

ODESA ВІСНИК
NATIONAL UNIVERSITY ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
HERALD УНІВЕРСИТЕТУ
Volume 19. Issue 4. 2014 Том 19. Випуск 4. 2014
SERIES СЕРІЯ
ECONOMY ЕКОНОМІКА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ISSN 2304-0920

ВІСНИК ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія: Економіка

Науковий журнал
Виходить 4 рази на рік
Серія заснована у липні 2006 р.

Том 19. Випуск 4. 2014

Одеса
2014

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
Odesa I. I. Mechnikov National University

ISSN 2304-0920

ODESA NATIONAL UNIVERSITY HERALD

Series: Economy

Scientific journal

Published four times a year

Series founded in July, 2006

Volume 19. Issue 4. 2014

Odesa

2014

Засновник: Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Редакційна колегія журналу:

І. М. Коваль (*головний редактор*), **О. В. Запорожченко** (*заступник головного редактора*), **В. О. Іваниця** (*заступник головного редактора*), **Є. Л. Стрельцов** (*заступник головного редактора*), **С. М. Андрієвський**, **Ю. Ф. Ваксман**, **В. В. Глебов**, **Л. М. Голубенко**, **Л. М. Дунаєва**, **В. В. Заморов**, **В. Є. Круглов**, **В. Г. Кушнір**, **В. В. Менчук**, **О. В. Сминтина**, **В. І. Труба**, **О. В. Тюрин**, **Є. А. Черкез**, **Є. М. Черноіваненко**

Редакційна колегія випуску:

О. В. Горняк, д-р екон. наук (*науковий редактор*), **А. Г. Ахламов**, д-р екон. наук, **Л. М. Алексєєнко**, д-р екон. наук, **В. Д. Базилевич**, д-р екон. наук, **Б. І. Валуєв**, д-р екон. наук, **Л. Х. Доленко**, канд. екон. наук, **В. І. Захарченко**, д-р екон. наук, **Г. М. Давидов**, д-р екон. наук, **А. П. Наливайко**, д-р екон. наук, **О. В. Садченко**, д-р екон. наук, **З. М. Соколовська**, д-р екон. наук, **А. О. Старостіна**, д-р екон. наук, **В. М. Степанов**, д-р екон. наук, **С. А. Циганов**, д-р екон. наук, **В. М. Мельник**, д-р екон. наук, професор, **С. О. Якубовський**, д-р екон. наук, **Олег Курбатов**, д-р менеджменту (Університет Париж-Північ XIII), **Ян Чемпас**, д-р економіки (Економічний університет в Катовіцах), **Л. А. Родионова**, к.э.н., доцент кафедри статистических методов Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва), **І. А. Ломачинська**, канд. екон. наук (*відповідальний редактор*)

Editorial board of the journal:

I. M. Koval (*Editor-in-Chief*), **O. V. Zaporozhchenko** (*Deputy Editor-in-Chief*), **V. O. Ivanytsia** (*Deputy Editor-in-Chief*), **E. L. Streltsov** (*Deputy Editor-in-Chief*), **S. M. Andrievsky**, **Yu. F. Vaksman**, **V. V. Glebov**, **L. M. Golubenko**, **L. M. Dunaeva**, **V. V. Zamorov**, **V. E. Kruglov**, **V. G. Kushnir**, **V. V. Menchuk**, **O. V. Smyntyna**, **V. I. Truba**, **O. V. Tyurin**, **E. A. Cherkez**, **E. M. Chernoiivanenko**

Editorial board of the series:

O. V. Gornyak, **A. G. Ahlamov**, **L. M. Alekseienco**, **V. D. Bazylevich**, **B. I. Valuev**, **L. H. Dolenko**, **V. I. Zaharchenko**, **G. M. Davydov**, **A. P. Nalyvaiko**, **O. V. Sadchenko**, **Z. M. Sokolovska**, **A. O. Starostina**, **V. M. Stepanov**, **S. A. Tsyganov**, **V. M. Melnyk**, **S. O. Yakybovskiy**, **Oleg Curbatov**, **Jan Czempas**, **L. A. Rodionova**, **I. A. Lomachynska**

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

СКОРОХОД І. П., ТОЛПИГІНА Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВИ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	6
--	---

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ДАНИЛЬЧЕНКО Р. В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ ТА МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	11
КАРМИШКІН Ю. А. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	18
НІКОЛАЄВ Ю. О. КЛАСТЕРНА КОНЦЕПЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СТАРОПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ КИТАЮ.....	27
ПРОКОФ'ЄВА Г. С. РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРІВ І МЕРЕЖ.....	35
ПУГАЧОВА І. М. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ	41

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

АЛДАНЬКОВА Г. В. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	48
АРШЕВСЬКА М. В., ШЛЕБАТ АЛ-ХАКІМА СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	55
ГОРНЯК О. В. СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У ГЛОБАЛІЗОВАНИЙ ЕКОНОМІЦІ.....	60

РОЗДІЛ 4

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

ВАНІЄВА А. Р. МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЕВИМИ ТРАНСФОРМАЦІЯМИ.....	66
ГУДЗЕНКО І. С. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	70
ДРАГАН О. О. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ.....	77
ЛОМАЧИНСЬКА І. А. ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕДСТАВНИЦТВ ІНОЗЕМНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ.....	85

РОЗДІЛ 5

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

PODVYSOTSKA T. O. MATHEMATICAL MODELS FOR HEALTH CARE REFORMS EFFICIENCY ESTIMATION IN CIS AND CEE COUNTRIES.....	92
МАТВИЙЧУК А.В., СКНАР И.И. ВЫБОР ФОРМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ДАННЫХ БИОЛОГИЧЕСКИ ПОДОБНОЙ НЕЙРОННОЙ СЕТИ.....	98

НАШІ АВТОРИ.....	104
------------------	-----

РОЗДІЛ 1

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 339.923

Скороход І. П.
Толпигіна Н. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ФУНКЦІЙ ДЕРЖАВИ В СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Статтю присвячено особливостям становлення та формування функцій держави в сучасних соціально-економічних умовах. Досліджено загальні положення теорії держави від класиків економічної теорії до сучасності.

Ключові слова: національна економіка, державне втручання, ефективна держава, економічна діяльність держави.

Постановка проблеми. В результаті процесу бурхливого розвитку виробництва, та, як наслідок, появи монополій в кінці XIX ст., ринок вже не в змозі контролювати економічні процеси, а, отже з'являється необхідність державного втручання в господарську діяльність. Одними з перших, хто запропонували теорію, яка є спробою пояснити постійні зміни в поглядах на роль держави в економіці, були представники меркантилізму, які ще у XVII ст. відстоювали позицію, що держава повинна відігравати активну роль у розвитку торгівлі та промисловості. В подальшому значний теоретичний і практичний вклад у розвиток даної наукової проблеми вніс Дж. М. Кейнс, починаючи з якого ідея державного втручання в економіку не піддається сумніву. Разом із цим, сучасний розвиток господарських процесів супроводжується трансформацією поглядів щодо економічної ролі держави, що й обумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням трансформації функцій держави присвячено досить багато наукових праць. Зокрема серед науковців зі світовим ім'ям, які внесли значний вклад у дослідження даної проблеми, слід відзначити Р. Гаслера, Дж. М. Кейнса, Л. Ерхардта, В. Ойкена, Дж. Стігліца, Л. Якобсона й інш., серед українських – В. Базилевича, А. Гальчинського,

М. Михальченко, С. Мочерного, О. Соскіна, А. Філіпенко, А. Чухно й інш.

Мета дослідження – аналіз зародження та розвитку теоретичних основ щодо визначення функцій держави в економічній теорії, поглиблений розгляд особливостей цих функцій на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. Сутність держави в сучасному розумінні розкривається і реалізується в її взаємодії із суспільством. Що і як держава робить для впорядкування та вдосконалення суспільної, колективної та приватної життєдіяльності людей характеризується поняттям «функції держави». Слово «функція» походить від лат. «fundiy» й означає – виконання, обов'язок, коло діяльності. Сучасні держави світу виконують політичну, соціальну, міжнародну та економічну функції, які відносяться до основних.

