Технічні засоби протидії шахрайству можуть включати в себе:

- встановлення відеоспостереження;
- використання карткових систем доступу до приміщень, обліку робочого часу та переміщення;
- використання дронів, супутникового моніторингу;
- використання систем GPS-моніторингу (наприклад системи «Інспектор» та «Інспектор АЗС» тощо);
- автоматизацію основних процесів та використання відповідного програмного забезпечення (наприклад використання 1С, Бітрікс24, APS Tender (остання система активно використовується, наприклад агрохолдингами Agricom Group та Kernel), іншого індивідуального програмного забезпечення);
- впровадження точного землеробства тощо.

Юридичні заходи протидії шахрайству передбачають оформлення та введення в дію комплексу документів, які забезпечують ефективну роботу технічних та організаційних заходів:

- Кодекс ділової етики або Кодекс корпоративної поведінки – ключовий документ, який визначає головні правила та принципи роботи співробітники компанії, їх взаємодію між собою та із зовнішніми контрагентами (на прикладі регулювання недопустимості виникнення конфлікту інтересів – це закріплення способів виходу із такої ситуації, відповідальних осіб, до компетенції яких відноситься вирішення ситуації, застосування покарання тощо);
- політик та правил роботи кожного окремого департаменту;

- стандартів здійснюваних процесів та процедур (наприклад, проведення тендерів);
- методології проведення перевірок та аудитів;
- кодексу поведінки підрядників та постачальників;
- комплексу документів із кожним співробітником (трудові договори, посадові інструкції, договори про нерозголошення конфіденційної інформації та конфлікт інтересів тощо);
- процедур перевірки контрагентів.

Багато недопустимих речей вчиняються співробітниками підприємства тільки тому, що вони мають можливість в разі викриття посилатися на те, що «не знали», «гадки не мали» або «так сталося». Саме тому слід створювати середовище контролю та зарегульованості, що перешкоджатиме шахрайству. Даної мети можна досягти за допомогою використання зазначених вище юридичних засобів.

Організаційні заходи протидії шахрайству – це комплексна робота власників та менеджменту, направлена на оптимізацію та поліпшення бізнес-процесів. До них, зокрема, відносяться створення корпоративної культури, мотивація персоналу, постійний розвиток бізнесу тощо.

Найактуальнішим в агропромислових підприємствах є питанням протидії шахрайству під час здійснення закупівель. Не завжди причиною зловживання довірою та одержання неправомірної вигоди співробітниками є гостра нестача коштів, яка штовхає людину на такі дії. Зазвичай у таких людей відсутнє усвідомлення того, що вони беруть чуже. Як свідчить практика, цим керуються співробітники, які відчують себе недооціненими, вважають, що вони заслуговують більш високої посади, іншого рівня заробітної плати тощо. На наявність зазначеного рівня шахрайства значно впливає відсутність корпоративної культури на підприємстві.

З шахрайством на етапі закупівель необхідно боротися комплексно: через наявність подвійного підпису, колегіальність прийняття рішень, проведення внутрішнього аудиту тощо. А головне – вчасно протидіяти через систему юридичних та організаційних заходів.

Так, рекомендуємо створити середовище контролю, тобто встановити в компанії морально-етичні цінності, що перешкоджатимуть шахрайству. Даної мети можна досягти розробивши регламенти і політики протидії внутрішньокорпоративному шахрайству, з якими мають бути ознайомлені під підпис співробітники закупівельного відділу. Для підвищення персональної відповідальності кожного працівника зазначеного відділу також доцільним є внесення умови про компенсацію завданих збитків фірмі до трудових договорів.

Також рекомендуємо ввести в дію правила здійснення закупівель товарів, робіт і послуг, з якими також ознайомлюються співробітники під підпис. А порушення або невиконання даних правил визначається в трудовому договорі як підстава для звільнення співробітника.

Окремо варто передбачити можливість розробки і затвердження плану закупівель, який повинен містити:

- найменування товарів, робіт і послуг, включаючи суми, виділені для здійснення закупівель на середньостроковий період;
- спосіб здійснення закупівель;
- плановий термін поставки.

Цей план повинен затверджуватися керівним співробітником і розміщуватися на сайті компанії завчасно, щоб потенційні постачальники могли з ним ознайомитися.

Всі закупівлі мають здійснюватися виключно за результатами проведених тендерів.

Однак тут варто звернути увагу на те, що саме по собі придбання новітніх систем, розроблення відмінної юридичної бази протидії шахрайству працювати не буде, якщо відсутня воля та готовність до змін керівництва бізнесу.

Успішним прикладом активної протидії внутрішньокорпоративному шахрайству є діяльність аграрного холдингу Agricom Group, який спеціалізується на виробництві, розробці та дистрибуції продуктів харчування, вироблених на основі зернових культур. Діяльність даний холдинг розпочав у 2013 році, маючи у своїй структурі 3 підприємства, штат із 330 працівників, земельний банк у розмірі 14700 га та характеризуючись відсутністю «позитивних» результатів для власників. Завдяки системній роботі, автоматизації ключових бізнес-процесів, контролю роботи холдингу у реальному часі у 2016 році Agricom Group подвоїли розмір земельного банку, розширилися до 12 підприємств, скоротили кількість співробітників до 150 осіб та досягли хороших показників ефективності [6].

Завжди потрібно працювати на випередження, проте також розглянемо можливість притягнення винної у розкраданні особи до законодавчо встановленої відповідальності, оскільки розкрадання є тим видом порушень, за які відносно реально притягнути особу до адміністративної та кримінальної відповідальності, якщо надати належну доказову базу.

Відповідно до статті 51 Кодексу України про адміністративні правопорушення: «дрібне викрадення чужого майна шляхом крадіжки, шахрайства, привласнення чи розтрати - тягне за собою накладення штрафу від десяти до тридцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або виправні роботи на строк до одного місяця з відрахуванням двадцяти процентів заробітку, або адміністративний арешт на строк від п'яти до десяти діб.

Викрадення чужого майна вважається дрібним, якщо вартість такого майна на момент вчинення правопорушення не перевищує 0,2 неоподаткованого мінімуму доходів громадян.» [1]

Відповідно до пункт 5 підрозділу 1 розділу XX Податкового кодексу України: «Якщо норми інших законів містять посилення на неоподатковуваний мінімум доходів громадян, то для цілей їх застосування

використовується сума в розмірі 17 гривень, крім норм адміністративного та кримінального законодавства в частині кваліфікації адміністративних або кримінальних правопорушень, для яких сума неоподаткованого мінімуму встановлюється на рівні податкової соціальної пільги, визначеної підпунктом 169.1.1 пункту 169.1 статті 169 розділу IV цього Кодексу для відповідного року.» [3]

Пункт 169.1.1 пункту 169.1 статті 169 Податкового кодексу України визначає рівень соціальної пільги: «у розмірі, що дорівнює 50 відсоткам розміру прожиткового мінімуму для працездатної особи (у розрахунку на місяць), встановленому законом на 1 січня звітного податкового року, - для будь-якого платника податку» [3]

Стаття 7 Закону України «Про Державний бюджет України на 2018 р» передбачає наступне: «Установити у 2018 році прожитковий мінімум на одну особу в розрахунку на місяць у розмірі з 1 січня 2018 року для працездатних осіб – 1762 грн.» [4]

Таким чином, якщо вартість викраденого майна перевищує 881 грн, особа, що вчинила правопорушення, може бути притягнута вже до кримінальної відповідальності.

Так, відповідно до статі 185 Кримінального кодексу України: «Таємне викрадення чужого майна (крадіжка) - карається штрафом від п'ятдесяти до ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або громадськими роботами на строк від вісімдесяти до двохсот сорока годин, або виправними роботами на строк до двох років, або арештом на строк до шести місяців, або позбавленням волі на строк до трьох років.

Крадіжка, вчинена у великих розмірах, - карається позбавленням волі на строк від п'яти до восьми років.

Крадіжка, вчинена в особливо великих розмірах або організованою групою, - карається позбавленням волі на строк від семи до дванадцяти років з конфіскацією майна.» [2]

Злочин, вчинений у великих розмірах, в даному випадку вважається злочин, що вчинений однією особою чи групою осіб на суму, яка в 250 разів перевищує неоподаткований мінімум доходів громадян на момент вчинення злочину (станом на 2018 рік – це 220250 грн).

Таким чином на практиці при здійсненні розкрадання у сільськогосподарському підприємстві винних осіб слід притягувати до кримінальної відповідальності.

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Серед основних переваг запровадження системи протидії внутрішньокорпоративному шахрайству є її швидка інтеграція у всі процеси та свідомість працівників. Саме тому правильно розроблена програма захисту від розкрадання й зловживань, яка буде підкріплюватись коректними діями керівництва, в результаті може стати повністю автономною та приносити підприємству не тільки фінансовий прибуток, а й іміджевий зиск.

Список використаних джерел (References):

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 №8073-X / База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>
2. Кримінальний кодекс України від 05.04.20011 №2341-III / База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/page6>
3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 №2755-VI / База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/275517/page22?text=%F0%E7%E4%B3%E5%D5>
4. Про Державний бюджет України на 2018 рік: Закон України від 07.12.2017 №2246-VIII / База даних «Законодавство України» / ВР України. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2246-19>
5. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики: Пер. з англ. К., 2012. / сайт Аудиторської палати України URL: <http://www.apu.com.ua/msa>
6. Антирейдерство. Захист агробізнесу. – Київ. Видавничий дім «КІЙ», 2017. 176с.
7. Бугай Д., Лук'яненко О. Корпоративне шахрайство. Неетична / недобросовісна поведінка менеджменту компаній. Ukrainian law firms 2015 03.06.15 URL: <http://vbpartners.ua/uk/publications/2015/item/1322-korporativne-shakhraistvo-neetychna-nedobrosovisna-povedinka-menedzhmentu-kompanii>
8. Deloitte Борьба с корпоративным мошенничеством. URL: <http://www.slideshare.net/dn131282nvj/deloitte-5814595>.
9. Климко Т. Ю. Корпоративне шахрайство: реалії сучасності / Т. Ю. Климко, О. О. Мельник // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка. 2015. Вип. 2. С. 185-190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvues_2015_2_33.
10. Способи подолання корпоративного шахрайства. URL: <http://fastust.com/pres-tsentr/sposobi-podolannya-korporativnogo-shakhrajstva.html>
11. Харламова О.В., Бондалетова Л.А. Корпоративне шахрайство: аналіз підходів до визначення / Управління фінансово-економічною безпекою: інформаційно-аналітичне забезпечення та конкурентна розвідка. (2013). С.171-172. URL: <http://eprints.kname.edu.ua/38675/1/171-172.pdf>

УДК: 342.72

Кульчицький Тарас Русланович

аспірант кафедри соціального права Львівського національного університету імені Івана Франка



НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ

Кульчицький Т.Р.

NORMATIVE LEGAL PROVISION OF SOCIAL PROTECTION OF INTERNALLY MOVABLE PERSONS

Kulchytskyy T.R.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ВНУТРЕННЕ ПЕРЕМЕЩОННЫХ ЛИЦ

Кульчицкий Т.Р.

У статті проаналізовано нормативні документи що регламентують права внутрішньо переміщених осіб; визначено основні правові проблеми внутрішньо переміщених осіб в Україні; окреслено видові форми соціального захисту внутрішньо переміщених осіб; розглянуті та проаналізовані проблеми правового забезпечення внутрішньо переміщених осіб в Україні.

Ключові слова: внутрішньо переміщені особи, правові проблеми, нормативно-правове забезпечення, соціальний захист.

The article analyzes the normative documents regulating the rights of internally displaced persons; the basic legal problems of internally displaced persons in Ukraine are determined; Specific forms of social protection of internally displaced persons are outlined; considered and analyzed the problems of legal support of internally displaced persons in Ukraine.

Key words: internally displaced persons, legal problems, legal regulation, social protection.

В статье проанализированы нормативные документы регламентирующие права внутренне перемещенных лиц; определены основные правовые проблемы внутренне перемещенных лиц в Украине;

обозначены видовые формы социальной защиты внутренне перемещенных лиц; рассмотрены и проанализированы проблемы правового обеспечения внутренне перемещенных лиц в Украине.