З розвитком економічних відносин, та частково у відповідь на теорію меркантилістів А. Сміт у роботі «Дослідження про природу та причини багатства народів» [1], обстоював думку про обмеження ролі уряду та в зв'язку з цим, удосконалення функцій держави, для подолання цього недоліку ринкової економіки. Він намагався в своїх працях, показати, як конкуренція та мотив особистої вигоди стимулюють людей, що переслідують власні цілі, служити інтересам суспільства,

чинник особистої вигоди спонукає людей пропонувати товари, на які існує попит. За його теорією в умовах конкуренції виживають тільки ті, які виробляють товари за найнижчими цінами.

А. Сміт та його ідеї, мали вплив як на теорію держави, так на економістів, які займалися питаннями теорії та практики. Наприклад, Дж. Стюарт Міль розробив доктрину, яка дістала назву «природна свобода», за якою втручання уряду в справи приватного сектора повинні бути дуже обмеженими. Інститут ринку є самодостатнім та саморегульованим [2, с. 12]. Втручання, будь-якого характеру призводить до порушення його функціонування та як наслідок – економічні кризи.

У другій половині XIX століття почався процес зміни поглядів про необмежену конкуренцію і вільний від втручання держави ринок. Поява корпоративних форм підприємницької діяльності призвело до того, що теорії вільної конкуренції зазнали трансформацію функцій. Теорія Дж. М. Кейнса виникла в 30-х роках XX ст. та викладена в його головній праці «Загальна теорія зайнятості, процента і грошей» [3] (1936 р.), яка широко застосовувалася країнами світу в практиці регулювання національної економіки. Попередники Кейнса доводили, що соціально-економічна наука базувалася на тому, що конкурентний механізм, тобто попит і пропозиція відновлюють «рівновагу», вирівнюють зайнятість, держава не повинна втручатися. Дж. М. Кейнс довів, що потрібне цілеспрямоване втручання держави. «Кейнсіанська революція» спростувала принцип «Laissez Faire» та позначила швидку трансформацію усієї усталеної системи колишніх поглядів [4].

У 50-70-ті роки минулого століття державне втручання в економіку базувалося на значному секторі державних фінансів, найважливішим чинником якого виступали податки. Їх регульовальна функція, яку використовували як інструмент перерозподілу ВВП, відбивала загальний екстенсивний підхід до державного втручання в економіку. В кінці 1990-х рр. відбулася відмова від екстенсивного розширення державного втручання та увага акцентується на використанні ринкових

механізмів регулювання діяльності та стимулювання конкурентних відносин.

Друга половина XX ст. характеризується тим, що в більшості країн світу до числа основних стала входити економічна функція держави. Тепер держава активно втручається в економіку, визначає темпи і напрями її зростання, встановлює пропорції між окремими її галузями. Економічна функція держави націлена на створення соціально орієнтованої ринкової економіки, має антикризовий характер. Вона захищає права та інтереси громадян – вкладників, акціонерів, споживачів, не допускає до участі у ринку несумлінних контрагентів. Держава приймає антимонопольне законодавство, здійснює ліцензування виробництва багатьох видів товарів широкого вжитку та торгівлі даними товарами, здійснює контроль над експортом та імпортом товарів, стимулює розвиток пріоритетних галузей тощо.

Ще однією функцією держави є забезпечення зовнішніх умов функціонування економіки. Держава виконує функцію захисту країни та охороняє економічний простір країни. Вона інтегрує суспільство та забезпечує відносну стабільність в умовах його соціальної, класової, майнової диференціації. Держава виступає активним суб'єктом економічних відносин, узявши на себе деякі економічні функції. Вона дедалі активніше втручається у господарське життя з метою перешкодити негативним тенденціям, що виникають у ринковій економіці.

Сукупність перелічених аспектів актуалізує проблематику співвідношення держави та економіки, викликаючи обґрунтований інтерес представників економічної науки до дослідження основ діяльності держави у сфері економіки на сучасному етапі. Глибоке, всебічне дослідження та розкриття корінних рис і особливостей цієї діяльності дозволяє виробити науково обґрунтовані форми та стандарти державного впливу на економіку. Отже, наукова розробка питань економічної діяльності сучасної держави є однією з найактуальніших проблем економічної науки.

Пол А. Самуельсон [5], яскравий представник цього напрямку економічної теорії,

здобув освіту в Чиказькому та Гарвардському університетах, був засновником факультету «економікс» Массачусетського технологічного інституту, є першим американським лауреатом Нобелівської премії з економіки, консультантом Конгресу та Президента США. Його вважають одним з найвпливовіших економістів-теоретиків ХХ ст., аналізуючи механізми ринкової економіки, її здатність до саморегулювання з неокласичних позицій, він указує на те, що, крім функцій забезпечення ефективності та справедливості, держава має здійснювати також і макроекономічне регулювання стабільності за методом Кейнса та його послідовників. На думку економіста, ринковий механізм визначає ціни та обсяги виробництва, а держава регулює ринок з допомогою податків, державного субсидування та інших економічних методів.

Узагальнюючи функції держави П. Самуельсон [5] ділить їх на три сегменти.

1) Ефективність: діючий механізм допускає збої в регулюванні економіки, що зумовлює зниження її ефективності. В таких умовах уряд має вдосконалювати механізм господарювання з метою усунення причин спаду виробництва.

2) Справедливість: навіть в умовах ефективної ринкової не завжди справедливий розподіл благ серед різних верств населення. Тому держава повинна здійснювати справедливую соціальну політику усіх громадян країни, має удосконалювати фіскальну і бюджетну систему.

3) Стабільність: держава має попереджувати руйнівні економічні кризи, забезпечити поступальний розвиток економіки і на цій основі домогтися соціальної та політичної стабільності у суспільстві.

Отже, основними завданнями сучасної держави в ринковій економіці є:

- формування законодавчої бази для регулювання економічних процесів;
- забезпечення динамічних темпів розвитку економіки підвищення їх ефективності;
- соціальний захист усіх верств населення;
- раціональне регулювання природоохоронних процесів і використання природних ресурсів;

– сприяння розвитку зовнішньоекономічних відносин;

– досягнення соціальної, економічної і суспільної стабільності у суспільстві.

Розширення економічних функцій держави пройшло три етапи. Початок першого етапу пов'язаний з Першою світовою війною. Він тривав до Великої депресії 1929-1933 рр. Для цього етапу характерним є те, що держава починає активно втручатися у регулювання економічних процесів, намагаючись обмежити монополістичні тенденції, створюючи державний сектор в економіці. Але втручання обмежується галузями військового виробництва.

Другий етап – це економічна криза 1929-1933 рр. Це період формування системи постійної та активної участі держави в управлінні ринковим механізмом. Відбувається становлення державних заходів антициклічного регулювання економіки, а також елементів планування. Така політика одержала вираження у збільшенні державної сектору власності, зростанні державного бюджету, що став використовуватися не тільки на фінансування держапарату, а й для утримання державної та приватної діяльності [6].

На відміну від попереднього третій етап характеризується тим, що антициклічна політика доповнюється системою заходів для стимулювання темпів економічного росту, держава більш активніше бере участь у розвитку основних галузей промисловості та створенні економічної і що дуже важливо, соціальної інфраструктури.

Посилення державного втручання в економіку – такий причинний зв'язок досить чітко виявляється впродовж усіх етапів еволюції економічних функцій держави. Можливо також простежити специфічний взаємозв'язок при переході до політики «ефективної держави».

Перехід у сучасному світі до політики «ефективної держави» – це приклад порушення «балансу інтересів» під впливом тенденцій глобалізації та інтернаціоналізації світового економічного простору. Процес глобалізації, що відбувається, виявляється у тому, що ті елементи, які тривалий час вважалися досягненнями

і винятковим привілеєм соціалістичного устрою, присутні в капіталістичних країнах із соціально орієнтованою ринковою економікою.

Трансформаційні проблеми економіки наприкінці ХХ ст. зробили дослідження ролі та функцій держави дуже актуальними, особливо в контексті реформ та структурних зрушень в економічній системі. Формуються два напрями про роль держави в період соціально-економічних змін: перший – акцентує увагу на необхідності розширення та поглиблення державного втручання в економічний процес; другий – обґрунтовує негатив впливу такого втручання на темпи соціально-економічного розвитку.