Ключевые слова: *внутренне перемещенные лица, правовые проблемы, нормативно-правовое обеспечение, социальную защиту.*

Постановка наукової проблеми (Introduction). Політичні процеси останніх двох років в Україні змусили законодавців створити нову категорію суб'єктів права, які потребують правових гарантій та соціального захисту з боку держави – внутрішньо переміщені особи. Актуальність цієї теми обґрунтовано тим, щовищезазначений статус мають більше мільйона громадян, але чіткого механізму з вирішеннягальних проблем таких осіб досі не існує, оскільки Україна не має досвіду з розробки та запровадження норм щодо захисту громадян, які були вимушені покинути місце свого постійного проживання через військовий конфлікт. Необхідно звернути увагу на дані структурних підрозділів соціального захисту населення обласних та Київської міської державних адміністрацій, в яких зазначається, що станом на 18 вересня 2017 року взято на облік 1 592 499 внутрішніх переселенців або 1 283 731 сім'ю з Донбасу і Криму [8].

Аналіз досліджень проблеми (Analysis of recent researches and publications). Проблема внутрішньо переміщених осіб в останні роки викликає занепокоєння міжнародного світового співтовариства, оскільки перетворилася в одну із найбільш гострих політичних та гуманітарних проблем. Теоретико-методичним підґрунтям розв'язання окресленої проблеми стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних дослідників, а саме: Ю. Арутюнян, Ю. Бромлей, Дж. Беррі, В. Грищенко, О. Зайцева, І. Зверєва, А. Капська, Ю. Моргун, О. Малиновська, Я. Овсяннікова, О. Ольхович, О. Піскун, А. Похлебаєва, Г. Солдатова, А. Фернхем, К. Халепа, А. Шацька, Л.Шестак; зарубіжних науковців – Г.Гудвін-Гілл, Р. Дженнінгс та інші. Поняття вимушено переміщені особи із соціологічної точки зору було конкретизовано – Г. Гудвіном-Гіллом та М. Ніколайчук.

Переважає більшість сучасних наукових досліджень, присвячена аналізу міжнародного режиму захисту прав біженців загалом та міжнародно-правового статусу біженців та шукачів притулку зокрема. Окремі аспекти щодо внутрішньо переміщених осіб в Україні загалом розглядалися у працях І. Аракелова, О. Балуєва, І. Беззуб, С. Бритченко, М. Буроменського, О. Гончаренко, В. Гринчака, О. Зельдіна, Д. Іванова, І. Козинець, О.Малиновської, М. Ніколайчук, В. Новік, В.Потапова, С. Чеховича. Слід зауважити, що права внутрішньо переміщених осіб досліджував Б. Захаров, пропозиції щодо забезпечення зайнятості внутрішньо переміщених осіб розглянуті у роботі Ю. Рогозян, шляхи вирішення проблеми внутрішньо переміщених осіб розкрито у працях О. Гостєва, особливості соціально-педагогічної роботи з переселенцями в Україні досліджує К. Лук'янова. На сьогодні питання внутрішньо переміщених осіб є предметом наукових

досліджень сучасних науковців, таких як А. Ібрагімова, Н. Шуклінова. Вагомий внесок у вивчення проблем переміщених осіб внесла О. Балакірева у своїх дослідженнях «Спектр проблем вимушено внутрішньо переміщених осіб в Україні: швидка оцінка ситуації та потреб», «Оцінка потреб внутрішньо переміщених жінок та осіб похилого віку в Україні», «Ставлення до переселенців і волонтерської діяльності», у яких вона визначала основні проблеми та потреби різних категорій ВПО; проблему адаптації ВПО досліджували О. Міхеєва та В. Середя у своїй праці «Сучасні українські внутрішньо переміщені особи: основні причини, стратегії переселення та проблеми адаптації».

Виділення невирішених питань (Previously unsettled problem constituent): вивчення категорії внутрішньо переміщена особа з юридичної точки зору та конкретизація нормативно –правових основ їх життєдіяльності.

Мета статті (Main purpose of the article) – проаналізувати особливості нормативно-правового забезпечення соціального захисту внутрішньо переміщених осіб.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження (Results and discussions). Слід зазначити, що основу законодавчої бази ВПО становлять нормативні акти, Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» [2], Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» [3], Постанова № 371 про облік внутрішньо переміщених осіб, Постанова № 505 про надання щомісячної адресної допомоги внутрішньо переміщеним особам для покриття витрат на проживання, в тому числі на оплату житлово-комунальних послуг, Постанова № 509 про облік внутрішньо переміщених осіб, Постанова № 689 про здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам, Постанова № 256 про затвердження Порядку використання коштів, що надійшли від фізичних та юридичних осіб для надання одноразової грошової допомоги постраждалим особам та внутрішньо переміщеним особам [8]. Важливим для роз'яснення сутності поняття «внутрішньо переміщена особа» у контексті міжнародно-правових норм та стандартів в ході дослідження став «Довідник по захисту внутрішньо переміщених осіб» [7].

У зв'язку із ситуацією, яка склалася в Україні, кількість звернень внутрішньо переміщених осіб до різноманітних правозахисних організацій зростає [1]. Відповідно, держава повинна реагувати і захищати права своїх громадян. Зокрема, відповідно до ст. 3 Конституції України «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність, а утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави».

Проект Закону України укладений Харківською правозахисною групою «Про вимушених переселенців» [1] заснований на досвіді країн, в яких

виникла ситуація вимушеної міграції і спирається на рекомендації Комісії ООН з прав людини та Управління Верховного Комісара ООН у справах біженців, а також на принципи і норми міжнародного права у цій сфері. У проекті закону визначає статус вимушених переселенців, встановлюються економічні, соціальні та правові гарантії захисту їх прав та законних інтересів на території України відповідно до Конституції України, міжнародних договорів України, а також принципів і норм міжнародного права[1].