Прихильники першого напрямку для обґрунтування необхідності активної позиції держави використовують такі аргументи: закон Вагнера, який свідчить про те, що активна роль держава в процесі розподілу ВВП має об'єктивний характер, цей процес не пов'язаний з специфікою перехідного періоду, а ускладнення економічних та соціальних функцій держави призводить до збільшення державних видатків у ХХ ст. Теоретики другого напрямку приділяють увагу на необхідності державного втручання у кризові періоди. Вони вважають, що зростання ролі держави у формуванні інституційних засад ринкової економіки. Це – так звана концепція наздоганяючого розвитку, яка виявляє закономірності перетворень у країнах, що здійснюють прорив у розвитку з метою наближення свого рівня розвитку до рівня розвинених країн.

Основними аспектами цієї концепції є питання пов'язанні з труднощами адаптації та використання досвіду розвинутих країн при спробах здійснення глибоких структурних реформ.

У наздоганяючому суспільстві виділяють негативний і позитивний моменти діяльності держави: негативний полягає в усуненні перешкод до економічного зростання, позитивний – у створенні інститутів, що забезпечують економічне зростання, а також у прямій участі держави в економічному житті. Негативні та позитивні моменти діяльності держави розглядаються як необхідні елементи для до-

сягнення заданої мети. Якщо порівняти ці аспекти для країн-піонерів економічного зростання і країн наздоганяючого розвитку, то набір заходів негативного аспекту діяльності держави є цілком зіставним, а позитивна роль істотно розрізняється за розв'язання схожого кола завдань.

У становлення та формування ринкових відносин, особливо для країн пострадянського простору, коли основи вільного підприємництва, вільної конкуренції ще не сформувались, роль державного регулювання економіки та держави повинна бути активною та науково вивіреною. Оптимальне поєднання державних важелів та принципів ринкової економіки дає змогу забезпечити розвиток країни в період трансформації соціально-економічних відносин. Держава акцентує управління на вирішенні проблем соціально-економічного та культурного розвитку суспільства на основі економічного зростання. При цьому застосовуються сучасні методи управлінської діяльності, які відповідають стану соціально-економічного розвитку; підвищується професійний рівень працівників державного апарату, втілюються інноваційні управлінські технології.

Висновки. Необхідність державного регулювання економіки є складовою еволюції організаційних форм суспільства, цей процес супроводжується розвитком економічних функцій держави. Виникнення і розвиток економічних функцій держави – це результат розвитку продуктивних сил і об'єктивних суспільних потреб. Це підтверджується практичним досвідом державного регулювання економіки у різних країнах.

Економічна діяльність держави у більшості держав сучасного світу широка і багатогранна. Розширення й активізація економічних дій держави є практичним вираженням загально-еволюційного процесу розвитку і соціалізації економічних процесів. Виникнувши під час еволюційного розвитку суспільних відносин як відповідь на зміну ролі людини у структурі виробництва і зміни відносин, що відбулися за цим, у системі координат «особистість» – «економіка» – «право» – «держава» під впливом глобальних змін у світі держава сама по собі стала важ-

ливим детермінантом економічного розвитку світу.

У сучасній проблематиці місця держави спостерігаються дві протилежні тенденції – до звуження і розширення її функцій. Глобалізаційні процеси, бурхливий рух транснаціонального капіталу дедалі більшою мірою обмежує свободу дій

держави в економічній сфері, що змушує її перебудовувати стратегії соціального захисту, переглядати та деталізувати її функції заради збереження конкурентоспроможності, все це зумовлює інтерес до поглибленого вивчення процесу трансформації функцій держави в сучасному соціально-економічному середовищі.

Список літератури:

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит (пер. с англ.), отв. ред. Л. И. Абалкин. – М.: Наука, 1993. – 570 с.
2. Тарасова С. Экономическая теория благосостояния / С. Тарасова. – М., 2001. – 223 с.
3. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Кейнс Дж. М. – М.: Эконом, 1992. – Т. 2. – 486 с.
4. Гасслер Р. С. Государство благосостояния: теория и практика / Роберт Скот Гасслер // Политический журнал – 21 июня 2004. – № 21(24) – С. 34-52.
5. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон. – М.: НПО «Алгон», 1993. – 336 с.
6. Меленюк В. О. Вдосконалення механізмів державного регулювання соціального розвитку України // Економіка та держава. – 2009. – № 2. – С. 103-106.

**Скороход И. П.
Толпигина Н. В.**

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ФУНКЦИЙ ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Резюме

Статья посвящена особенностям становления и формирования функций государства в современных социально-экономических условиях. Описаны общие положения теории государства от классиков экономической теории до современного этапа.

Ключевые слова: национальная экономика, государственное вмешательство, эффективное государство, экономическая деятельность государства.

**Skorohod I. P.
Tolpygina N. V.**

Odessa I. I. Mechnikov National University

FEATURES OF TRANSFORMATION FUNCTIONS OF THE STATE IN THE CONTEMPORARY SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS

Summary

The article is devoted features of formation and the formation of the state's functions in the contemporary socio-ekonomicheskikh conditions. Describes the general state of the theory of classical economic theory to the modern stage.

Keywords: national economy, government intervention, effective state, economic activities of the state.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 633.1:338.439.5 (477)

Данильченко Р. В.

Миколаївський національний аграрний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ ТА МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розглянуто сучасний стан зернового ринку в Україні та Миколаївській області. Проведено системний аналіз зерновиробництва та його перспектив за природно-кліматичними зонами області. Проаналізовано кон'юнктуру сучасного ринку зерна, окреслено його подальший розвиток.

Ключові слова: аграрний ринок, інфраструктура зернового ринку, зерновиробництво, продовольча безпека, зернова логістика.

Постановка завдання. Світова економічна криза, економічна криза в Україні потребують негайного вирішення цілого ряду питань, особливо це стосується аграрного сектору країни. Найважливішим завданням сільського господарств є забезпечення населення продовольством, а підприємства переробної промисловості сировиною.

Перехід до ринкових принципів господарювання, розпочаті реформи в економіці створили умови для перебудови всієї системи аграрного господарювання та стали поштовхом до розвитку агропромислового ринку.

Зерновий ринок – основа, ядро розвитку аграрної економіки та агропродовольчого ринку. Саме тому стан ринку зерна є індикатором економічних реформ, що проводяться в країні та один із найважливіших показників їх якості. Ринок зерна найбільш чітко відображає загальні закономірності розвитку товарного аграрного ринку, він увібрав в себе всі елементи ринкових відносин, тому його можна розглядати як модель ринків іншої сільськогосподарської продукції.

Метою дослідження є визначення основних напрямів ефективного функціонування ринку зерна в Миколаївській області.

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Проблеми розвитку зернового ринку

України знайшли своє відображення у роботах вітчизняних вчених-економістів таких як М.Д. Безуглий, С.М. Кваша, П.Т. Саблук, Ю.Я. Лузан, О.М. Шпичак та ін. Проте певні аспекти розвитку і функціонування регіональних та обласних ринків зерна потребують подальшого дослідження.

Виклад основного матеріалу. Аграрні реформи, що відбуваються в нашій країні, продовять в досить складних соціально-економічних умовах. Безумовно, це не могло не відобразитися на зерновиробництві. Період ринкових перетворень вніс суттєві як якісні, так і кількісні зміни як у зернове господарювання так і у формування та функціонування зернового ринку.

Проблема формування та функціонування регіонального ринку зерна не є новою. Багато вчених приділяли увагу цьому питанню. Основна їх маса вважає, що вирішення питання знаходиться у площині державного регулювання цього сегменту продовольчого ринку. Проте не варто ототожнювати поняття економічного механізму функціонування ринку в цілому та економічного механізму державного регулювання цього ринку.

Серед ринків аграрної продукції зерновий ринок займає особливе місце [1]. Це найбільш важливий та великий сегмент вітчизняного продовольчого ринку.

Його значимість визначається не тільки обсягами та швидкістю товарооберту, обсягами матеріально-фінансових ресурсів, що задіяні у виробництві та розподілі. Насамперед, основна причина значимості – особлива роль хліба. Це – найбільш соціально значимий та незамінний повсякденний продукт харчування. Саме тому ринок зерна це складна економічна система, яка охоплює сукупність економічних відносин між суб'єктами ринку.

Про унікальність зернового ринку та його важливість говорять наступні факти.

По-перше, зерновий ринок – основа всього агропродовольчого ринку. Зерновиробництво – найбільша галузь сільськогосподарського виробництва. Вона ж головною в рослинництві та основою для розвитку тваринництва. Від розвитку зернової галузі у великій мірі залежить функціонування інших ринків, життєвий рівень та забезпеченість населення продуктами [1].