Гарантії дотримання прав, свобод та законних інтересів внутрішньо переміщених осіб встановлює Закон України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб», у якому регламентовані: гарантії дотримання прав і свобод внутрішньо переміщених осіб, захист від примусового внутрішнього переміщення та примусового повернення на попереднє місце проживання, облік внутрішньо переміщених осіб, реєстрацію місця проживання внутрішньо переміщеної особи, забезпечення прав внутрішньо переміщених осіб на отримання документів, що посвідчують особу та підтверджують громадянство України, або документів, що посвідчують особу та підтверджують її спеціальний статус, забезпечення реалізації прав зареєстрованих внутрішньо переміщених осіб на зайнятість, пенсійне забезпечення, загальнообов'язкове державне соціальне страхування, соціальні послуги, освіти, забезпечення виборчих прав внутрішньо переміщених осіб. Окрім того, у законі чітко визначено, що внутрішньо переміщена особа має право на: єдність родини; інформацію про долю та місцезнаходження зниклих членів сім'ї та близьких родичів; прийняття органами державної виконавчої влади, органами місцевого самоврядування та суб'єктами приватного права у пошуку та возз'єднанні членів сімей, які втратили зв'язок внаслідок внутрішнього переміщення; безпечні умови життя і здоров'я; створення належних умов для її постійного чи тимчасового проживання; надання необхідної медичної допомоги в державних та комунальних закладах охорони здоров'я; отримання соціальних та адміністративних послуг за місцем перебування; сприяння у поверненні на попереднє місце проживання, і т.д. [3].

У зв'язку зі змінами від 13.09.2017 до Порядку надання щомісячної адресної допомоги внутрішньо переміщеним особам для покриття витрат на проживання, в тому числі на оплату житлово-комунальних послуг, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 1 жовтня 2014 р. № 505, департаментом соціального захисту населення у листопаді був здійснений перерахунок розмірів грошової допомоги особам з інвалідністю І та ІІ групи та дітям з інвалідністю внутрішньо переміщеним особам з 16.09.2017 року. Також слід зазначити, що з 01.12.2017 року відбувся масовий перерахунок зазначеної допомоги у зв'язку з підвищенням розмірів соціальних стандартів і гарантій для населення.

Таким чином, розміри адресної соціальної допомоги на сучасному етапі у кінці 2017 року становитимуть:

- для переміщених осіб з інвалідністю I групи та дітям-інвалідам виплачуватиметься допомога у розмірі 1784.90 грн. на місяць (130 % прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність);
- для осіб з інвалідністю II групи інвалідам виплачуватиметься соціальна допомога у розмірі 1578.95 грн. на місяць (115 % прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність);
- для осіб з інвалідністю III групи розмір допомоги не змінився та становить 1373 грн. на місяць (100% прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність) [11].

Слід наголосити, що соціальне забезпечення як окрема видова форма соціального захисту населення являє собою систему виплат держави, що здійснюються на принципово інших засадах, і перш за все, без попередніх внесків (як це має місце у разі соціального страхування) та без огляду на потребу в цих коштах їх отримувача (як це відбувається при наданні соціальної допомоги). Право на соціальне забезпечення ВПО закріплюється також в статті 7 Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» для взятої на облік внутрішньо переміщеної особи реалізація прав на зайнятість, пенсійне забезпечення, загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття, у зв'язку з тим-часовою втратою працездатності, від нещасного випадку на ви-робництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, на отримання соціальних послуг здійснюється від повідно до законодавства України [12]. Законодавчо окремі аспекти соціального забезпечення вимушено внутрішньо переміщених осіб регламентуються такими розпорядженнями та постановами Кабінету Міністрів України: Постановою Кабінету Міністрів України № 637 «Про здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам»; Постановою Кабінету Міністрів України № 535 «Про затвердження Порядку використання коштів, що надійшли від фізичних та юридичних осіб для надання одноразової грошової допомоги постраждалим особам та внутрішньо переміщеним особам»; розпорядженням Кабінету Міністрів України № 588-р «Питання соціального забезпечення громадян України, які переміщуються з тимчасово окупованої території та районів проведення антитерористичної операції»; Постановою Кабінету Міністрів України № 68 «Про затвердження Порядку перерахування міжбюджетних трансферів за місцевими бюджетами у населених пунктах Донецької та Луганської областей, що розташовані на території проведення антитерористичної операції, та населених пунктах, що розташовані на лінії зіткнення»; Постановою Кабінету Міністрів України № 213 «Про забезпечення тимчасового проживання сімей, які переселилися з Автономної Республіки Крим та м. Севастополя»; Постановою Кабінету Міністрів України № 365 «Деякі питання здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам».

Соціальне страхування як видова форму соціального захисту вимушено внутрішньо переміщених осіб в Україні являє собою систему майбутньої

потреби зайнятого населення, визначеної законодавчо і врахованої на загальному рівні без огляду на заробітки, яке здійснюється за рахунок страхових внесків підприємств, працівників та дотацій з бюджету. Зауважимо, що соціальне страхування ВПО повинно визначатися тим, що хоча внески в основному і залежать від заробітку, виплати, навпаки, зумовлюються потребою, яка не має стосунку до заробітку.

Відповідно до Закону України «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» № 1706-VII від 20.10.2014 внутрішньо переміщені особи з тимчасово окупованої території мають право на отримання матеріального забезпечення, страхових виплат та соціальних послуг за загальнообов'язковим державним соціальним страхуванням у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності і від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, безпосередньо у робочих органах Фонду соціального страхування України за фактичним місцем проживання, перебування.

Визначаючи соціальні послуги як видову форму соціального захисту вимушено внутрішньо переміщених осіб слід означити, що поняття «соціальні послуги» має досить широкий спектр розуміння та використання. Наприклад, даним терміном користуються для позначення усіх видів послуг, що мають на меті задоволення будь-яких соціальних потреб суспільства. До їх переліку належать освітні, медичні, оздоровчі, туристичні послуги, послуги ЖКГ, готельного бізнесу тощо. Окрім того, соціальні послуги - це комплекс правових, економічних, психологічних, освітніх, медичних, реабілітаційних та інших заходів, спрямованих на окремі соціальні групи чи індивідів, які перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги, з метою поліпшення або відтворення їх життєдіяльності, соціальної адаптації та повернення до повноцінного життя [13, с. 1].

Як зазначається у законі, можуть надаватися такі види соціальних послуг [13, с. 5]:

- соціально-побутові послуги – забезпечення продуктами харчування, м'яким та твердим інвентарем, гарячим харчуванням, транспортними послугами, засобами малої механізації, здійснення соціально-побутового патронажу, виклик лікаря, придбання та доставка медикаментів тощо;
- психологічні послуги – надання консультацій з питань психічного здоров'я та поліпшення взаємин з оточуючим соціальним середовищем, застосування психодіагностики, спрямованої на вивчення соціально-психологічних характеристик особистості з метою її психологічної корекції або психологічної реабілітації, надання методичних порад;
- соціально-педагогічні послуги – виявлення та сприяння розвитку різнобічних інтересів і потреб осіб, які перебувають у складних життєвих обставинах, організація індивідуального навчального, виховного та корекційного процесів, дозвілля, спортивно-оздоровчої, технічної та

художньої діяльності тощо, а також залучення до роботи різноманітних закладів, громадських організацій, заінтересованих осіб;

- соціально-медичні послуги – консультації щодо запобігання виникненню та розвитку можливих органічних розладів особи, збереження, підтримка та охорона її здоров'я, здійснення профілактичних, лікувально-оздоровчих заходів, працетерапія;

- соціально-економічні послуги – задоволення матеріальних інтересів і потреб осіб, які перебувають у складних життєвих обставинах, що реалізуються у формі надання натуральної чи грошової допомоги, а також допомоги у вигляді одноразових компенсацій;

- юридичні послуги – надання консультацій з питань чинного законодавства, здійснення захисту прав та інтересів осіб, які перебувають у складних життєвих обставинах, сприяння застосуванню державного примусу і реалізації юридичної відповідальності осіб, що вдаються до протиправних дій щодо цієї особи (оформлення правових документів, адвокатська допомога, захист прав та інтересів особи тощо);

- послуги з працевлаштування – пошук підходящої роботи, сприяння у працевлаштуванні та соціальне супроводження працевлаштованої особи;

- послуги з професійної реабілітації осіб з обмеженими фізичними можливостями – комплекс медичних, психологічних, інформаційних заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для реалізації права на професійну орієнтацію та підготовку, освіту, зайнятість;

- інформаційні послуги – надання інформації, необхідної для вирішення складної життєвої ситуації (довідкові послуги); розповсюдження просвітницьких та культурно-освітніх знань (просвітницькі послуги); поширення об'єктивної інформації про споживчі властивості та види соціальних послуг, формування певних уявлень і ставлення суспільства до соціальних проблем (рекламно-пропагандистські послуги);

- інші соціальні послуги [13, с. 6].

Окремі аспекти надання соціальних послуг вимушено переміщеним особам регламентуються у Законі України «Про гуманітарну допомогу»; Постанові Кабінету Міністрів України № 1094 «Про затвердження Комплексної державної програми щодо підтримки, соціальної адаптації та реінтеграції громадян України, які переселилися з тимчасово окупованої території України та районів проведення антитерористичної операції в інші регіони України, на період до 2017 року»; Постанові Кабінету Міністрів України № 79 «Деякі питання оформлення і видачі довідки про взяття на облік особи, яка переміщується з тимчасово окупованої території України або району проведення антитерористичної операції»; Постанові Кабінету Міністрів України № 1094 «Про затвердження Комплексної державної програми щодо підтримки, соціальної адаптації та реінтеграції громадян України, які переселилися з тимчасово окупованої території України та районів проведення антитерористичної операції в інші регіони України, на період до 2017 року»; Постанові Кабінету Міністрів України № 505 «Про

затвердження Основних напрямів розв'язання проблем зайнятості внутрішньо переміщених осіб на 2015-2016 роки»; Постанова Кабінету Міністрів України № 21 «Про затвердження Порядку надання гуманітарної та іншої допомоги населенню Донецької та Луганської областей»; Постанова Кабінету Міністрів України № 566 «Питання митного оформлення вантажів гуманітарної допомоги».

Важливим актом є Постанова № 509 про облік внутрішньо переміщених осіб для систематизації та затвердження порядку оформлення і видачі довідки про взяття на облік внутрішньо переміщеної особи, яка і надає можливість Міністерству соціальної політики для формування та ведення Єдиної інформаційної бази даних про внутрішньо переміщених осіб. Виконання постанови № 509 Кабінету Міністрів України надає можливість реалізувати постанову № 689 про здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам, що є вагомим нормативним актом у контексті забезпечення соціальних прав внутрішньо переміщених осіб. У ній констатується, що призначення та продовження виплати пенсій, довічних державних стипендій, усіх видів соціальної допомоги та компенсацій, матеріального забезпечення, надання соціальних послуг, субсидій та пільг за рахунок коштів державного бюджету та фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування внутрішньо переміщеним особам здійснюються за місцем перебування таких осіб на обліку та довідкою виданою згідно порядку взяття на облік ВПО (внутрішньо переміщеної особи).

Окрім того, слід зазначити, що Міністерством соціальної політики, за підтримки Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй була розроблена «Дорожня карта для осіб, переміщених в межах країни для вирішення питань постановки на облік та надання адресної допомоги» та «Шлях переселенця», у них покроково надається інформація про отримання першочергових потреб: інформація про перелік необхідних документів для постановки на облік; порядок дій у випадку втрати/відновлення документів; інформація про надання щомісячної допомоги на проживання та оплату житлово-комунальних послуг; соціальна допомога (виплати) сім'ям з дітьми; інформація про необхідність отримання медичної допомоги; інформація щодо отримання психологічної допомоги; допомога від волонтерів та громадських організацій і т. д. [9].

Висновки і пропозиції (Conclusions and further researches directions).