По-друге. Зерно – основа економіки як регіону так і окремого господарства. Його використовують для виготовлення значної кількості продуктів харчування та воно є основою харчового раціону тварин, основним компонентом комбікормів.

По-третє. У всіх регіонах країни, будь-якої пори роки, попит на зерно залишається стійким. Це говорить про ліквідність даної сільськогосподарської продукції. Зерно має гарну транспортність та рівень зберігання, тому створюється можливість формувати державні стратегічні запаси. Крім того зерно – експортна продукція, за рахунок якої держава може досягти стабільності національної валюти.

Четверте. Зернова галузь слугує індикатором продовольчої безпеки країни. За рівнем виробництва зерна (в цілому та душу населення), запасам зерна, стану зерновиробництва та ринку зерна можна робити висновки про ефективність функціонування економіки АПК в цілому.

Проаналізувавши теоретичні аспекти формування та розвитку ринку дозволяють стверджувати, що протягом формування в нашій державі ринкових відносин відбулася переоцінка саморегулюючого потенціалу ринку на фоні недооцінення

можливостей державного регулювання. Тому сьогодні стоїть актуальне питання визначення необхідності державного регулювання зернового ринку та розроблення принципів та механізмів регулювання, які відповідали б сучасній ситуації та враховували особливості ринку зерна.

Основними протиріччями зернового ринку є: вимоги ринку та можливості зерновиробництва, структура товарної пропозиції зерна та асортимент попиту на зернову продукцію, собівартість зернової продукції та ціна реалізації зерна тощо. Ці особливості та протиріччя обумовлюють об'єктивну необхідність регулювання ринку зерна державою. В той же час форми та рівень державного впливу повинні визначатися сучасними умовами виробництва та реалізації зернової продукції, рівнем його значимості для соціально-економічного розвитку держави.

Беззаперечним залишається факт значимості зерна та зерно продуктів для продовольчої безпеки держави, тому саме цим і визначається необхідність впливу держави на розвиток зернової галузі та зернового ринку. Основними функціями держави в даному питанні повинні стати регулювання економічних відносин між партнерами ринку, сприяння вирівнюванню дохідності товаровиробників, що працюють в різних природно-економічних умовах, захист інтересів виробників від монопольних постачальників засобів виробництва тощо.

Однак, як показують дослідження, на сьогодні роль держави щодо питання регулювання зернового ринку та підтримки зерновиробництва залишається на недостатньому рівні. Це пов'язане з тим, що перехід до ринкових відносин відбувався стихійно, і велика кількість науковців та керівників держави увірували у всемогутність саморегулюючої функції ринку, що стало причиною фактично самоусунення держави від питань регулювання ринку.

Підтверджуючи стратегічне значення зерна для нашої держави, необхідність пріоритетного розвитку зерновиробництва, у 2002 році було прийнято закон «Про зерно та ринок зерна в Україні». Тим сама, держава взяла на себе зобов'язання

у сприянні стабільного розвитку та функціонування ринку зерна [2].

Гарантія цивілізованого руху зерна, прозорості ринкової інфраструктури, погашення негативних наслідків коливань цін на зерно, підвищення рівня рентабельності та стимулювання виробництва зерна і зерно продуктів закладено в Указі Президента України «Про невідкладні заходи щодо стимулювання виробництва та розвитку зерна» [1, 3].

У державній програмі «Зерно України 2015» обумовлено аграрну політику стосовно створення умов для ефективного функціонування ринку зерна.

Паралельно з прийняттям Програми «Зерно України 2015» передбачається розробка і впровадження низки підзаконних актів [4]: про державну і регіональну програми цільового розвитку зернового господарства; про встановлення паритетності цін на зерно та матеріально-технічні ресурси для зернового господарства; про стимулювання якості зерна та впровадження нових прогресивних технологічних процесів у вирощуванні, зберіганні, переробці і використанні зерна [4].

На сьогодні ринок зерна продовжує формуватися в Україні. Продовжується створення інфраструктури ринку, нині в цілому по країні створено значну кількість бірж, агроторгових домів, оптових продовольчих та плодоовочевих ринків, аукціонів живої худоби та птиці, кредитних спілок, обслуговуючих кооперативів, заготівельних пунктів тощо. Однак, на жаль, на рівні регіонів такі структури існують практично формально [2].

Приділяється увага також безпосередньо зерновиробництву. Спостерігається зростання виробництва зерна в Україні, в тому числі за рахунок підвищення урожайності, а також через зміни у структурі посівів.

В середньому за 2004-2007рр. щорічне виробництво зерна в країні становило 35,5млн.т, а за період 2008-2013рр. – 48,3 млн. т. (рис. 1). Середній обсяг експортних відвантажень в сезонах 2004-2007 рр. склав 9,4 млн. т, в сезонах 2008-2013 рр. – 20,7 млн. т. Найбільший урожай зерна зібрали у 2013р. – 57,1 млн. т, найгіршим був урожай у

2007 році (у зв'язку із вкрай несприятливими погодними умовами).

Значна частина вирощеного зерна в Україні йде на експорт, щорічні обсяги якого зростають. Так, у 2013 році було експортовано 51,6% всього вирощеного зерна. Наша держава впевнено увійшла в число топ-експортерів зерна у світі, крім того експерти прогнозують подальше зміцнення її позицій на зерновому світовому ринку. За обсягами експорту пшениці Україна займає шосте місце у світі, за ячменем – п'яте, за кукурудзою – четверте (поступаючись США, Аргентині та Бразилії). За обсягами експорту соняшнику та соняшникової олії, Україна займає перше місце у світі.

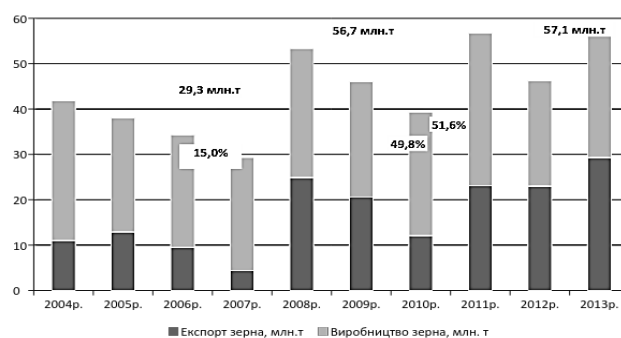


Рис. 1. Динаміка виробництва та експорту зерна в Україні*

* за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Продовжує розвиватися в Україні і інфраструктура зернового ринку. На кінець 2013 р. потужність сертифікованих зернових складів, яких нараховується 740, склала 31,1 млн. т, ще близько 12 млн. т приходить на несертифіковані склади. 620 елеваторів мають залізничне сполучення. В Миколаївській області нараховується 23 сетрифіковані елеватори, несертифікованих зерносклади – понад 1140 шт.

Значну потужну частину інфраструктури зернового ринку становлять порти. У Миколаївській області, безпосередньо у місті Миколаїв, розташовано 4 морських порти: Бунге, Нібулон, Миколаївський МТП, Ніка-Тера.

Номинальна потужність портів по перевалці зерна в Україні перевищує 44 млн. т. (табл. 1), однак за вирахуванням портів, що не працюють, максималь-

ний обсяг перевалки, що відповідає номінальній потужності становить 39 млн. т. Однак порти не були повністю завантажені. У 2012 році коефіцієнт завантаженості потужностей в середньому становив 67%. Найбільше були завантажені порти Одеської та Миколаївської областей, де завантаженість портів склала від 65% до 100%.

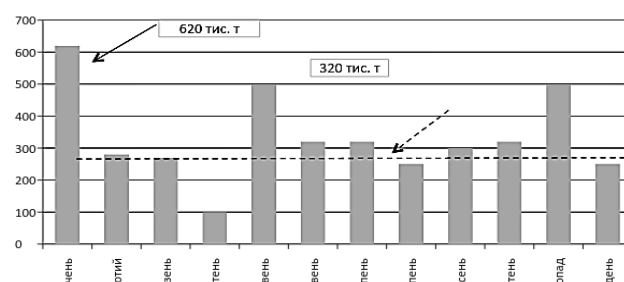
Аналізуючи дані рис. 2, можемо спостерігати, що фактичне завантаження миколаївських портів перевищує їх номінальну потужність. Так, пікова місячна перевалка зерна на Нібулоні прийшлася у 2012 році на січень місяць і становила 620 тис. т, середньорічний обсяг склав 320 тис. т. Загалом за рік було відвантажено 3800 тис. т, що на 27% перевищує номінальну потужність.