Отже, здійснений аналіз законодавчих основ соціальної політики щодо внутрішньо переміщених осіб зумовив такі висновки: кількість звернень вимушено внутрішньо переміщених осіб до організацій захисту прав громадян невідомо зростає; держава прийняла відповідні нормативно-правові акти, які регулюють життєдіяльність вимушено внутрішньо переміщених осіб на законодавчому рівні, зокрема Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України», Закон України «Про забезпечення прав і

свобод внутрішньо переміщених осіб», Постанову № 371 про облік внутрішньо переміщених осіб, Постанову № 505 про надання щомісячної адресної допомоги внутрішньо переміщеним особам для покриття витрат на проживання, в тому числі на оплату житлово-комунальних послуг, Постанову № 509 про облік внутрішньо переміщених осіб, Постанова № 689 про здійснення соціальних виплат внутрішньо переміщеним особам, Постанову № 256 про затвердження Порядку використання коштів, що надійшли від фізичних та юридичних осіб для надання одноразової грошової допомоги постраждалим особам та внутрішньо переміщеним особам. Зазначені нормативно-правові акти чітко визначають права і обов'язки вимушених переселенців, визначають обов'язки органів державної влади та місцевого самоврядування, що стосуються вимушених переселенців; розмір матеріальної допомоги, документи на її отримання та час, протягом якого це слід зробити та ін.. Зрозуміло, що нормативно-правові акти не в силі охопити всі сфери життя вимушеного переселенця, вони стосуються лише першочергових проблем тому на нашу думку слід чітко визначити ієрархію інституцій які забезпечать реалізацію правових норм соціального захисту внутрішньо переміщених осіб в Україні.

Список використаних джерел (References):

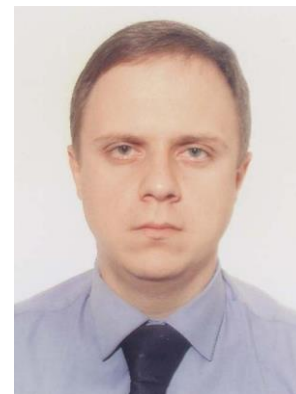
1. Проект закону України про вимушених переселенців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0817.html
2. Закон України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1207-18>.
3. Закон України «Про захист прав і свобод внутрішньо переміщених осіб» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>.
4. Гудвін-Гілл Г.С. Статус біженця в міжнародному праві / Г.С. Гудвін-Гілл. – М.: ЮНІТІ. – 1997. – С. 314 –315.
5. Коваль Л. Вимушені переселенці: проаналізувати, зрозуміти, допомогти / Л. Коваль // Урядовий кур'єр: газета центр. органів виконав. влади України. – К., 2015. – 1 жовт. – № 182. – С. 4.
6. Малиха М. І. До проблеми сутності поняття «внутрішньо переміщені особи»: державна політика та регіональна практика / М. І. Малиха // Грані. – 2015. – № 8. – С. 6 –11.
7. Global Protection Cluster Working Group. Hand book for the Protection of Internally Displaced Persons. Geneva: Inter – Agency Standing Committee, 2010, 545 p.
8. Нормативно-правові акти для громадян України, які переміщуються з тимчасово окупованої території та районів проведення антитерористичної операції. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukc.gov.ua/info/ovv_ark/316197/

-
9. Шлях переселенця [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/mt_settler_way_infographics/
10. Міністерство соціальної політики. Внутрішньо переміщені особи. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.msp.gov.ua/news/13919.html>
11. У грудні переміщені особи з інвалідністю отримають перераховані розміри адресної допомоги. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://smr.gov.ua/uk/misto/2016-03-14-08-10-17/informatsijni-materiali/informatsijni-materiali-z-pitan-sotszakhistu/191-dopomoga-pereselentsyam-zi-skhodu-ta-pivdnja-ukrajini.html>
12. Забезпечення соціального захисту дітей внутрішньо переміщених осіб [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/ditu-14275.pdf>
13. Про соціальні послуги: Закон України (із змінами та доповненнями) // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 45. – С. 358.

УДК 330.124.4

Харчук Олександр Олександрович

Кандидат юридичних наук, доцент доцент кафедри міжнародного права та порівняльного правознавства Київського університету права Національної академії наук України



Горбонос Тетяна Володимирівна

здобувач вищої освіти Київського університету права Національної академії наук України



THE BORDERS OF THE NEW EU GENERAL DATA PROTECTION REGULATION

Kharchuk A., Gorbonos T.

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАГАЛЬНОЄВРОПЕЙСЬКОГО РЕГЛАМЕНТУ ЗАХИСТУ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ

Харчук О.О., Горбонос Т.В.

НОВЫЕ ТЕНЕДЦИИ ОБЩЕЕВРОПЕЙСКОГО РЕГЛАМЕНТА ЗАЩИТЫ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Харчук А.А., Горбонос Т.В.

In the article the essence concepts and general principles of personal data. Studied the development of EU legislation for the protection of personal data and the basis of its practical implementation. Using new information and communication technologies leads to increased threats of illegal collection an collection, storage, use and spread of personal data and creates new methods of unlawful attacks on personal information.

The analysis introduced mechanisms to protect personal data and specified that the system approach based on European standards should play an important role.

Keywords: *General Data Protection Regulation, information technology, global information systems, information law, personal data, EU, regulation of personal data protection.*

В статті досліджено сутність поняття та загальні засади розвитку персональних даних. Вивчено розвиток законодавство ЄС у сфері захисту персональних даних та основи його практичної реалізації.

Використання нових інформаційно-комунікаційних технологій призводить до збільшення загроз протиправного збирання, зберігання, використання та поширення персональних даних та створює нові прийоми протизаконних посягань на інформацію про особу.

Проведено аналіз впроваджених механізмів захисту персональних даних та зазначено, що при цьому важливу роль має відігравати системний підхід на основі європейських стандартів.

Ключові слова: загальний регламент захисту даних, інформаційні технології, глобальні інформаційні системи, інформаційне право, персональні дані, ЄС, правове регулювання захисту персональних даних.

В статье исследована сущность понятия и общие принципы развития персональных данных. Изучено развитие законодательство ЕС в сфере защиты персональных данных и основы его практической реализации.

Использование новых информационно-коммуникационных технологий приводит к увеличению угроз противозаконного сбора, хранение, использование и распространение персональных данных и создает новые приемы противоправных посягательств на информацию о личности.