У Миколаївському морському торговельному порту пікова місячна перевалка склала 340 тис. т і прийшлася на травень, середньомісячна 224 тис. т. За 2012 рік було відвантажено 2700 тис. т, що перевищує номінальну потужність на 35%.

Більше 30% перевалки в Україні припадає на міжнародні компанії, звісно, що у перевалці домінують крупні зернотрейдери. У структурі експорту третій рік переважає кукурудза, її питома вага у експорті зерна склала 58%. Це пов'язане із збільшенням її виробництва та більшим'якого режиму експорту порівняно з іншими видами зерна. Питома вага ТОВ СП

«Нібулон» (Миколаївська область) у експорті зерна складає 11,5% від загальнодержавного обсягу. У 2013 р. кукурудзу експортували 381 компанія, пшеницю 211, ячмінь – 91 компанія. Перших 10 компаній цього списку експортують 59% всього зерна. На долю міжнародних трейдерів приходить близько третини експортних відвантажень зерна.

Порт Нібулон



Миколаївський МТП

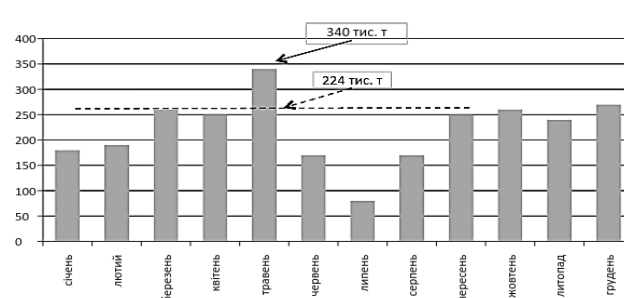


Рис. 2. Перевалка зерна портами Миколаївщини помісячно у 2012 р.*

* за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Таблиця 1

Характеристика морських портів по перевалці зерна у 2013 р.*

Порт/термінал	Обсяг одночасного зберігання, тис. т	Річна потужність, млн. т	У% до підсумку	
			Обсяг одночасного зберігання, тис. т	Річна потужність, млн. т
Одеський МТП	340	6000	14,2	13,6
ТИС (Южний)	290	4800	12,1	10,9
Ільїчівський МТП	200	4000	8,4	9,1
Бунге (Миколаїв)	140	4000	5,9	9,1
Авліта (Севастополь)	170	3500	7,1	7,9
Ільїчівський СРЗ	120	3500	5,0	7,9
Нібулон (Миколаїв)	130	3000	5,4	6,8
Бруклін-Київ	240	3000	10,1	6,8
Боріваж (Южний)	130	2000	5,4	4,5
Миколаївський МТП	170	2000	7,1	4,5
Ніка-Тера (Миколаїв)	140	2000	5,9	4,5
Херсонський МТП	120	1200	5,0	2,7
Інші	198	5140	8,3	11,6
Разом	2388	44140	100,0	100,0

* за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Белике значення для розвитку і функціонування зернового ринку в області має безпосередньо наповненість ринку продукцією, тобто розвитку зерновиробництва. Займаючи близько 4,1% території всієї держави, Миколаївська область виробляє в середньому за досліджуваний період 4,4% всіх зернових, при цьому частка пшениці становить 5,2%, а частка ячменю – 6,6% (в середньому).

Серед чотирьох областей, що включені до Причорноморського економічного ра-

йону (Автономна республіка Крим, Одеська, Херсонська та Миколаївська області), у 2012 році господарствами області було вироблено четверту частину всього зерна. Найбільша питома вага за даним показником була у 2010 році і становила 27,3%.

Протягом 2010-2012 рр. сільськогосподарськими підприємствами Миколаївської області було зібрано в середньому 2035,7 тис ц зерна. Найбільший урожай спостерігався у 2011 році і становив 2628,1 тис ц. У 2012 році під зерновими

Таблиця 2

**Питома вага Миколаївської області у виробництві зерна
по Україні та Причорноморському регіоні***

Миколаївська область у % до	Роки						Відхилення 2012 р. від	
	1995	2000	2005	2010	2011	2012	1995р.	2011р.
Причорноморського економічного району	24,1	19,5	24,7	27,3	25,7	25,0	0,9	-0,7
України – всього	4,9	3,8	4,6	5,6	4,6	2,8	-2,1	-1,9
по пшениці	6,7	5	5	6,1	5,4	2,7	-4,0	-2,7
по ячменю	3,8	3,8	6,5	10,4	9,7	5,5	1,7	-4,2

* за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Таблиця 3

**Концентрація виробництва зерна за природно-кліматичними зонами
Миколаївської області***

Показники	Північна		Центральна		Південна	
	2011 р.	2012 р.	2011 р.	2012 р.	2011 р.	2012 р.
Посівні площі зернових, тис га	461	412,5	221,4	184,4	242,8	187,9
у% до загального по області	49,8	52,6	23,9	23,5	26,2	23,9
Валовий збір, тис т	1421	791	594,3	227	612,8	260,2
у% до загального по області	54,1	61,9	22,6	17,8	23,3	20,4
Урожайність зернових, ц з 1 га	30,8	19,2	26,8	12,3	25,2	13,8
у% до загального по області	108,5	117,7	94,5	75,6	88,9	85,0
Кількість сільськогосподарських підприємств, од.	233	219	117	118	105	134
у% до загального по області	51,2	46,5	25,7	25,1	23,1	28,5
Середньооблікова чисельність працівників, зайнятих у сільгоспвиробництві, осіб	7569	7111	3387	3244	5624	7441
у% до загального по області	45,7	40,0	20,4	18,2	33,9	41,8

* за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

Таблиця 4

**Економічні результати виробництва зернових культур
за природно-кліматичними зонами області***

Природно-кліматичні зони області	Собівартість 1 ц, грн		Ціна реалізації 1 ц, грн		Рівень рентабельності (збитковості), %	
	2011 р.	2012 р.	2011 р.	2012 р.	2011 р.	2012 р.
Північна	105,9	142,4	132,04	160,10	24,7	12,5
Центральна	108,6	165,1	133,21	156,77	22,7	-5,0
Південна	53,6	152,7	132,93	162,68	148,0	6,5
В цілому по області	86,8	149,8	132,72	159,85	53,0	6,7

* за даними Головного управління статистики в Миколаївській області

було зайнято 784,8 тис га сільськогосподарських угідь.

Найбільша концентрація виробництва зернових у Миколаївській області спостерігається у північній природно-кліматичній зоні (табл. 3), хоча це можна переважно пояснити більшими розмірами даної зони, яка нараховує більшу кількість адміністративних районів порівняно із іншими зонами. Проте природно-кліматичні та економічні умови найбільше сприяють виробництву зерна саме у північній зоні, про що свідчить щорічно значно нижчий показник собівартості виробництва зерна (табл. 4). Ціна реалізації зерна в даній підзоні дещо вища, ніж у інших, тому рентабельність виробництва зерна саме у північному районі області є найвищою.

Висновки. Миколаївська область має вдале географічне положення для розвитку і функціонування ринку зерна, адже річкове сполучення із Чорним морем надає області значних переваг. На сьогодні в області вже існує певна ринкова інфраструктура. Проте, багато питань залишаються невирішеними.

Зокрема, зі сторони держави для подальшого ефективного розвитку зернового ринку необхідно зосередитися на таких основних напрямках:

– створити ефективну систему податкового та митно-тарифного регулювання ринку зерна;

– створити систему моніторингу та прогнозу стану ринку, відшукування перспектив просування вітчизняного зерна та зерно продуктів на зовнішні ринки;

– вживання заходів, що стимулюють попит та пропозицію зерна;

– сприяти формуванню та функціонуванню інфраструктури ринку, вжити системних та програмних заходів щодо розвитку ринку зерна;

– вжити заходів захисту інтересів вітчизняних товаровиробників, особливо за здійснення експортної політики;

– посилювати науково-технічне та інформаційне забезпечення зернового ринку;

– забезпечити заходи формування прозорості ринку [4].

Основними тенденціями розвитку зернового ринку на найближчу перспективу буде: розвиток та домінування великих сільськогосподарських підприємств та агрохолдингів у зерновиробництві; концентрація сільгоспвиробництва; скорочення числа дрібних та середніх виробників зерна; зростання інтенсивності використання сільгоспугідь; використання нових технологій зерновиробництва; розвиток власної інфраструктури зберігання зерна товаровиробниками; домінування високорентабельної культури кукурудзи; вирівнювання сезонних коливань цін на зерно; чітка орієнтація на експортні ринки та пом'якшені форми державного регулювання у зовнішній торгівлі.

Список літератури:

1. Майстро С.В. Ринок зерна в Україні: сучасний стан та напрямки державного регулювання / С.В.Майстро, М.Г.Хірамагомедов // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/2/01.pdf>
2. Лавринчук О.В. Перспективи розвитку ринку зерна України / О.В. Лавринчук // [Електронний ресурс]: Режим доступу: www.magazine.faaf.org.ua/cjntent/view/1167/35/
3. Програма «Зерно України – 2015». – К.: ДІА, 2011. – 48 с.
4. Закон України «Про зерно та ринок зерна в Україні» від 04.08.2002р. № 37-IV // [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

Данильченко Р. В.

Николаевский национальный аграрный университет

ПЕРСПЕКТИВИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕРНА В УКРАИНЕ И НИКОЛАЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

Резюме

Рассмотрено современное состояние зернового рынка в Украине и Николаевской области. Проведен системный анализ зернопроизводства тай его перспектив по природно-климатическим зонам области. Проанализированы конъюнктуру современного рынка зерна, определены его дальнейшее развитие.

Ключевые слова: аграрный рынок, инфраструктура зернового рынку, зернопроизводство, продовольства безопасности, зерновая логістика.

Danilchenko R. V.

Mykolayiv State Agrarian University

GRAIN MARKET DEVELOPMENT PROSPECTS IN UKRAINE AND MYKOLAIVSKA REGION

Summary

Abstract. The current state of the grain market in Ukraine and Mykolaiv region. The systems analysis of grain production tie its prospects for the climatic zones of the region. Analyzed the situation of modern grain market, outlined its further development.

Keywords: agricultural market, infrastructure of the grain market, grain production, logistics of grain.

УДК 338.43:351.82

Кармишкін Ю. А.

Миколаївський національний аграрний університет

**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Обґрунтовано необхідність державної підтримки сільського господарства, раціонального розподілу державних коштів та контролю за результативністю державних інвестицій в аграрний сектор. Доведено, що державна підтримка має бути адресною, а її розподіл необхідно проводити диференційовано. Зазначена необхідність докорінної зміни системи пільгового кредитування, зокрема пропонується змінити строки виплат.

Ключові слова: державна підтримка, ефективність державної підтримки, диференційований підхід, адресна допомога, ефективність аграрного виробництва.

Постановка завдання. На сьогодні, в умовах світової кризи, сільське господарство нашої країни для поступального розвитку і стабільного функціонування потребує значних капіталовкладень. Проте у сучасних складних економічних умовах держава не в змозі надавати необхідну фінансову допомогу аграріям. Тому сьогодні, як ніколи, постає актуальне питання раціонального ефективного використання наданих субсидій. Для сільськогосподарських товаровиробників отримання державної підтримки та її ефективне використання – можливість стабілізувати свою діяльність та покращити економічний стан свого підприємства. Надання державної підтримки не повинно сприйматися аграріями як безоплатна допомога, яку можна використати як заманеться. Отримання державної підтримки – це велика відповідальність як перед працівниками підприємства, так і перед громадою та державою в цілому. Надання державою допомоги потребує від аграріїв певної віддачі, покращення умов існування сільських територій та зміцнення і підвищення ефективності аграрного сектору в цілому.

Метою дослідження є визначення раціонального рівня необхідної допомоги сільгоспвиробникам Миколаївської області та визначення критерію контролю за використанням державних коштів у сільськогосподарському виробництві.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Необхідність державного регулювання економіки взагалі та її аграрного сектору зокрема, нині підкрес-

люють багато сучасних вчених-економістів О.М. Бородіна, А.П. Макаренко, П.В. Маслак, С.В. Майстро, Ю.Я. Лузан, П.Т. Саблук та ін. Об'єктивну необхідність державної підтримки сільського господарства, як галузі, що неспроможна самостійно здійснювати відтворення та нагромадження, особливо в сьогоднішніх ринкових умовах підкреслюють в своїх працях такі вчені як Т.В. Калашнікова, М.Ю. Коденська, Т.І. Олійник, Н.В. Статівка, І.М. Титарчук, А.С. Шолойко та ін.

Глибоко поважаючи їхню працю, необхідно відмітити, що досі залишаються невирішеними ряд питань. Особливо це стосується проблеми визначення ефективності вкладення державних коштів у сільськогосподарське виробництво.

Виклад основного матеріалу. Низький рівень доходності аграрного виробництва, велика залежність його результатів від природно-кліматичних факторів, довготривалий період окупності вкладених коштів, постійне посилення диспаритету цін на сільськогосподарську та промислову продукцію тощо роблять аграрний сектор непривабливим для інвесторів. Однак, недооцінити важливість та значимість цієї сфери економічної діяльності неможливо, адже її результатом є не тільки забезпечення населення продовольством, а й задоволення потреб промисловості у сировині. Велике значення для стійкого розвитку сільських територій має розв'язання низки соціальних питань. Все це обумовлює необхідність інвестування держави у сільське господарство.

Як свідчить досвід держав з розвитку ринковою економікою, без ефективної системи державної підтримки, аграрний сектор країни не має жодних перспектив розвитку. Існуюча на сьогодні система субсидування сільського господарства є вкрай недосконалою – протягом тривалого періоду вливання в цей сектор економіки не приносить відчутних результатів. Найважливішою проблемою залишається невизначеність чіткої та обґрунтованої методики розподілу бюджетних коштів, як за різними напрямками розвитку аграрного сектору, так і за територіями чи підприємствами. Нині немає єдиної методики, за якої можна було би визначити планову потребу товаровиробників у державній підтримці.

Оцінка ефективності здійснення відповідних державних програм сьогодні в країні здійснюється у відповідності до наказу Міністерства фінансів України від 17.05.2011р. № 608 [1], в якому вказано, що «...основними завданнями оцінки ефективності бюджетних програм при виконанні державного та місцевих бюджетів є: визначення рівня ефективності та результативності бюджетної програми шляхом встановлення взаємозв'язку між досягнутими результатами та використаним обсягом бюджетних коштів; визначення ступеня досягнення запланованої мети, виконання завдань бюджетної програми шляхом аналізу виконання результативних показників; виявлення чинників, що перешкоджають виконанню бюджетних програм та досягненню запланованих результативних показників бюджетної програми; розробка пропозицій щодо підвищення ефективності використання бюджетних коштів; прийняття управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності використання бюджетних коштів» [1].

Проте, існуюча оцінка використання бюджетних коштів перевіряє лише рух їх обсягів (надходження, використання, залишок) та відповідність певній програмі. На наш погляд, така система оцінки не ж оцінкою ефективності вкладених коштів. І для сільського господарства такої перевірки недостатньою.

В силу самої природи державної підтримки дослідити її вплив на діяльність

товаровиробників досить складно. Це пов'язане з тим, що на сьогодні відсутня чітка якісна методика оцінки ефективності використання державних коштів. Тому при виділенні бюджетних коштів не проводиться економічне обґрунтування необхідного розміру допомоги, не розраховуються показники віддачі вкладених коштів та ефективності державної підтримки. Нині при виділенні державної допомоги не розраховуються показники планової та фактичної віддачі бюджетного фінансування на будь-якому рівні: чи то окремого підприємства, чи то країни в цілому. З цієї причини, розподіл державних коштів ніяким чином не пов'язується з досягнутим рівнем ефективності вкладень. А, отже, створюється думка, що вкладення значних бюджетних коштів у сільськогосподарське виробництво є не вигідним та марнотратним.

Значною мірою недосконалість системи державної підтримки в Україні можна пояснити рядом причин [2].

По-перше, на сьогодні відсутня виважена аграрна політика держави. По суті це – набір якихось заходів, що застосовуються майже стихійно, приймаються до виконання чи то через якість обставини чи то по зразку з іншими державами, проте часто між собою є неузгодженими, іноді дублюють одна одну чи взагалі суперечать.

По-друге, відсутній прозорий механізм розподілу коштів, значну частку виділених коштів отримує невелика кількість «обраних» підприємств, для середніх, малих та дрібних господарств державні кошти практично недоступні. Таким чином відбувається збагачення незначної частки власників великотоварних підприємств, в той час, як переважна більшість інших господарств просто витісняється з ринку. Це приводить до зuboжіння основної частини сільського населення.