Проведен анализ внедрённых механизмов защиты персональных данных и указано, что при этом немаловажную роль играет системный подход на основе европейских стандартов.

Ключевые слова: общий регламент по защите данных, информационные технологии, глобальные информационные системы, информационное право, персональные данные, ЕС, правовое регулирование защиты персональных данных.

Introduction. Protection of personal data has always been given considerable attention in Europe, both within the legal basis of the Council of Europe [10] and the EU [7]. However, in January 2012, the European Commission proposed a comprehensive reform of data protection rules in the EU [19].

Analysis of recent researches and publications. On 4 May 2016, the official texts of the Regulation [22] and the Directive [15] have been published in the EU Official Journal in all the official languages. While the Regulation shall be applicable from 25 May 2018 [6] the Directive has already entered into force on 5 May 2016 and the EU Member States have to transpose it into their national law by 6 May 2018 [5].

Previously unsettled problem constituent. New Regulation is applicable to the processing of personal data wholly or partly by automated or other means [1]. It is emphasized that for the processing of personal data by the EU institutions, bodies, offices and agencies, Regulation (EC) No 45/2001 applies. Moreover, all

EU legal acts related to regulation of personal data processing shall be adapted to the principles and rules of this Regulation (art. 2 of the Regulation) [21].

Main purpose of the article. The objective of this new set of rules is to give citizens back control over of their personal data, and to simplify the regulatory environment for business. The data protection reform is a key enabler of the Digital Single Market which the Commission has prioritized [11].

Article 7 of the Charter of Fundamental Rights of the European Union (CFR) provides that everyone has the right to the protection of personal data concerning him or her which must be processed fairly for specified purposes and on the basis of the consent of the person concerned or some other legitimate basis laid down by law. Moreover, everyone has the right of access to data which has been collected concerning him or her, and the right to have it rectified. Compliance with these rules shall be subject to control by an independent authority [8]. In this relation new Regulation identifies personal data processing as any operation or set of operations which is performed on personal data or on sets of personal data, whether or not by automated means, such as collection, recording, organisation, structuring, storage, adaptation or alteration, retrieval, consultation, use, disclosure by transmission, dissemination or otherwise making available, alignment or combination, restriction, erasure or destruction, and establishes 7 more detailed principles of personal data processing. First of all, as to art. 5 of the Regulation, personal data (which is any information relating to an identified or identifiable natural person - one who can be identified, directly or indirectly, in particular by reference to an identifier such as a name, an identification number, location data, an online identifier or to one or more factors specific to the physical, physiological, genetic, mental, economic, cultural or social identity of that natural person) shall be processed lawfully, fairly and in a transparent manner in relation to the data subject (the principle of 'lawfulness, fairness and transparency'). It shall be collected for specified, explicit and legitimate purposes and not further processed in a manner that is incompatible with those purposes (the principle of 'purpose limitation'). The principle of 'data minimisation' means that personal data shall be adequate, relevant and limited to what is necessary in relation to the purposes for which they are processed. Data accuracy principle, firstly, provides that any personal data shall be kept up to date; every reasonable step must be taken to ensure that personal data that are inaccurate, having regard to the purposes for which they are processed, are erased or rectified without delay. Moreover, it should be kept in a form which permits identification of data subjects for no longer than is necessary for the purposes for which the personal data are processed ('storage limitation' principle). 'Integrity and confidentiality' principle forbids processing of personal data in a manner incompatible with its appropriate security, including protection against unauthorised or unlawful processing and against accidental loss, destruction or damage, using appropriate technical or organisational measures. Finally, the data controller shall be responsible for, and be able to demonstrate

compliance with all above mentioned principles (the principle of ‘accountability’) [3].

Results and discussions. Article 6 of the Regulation explains the meaning of the “lawfulness of the processing”. In the frames of the article processing shall be lawful only if and to the extent that at least one of the following applies:

(a) the data subject has given consent to the processing of his or her personal data for one or more specific purposes;

(b) processing is necessary for the performance of a contract to which the data subject is party or in order to take steps at the request of the data subject prior to entering into a contract;

(c) processing is necessary for compliance with a legal obligation to which the controller is subject;

(d) processing is necessary in order to protect the vital interests of the data subject or of another natural person;

(e) processing is necessary for the performance of a task carried out in the public interest or in the exercise of official authority vested in the controller;

(f) processing is necessary for the purposes of the legitimate interests pursued by the controller or by a third party, except where such interests are overridden by the interests or fundamental rights and freedoms of the data subject which require protection of personal data, in particular where the data subject is a child [4].

Regulation establishes that the controller (the natural or legal person, public authority, agency or other body which, alone or jointly with others, determines the purposes and means of the processing of personal data) [2] shall be able to demonstrate that the data subject has consented to processing of his or her personal data. To such a “consent” may be equated any freely given, specific, informed and unambiguous indication of the data subject's wishes by which he or she, by a statement or by a clear affirmative action, signifies agreement to the processing of personal data relating to him or her. If the data subject's consent is given in the context of a written declaration which also concerns other matters, the request for consent shall be presented in a manner which is clearly distinguishable from the other matters, in an intelligible and easily accessible form, using clear and plain language. Any part of such a declaration which constitutes an infringement of Regulation provisions shall not be binding. The data subject shall have the right to withdraw his or her consent at any time. The withdrawal of consent shall not affect the lawfulness of processing based on consent before its withdrawal. Prior to giving consent, the data subject shall be informed thereof. It shall be as easy to withdraw as to give consent. When assessing whether consent is freely given, utmost account shall be taken of whether, inter alia, the performance of a contract, including the provision of a service, is conditional on consent to the processing of personal data that is not necessary for the performance of that contract (art. 7 of the Regulation) [16].