По-третє. Відсутній чіткий механізм визначення ефективності використання державних коштів, це спричиняє низьку віддачу вкладених коштів та формує думку про недоцільність державної підтримки агровиробників.

По-четверте. Спотворений механізм виділення та розподілу коштів, призводить до неправильного та неповного їх вико-

ристання. Основна маса грошових надходжень виділяється державою у другій половині року, в той час як основна необхідність у них припадає на першу частину. Це приводить до того, що кошти начебто і виділяються, але за рахунок пізнього надходження виявляються невикористаними і, відповідно, повертаються до бюджету.

По-п'яте. Кошти, які виділяються для аграрного сектору, у підсумку потрапляють до інших структур. Тобто, пільгове кредитування – гроші отримують комерційні банки; необхідно фермеру швидко повернути позичені у банку гроші – продукція продається за низькою ціною і прибутки отримують агротрейдери; доплати на придбання паливно-мастильних матеріалів – доходи постачальникам ресурсів.

Таким чином, нині необхідно розробити принципово новий механізм державної підтримки сільгоспвиробників, який окрім прозорості та справедливості розподілу визначав методику оцінки ефективності використання коштів.

Проведення аналізу ефективності державної підтримки сільського господарства повинно відбуватися одночасно як у горизонтальній площині, так і у вертикальній. Необхідним є аналіз всіх рівнів: державний, на рівні галузей, регіональний, зональний, на рівні підприємства, на рівні галузей підприємства, і, звичайно, аналіз кожної окремої державної програми.

Крім того аналіз повинен бути не лише статичним, а й обов'язково динамічним: аналіз ефективності за певний період часу (місяць, квартал, рік, декілька років). Також ефективність вкладень повинна контролюватися на всіх етапах: виділення, розподілу та використання. Звісно, що необхідним є також аналіз різних форм державної підтримки: як прямих, так і непрямих.

Основною складовою ефективного використання коштів державної підтримки повинна стати спроможність управління кожного окремого підприємства прийняти надану допомогу як доповнення до існуючого ресурсного потенціалу підприємства. І основною задачею його має стати спрямувати цю допомогу в таке русло, щоб організаційні, фінансові, трудові, технологічні ресурси підприємства запра-

цювали більш потужно та дозволили досягти успіху у виробництві.

Вивчивши низку літературних джерел, пропонуємо для визначення ефективності використання державної допомоги використовувати показник ефективності держпідтримки:

$$K_{\text{едп}} = \text{ПВП}_{\text{рдп}} / \text{ОД}_{\text{от}},$$

де $K_{\text{едп}}$ – коефіцієнт ефективності державної підтримки;

$\text{ПВП}_{\text{рдп}}$ – приріст валової продукції завдяки державній підтримці;

$\text{ОД}_{\text{от}}$ – обсяг державних дотацій.

Для розрахунку приросту валової продукції, виробленої завдяки отриманню державної допомоги, необхідно скористатися наступною формулою:

$$\text{ПВП}_{\text{рдп}} = \text{ВП}_p \cdot \text{ОД}_{\text{от}} / \text{ВитВир},$$

де ВП_p – валова продукція сільського господарства в постійних цінах;

ВитВир – витрати на основне виробництво.

Запропонована методика дозволяє визначити віддачу вкладених державних коштів. При цьому також враховується результативність використання коштів, в тому числі і тими, хто отримує допомогу, а також тих, хто нею розпоряджається.

Розрахунки показують (табл. 1), що ефективність державної підтримки аграрного сектору на обласному рівні щорічно знижується. Це пов'язано як із зменшенням обсягів дотацій, так і в першу чергу із обсягами виробництва валової продукції. У 2012 році на 1 грн. державної допомоги додатково було отримано 1,2 грн. валової продукції.

Бачимо, що з роками знижуються обсяги приросту валової продукції завдяки державній підтримці. В цілому за три останні роки завдяки державній підтримці виробництво валової продукції сільського господарства збільшилося лише на 1,026%. Найнижчим відповідний показник був у 2012 році, коли приріст валової продукції склав лише 0,47%. Відповідно коефіцієнт ефективності держпідтримки становив лише 1,2, тобто на 1 грн державних дотацій було додатково отримано на 1 грн 20 коп валової продукції. Запропоновану методику можна застосовувати не лише для аналізу ефективності підтримки у певно-

му році, а і за деякий тривалий період, в розрізі адміністративних та природно-кліматичних районів і, безумовно, в розрізі окремих підприємств.

Найбільший приріст валової продукції у 2012 році завдяки наданню державної допомоги отримали сільськогосподарські

підприємства південного природно-кліматичного району. Господарства цього району показали вищий рівень ефективності використання державних коштів. Так, в середньому по цьому району цей показник становив 1,616, а господарства Снігурівського адміністративного району

Таблиця 1

**Ефективність державної підтримки сільськогосподарських підприємств
Миколаївської області***

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	За 2010-2012 рр.	Відхилення 2012 р. від	
					2010 р.	2011 р.
Обсяг субсидій, тис грн.	29043,1	15948,5	13377,6	58369,2	-15665,5	-2570,9
Валова продукція сільського господарства, млн. грн.	3893,7	4557,7	3527,1	11978,5	-366,6	-1030,6
Витрати на виробництво продукції, млн. грн.	264,0	2572,0	2853,6	5689,6	2589,6	281,6
Приріст валової продукції, враховуючи державну підтримку, млн. грн.	428,4	28,3	16,5	122,9	-411,8	-11,7
Коефіцієнт ефективності державної підтримки	14,7	1,8	1,2	2,1	-13,5	-0,5

* розраховано автором за даними Головного управління агропромислового розвитку Миколаївської облдержадміністрації

Таблиця 2

Ефективність державної підтримки сільського господарства за природно-кліматичними та адміністративними районами Миколаївської області у 2012 р*

Природно-кліматичні та адміністративні райони	Обсяг субсидій, тис грн.	Валова продукція, млн. грн.	Затрати на виробництво, млн. грн.	Приріст валової продукції, млн. грн.	Коефіцієнт ефективності державної підтримки
Північний	3442,2	1650,8	1406,4	4,040	1,174
Арбузинський	0	260	257,1	0,000	-
Братський	19,6	140,3	84,4	0,033	1,663
Вознесенський	2014	178,2	105,4	3,406	1,691
Врадіївський	0	80,2	60,8	0,000	-
Доманівський	0	136,6	118,7	0,000	-
Єланецький	672,1	219,5	207,5	0,711	1,058
Казанківський	0	116,1	121,7	0,000	-
Кривоозерський	0	117,9	81,3	0,000	-
Новобузький	571,8	96,6	104,7	0,528	0,923
Первомайський	164,7	305,4	264,8	0,190	1,153
Центральний	1799,8	518,2	606,7	1,537	0,854
Баштанський	1033,7	173,8	169,2	1,062	1,027
Березнегуватський	262	83	132,1	0,165	0,628
Веселинівський	262,4	158	180,7	0,229	0,874
Новоодеський	241,7	103,4	124,7	0,200	0,829
Південний	8135,6	1358,1	840,6	13,144	1,616
Березанський	5634,2	119,1	160,8	4,174	0,741
Жовтневий	0	347,5	165,2	0,000	-
Миколаївський	1812,1	149,9	145	1,874	1,034
Очаківський	436,9	194,8	101,3	0,840	1,923
Снігурівський	252,4	546,8	268,3	0,514	2,038
Миколаївська область	13377,6	3527,1	2853,7	16,534	1,236

* розраховано автором за даними Головного управління агропромислового розвитку Миколаївської облдержадміністрації

отримали найвищий показник по області, який становив 2,038.

Проте, на наш погляд, державне фінансування аграрного сектору залишається на досить низькому рівні. Та, державна допомога, що надається у більшості випадків виділяється господарствам, які і без такої підтримки працюють вдало.

Для розподілу коштів не використовується системний підхід у визначенні розмірів субсидій. Крім того, і це основне, при розподілі державної підтримки не враховується рівень окупності витрат, тобто рівень державної допомоги не пов'язаний із ефективністю виробництва. Таким чином, у підприємств, що отримують допомогу, відсутня мотивація до кращої роботи, їм немає сенсу добиватися державної підтримки.