Regulation distinguishes the scope of information to be provided where personal data are collected from the data subject (art. 13) from the scope of

information to be provided where personal data have not been obtained from the data subject (art. 14). In the first case the controller shall, at the time when personal data are obtained, provide the data subject with all of the following information:

- the identity and the contact details of the controller and, where applicable, of the controller's representative;
- the contact details of the data protection officer, where applicable;
- the purposes of the processing for which the personal data are intended as well as the legal basis for the processing;
- the legitimate interests pursued by the controller or by a third party;
- the recipients or categories of recipients of the personal data, if any where applicable, the fact that the controller intends to transfer personal data to a third country or international organisation and the existence or absence of an adequacy decision by the Commission/ reference to the appropriate or suitable safeguards and the means by which to obtain a copy of them or where they have been made available [18].

To the further information which should be provided by the controller to ensure fair and transparent processing belongs information on:

- the period for which the personal data will be stored, or if that is not possible, the criteria used to determine that period;
- the existence of the right to request from the controller access to and rectification or erasure of personal data or restriction of processing concerning the data subject or to object to processing as well as the right to data portability;
- where the processing is based on point (a) of Article 6(1) or point (a) of Article 9(2), the existence of the right to withdraw consent at any time, without affecting the lawfulness of processing based on consent before its withdrawal;
- whether the provision of personal data is a statutory or contractual requirement, or a requirement necessary to enter into a contract, as well as whether the data subject is obliged to provide the personal data and of the possible consequences of failure to provide such data;
- the existence of automated decision-making, including profiling, referred to in Article 22(1) and (4) and, at least in those cases, meaningful information about the logic involved, as well as the significance and the envisaged consequences of such processing for the data subject.

Art. 17 of the Regulation establishes the right of a data subject to obtain from the controller the erasure of personal data concerning him or her without undue delay and the controller shall have the obligation to erase personal data without undue delay – the right “to be forgotten”. The grounds for application of such a right are the following:

- the personal data are no longer necessary in relation to the purposes for which they were collected or otherwise processed;
- the data subject withdraws consent on which the processing is based or there is no other legal ground for the processing;

- the data subject objects to the processing and there are no overriding legitimate grounds for the processing;
- the personal data have been unlawfully processed;
- the personal data have to be erased for compliance with a legal obligation in Union or Member State law to which the controller is subject;
- the personal data have been collected in relation to the offer of information society services.

Conclusions and further researches directions. Generally, a ‘right to be forgotten’ will help individuals to manage data protection risks online. When you no longer want your data to be processed and there are no legitimate grounds for retaining it, the data will be deleted [19]. The rules are about empowering individuals, not about erasing past events, re-writing history or restricting the freedom of the press.

The other pluses of the new Regulation are:

- easier access of an individual to his or her personal data;
- a right to transfer personal data from one service provider to another;
- more transparency about how personal data is handled, with easy-to-understand information, especially for children;
- businesses and organisations will need to inform individuals about data breaches that could adversely affect them without undue delay. They will also have to notify the relevant data protection supervisory authority;
- better enforcement of data protection rights through improved administrative and judicial remedies in cases of violations;
- increased responsibility and accountability for those processing personal data – through data protection risk assessments, data protection officers, and the principles of ‘data protection by design’ and ‘data protection by default’ [17].

References:

1. Article 2.1 of the REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). - OJ L 119, 4.5.2016, p. 1–88.
2. Art. 4 of the REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). - OJ L 119, 4.5.2016, p. 1–88.
3. Article 5 of the REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). - OJ L 119, 4.5.2016, p. 1–88.
4. Article 6 of the REGULATION (EU) 2016/679 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 27 April 2016 on the protection of

natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation). - OJ L 119, 4.5.2016, p. 1–88.

5. Article 63 of the Directive (EU) 2016/680 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data by competent authorities for the purposes of the prevention, investigation, detection or prosecution of criminal offences or the execution of criminal penalties, and on the free movement of such data, and repealing Council Framework Decision 2008/977/JHA. - OJ L 119, 4.5.2016, p. 89–131.

6. Charter of fundamental rights of the European Union [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1414076623450&uri=CELEX:12010P> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

7. Charter of fundamental rights of the European Union, art. 7 [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1414076623450&uri=CELEX:12010P> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

8. Convention for the Protection of Human Rights and Fundamental Freedoms [Electronic source] / Excess mode: http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_ENG.pdf (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

9. Convention for the Protection of Individuals with regard to Automatic Processing of Personal Data [Electronic source] / Excess mode: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=0900001680078b37> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

10. Digital Single Market. Bringing down barriers to unlock online opportunities [Electronic source] / Excess mode: http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market_en (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

11. Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council of 12 July 2002 concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector (Directive on privacy and electronic communications) [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1414072277428&uri=CELEX:32002L0058> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

12. Directive 2002/58/EC concerning the processing of personal data and the protection of privacy in the electronic communications sector and Regulation (EC) No 2006/2004 on cooperation between national authorities responsible for the enforcement of consumer protection laws [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32009L0136> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

13. Directive 2009/136/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 amending Directive 2002/22/EC on universal service and users' rights relating to electronic communications networks and services [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32009L0136> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

14. Directive (EU) 2016/680 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data by competent authorities for the purposes of the prevention, investigation, detection or prosecution of criminal offences or the execution of criminal penalties, and on the free movement of such data, and repealing Council Framework Decision 2008/977/JHA [Electronic source] / Excess mode: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ%3AJOL_2016_119_R_0002 (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

15. Explanatory Report to the Convention for the Protection of Individuals with regard to Automatic Processing of Personal Data [Electronic source] / Excess mode: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016800ca434> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

16. How does the data protection reform strengthen citizens' rights? [Electronic source] / Excess mode: http://ec.europa.eu/justice/data-protection/document/factsheets_2016/factsheet_dp_reform_citizens_rights_2016_en.pdf (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

17. Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data (General Data Protection Regulation) [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:52012PC0011> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

18. Protection of personal data, building European area of justice [Electronic source] / European Commission official website. – Excess mode: <http://ec.europa.eu/justice/data-protection/> (Last accessed: 14.11.2017). – Title from the screen.

19. Regulation (EC) No 45/2001 of the European Parliament and of the Council of 18 December 2000 on the protection of individuals with regard to the processing of personal data by the Community institutions and bodies and on the free movement of such data [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1414072670568&uri=32001R0045>.

20. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing directive 95/46/EC (General Data Protection Regulation)) [Electronic source] / Excess mode: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>