Провівши аналіз ефективності державної підтримки по області в цілому, за районами та в розрізі окремих підприємств, бачимо широке варіювання показника ефективності. Це пов'язане із тим, що субсидії виділяються за різними напрямками та за різною методикою розподілу.

Враховуючи той факт, що виплати із бюджету виконуються вже за фактом отриманих витрат сільгоспвиробниками, тобто обсяг державної підтримки, що надається фактично не впливає на вироблену продукцію даного року, вважаємо за необхідне аналізувати ефект від державної підтримки в динаміці. З цією метою, може бути застосований наступний показник:

$$E_{\text{дп}} = \text{Пр}_1 / (\text{Пр}_0 + O_{\text{дп}}),$$

де $E_{\text{дп}}$ – коефіцієнт ефективності державної підтримки;

Пр_1 – прибуток господарства у звітному році;

Пр_0 – прибуток господарства у базисному році;

$O_{\text{дп}}$ – обсяг державної підтримки, отриманий господарством за базисний рік.

Даний показник можна дещо удосконалити, якщо в якості факторів використовувати не абсолютні показники, а відносні:

$$E_{\text{дп}} = T_{\text{вп}} / T_{\text{дп}},$$

де $E_{\text{дп}}$ – коефіцієнт ефективності державної підтримки;

$T_{\text{вп}}$ – темп приросту валової продукції;

$T_{\text{дп}}$ – темп приросту обсягів державної підтримки.

Запропонований показник дозволить проаналізувати приріст валової продукції за рахунок змін обсягів державної підтримки в динаміці, що таким чином дозволить нівелювати різні умови різних періодів.

На нашу думку, існує один досить суттєвий недолік у сучасному розподілі державних коштів. Він пов'язаний з тим, що обсяг коштів, що виділяються на підтримку господарств ніяким чином не пов'язаний із ресурсним потенціалом цих господарств, виходом продукції та ефективністю отриманих коштів. Господарства області досить сильно відрізняються як за економічними умовами, так і за природно-кліматичними. Ці фактори обумовлюють різні умови виробництва і, відповідно, різні його результати. Частина господарств області працює у гірших природно-економічних умовах ніж інші, тим самим собівартість виробництва продукції в таких господарствах перевищує середню по області. Таким чином, господарства, що працюють у кращих умовах отримують додатковий прибуток за рахунок, наприклад, віддачі кращих земель чи більш вдалим географічним положенням. Зрозуміло, що на менш родючих землях витрати виробництва будуть вищими; витрати на перевезення ресурсів чи продукції залежать від віддаленості місця виробництва та місця споживання тощо. Отже, сільськогосподарські підприємства, які господарюють на кращих землях та мають краще територіальне розташування, отримують додану вартість або диференційований прибуток.

Такий диференційований дохід потребує диференційованого підходу до визначення розмірів державної підтримки та, відповідно, диференційованої оцінки ефективності держдопомоги. Зважаючи на досвід розподілу державної підтримки в області, можемо стверджувати, що лівова частка її зосереджується у тих господарствах, які мають більш якісні землі та вдале географічне положення, тобто заздалегідь виробництво в таких господарствах більш ефективне.

Таким чином, ми вважаємо, що аналіз та оцінку ефективності використання державної допомоги агроформуванням

необхідно з урахуванням впливу на результати господарювання природно-кліматичних та економічних умов.

Сучасне аграрне підприємство має достатньо складну та організаційну структуру. Отже, для визначення раціональних розмірів державної підтримки та

адекватної оцінки результативності вкладених коштів, необхідним є розгляд сільськогосподарського підприємства як єдності складових її підсистем: економічної, технологічної, екологічної та соціальної. Така диференційована оцінка дозволить не тільки більш повно вивчити

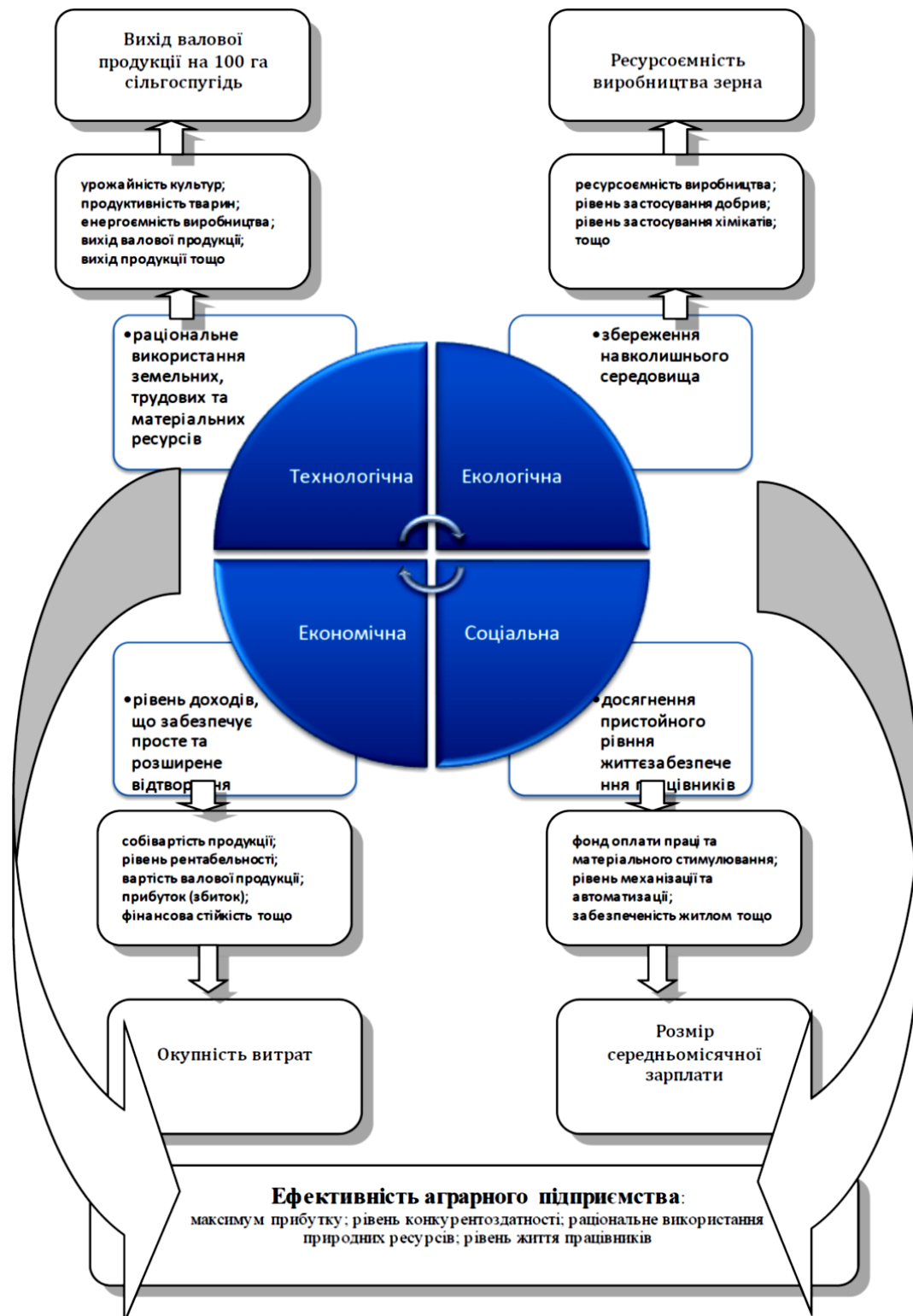


Рис. 1. Критерії та показники ефективності аграрного підприємства
Складено автором

вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на виробництво, об'єктивно оцінити умови та результати роботи господарства, а й сформувані індикатори зворотного зв'язку для системи державної підтримки, тим самим даючи можливість удосконалити її механізм.

Від ефективності функціонування всіх підсистем підприємства залежить ефективність роботи всього підприємства. Визначення критеріїв ефективності складових системи дало можливість визначити узагальнюючі показники ефективності (рис. 1).

На основі зазначених показників можна аналізувати роботу як окремого підприємства, так і виконувати порівняльний аналіз групи підприємств, навіть району чи області.

Звісно, що всі підсистеми аграрного підприємства пов'язані між собою. З технологічною ефективністю тісно, яка показує рівень використання ресурсного потенціалу підприємства, пов'язана із екологічною системою, яка з одного боку має вплив на технологію (обмеження тощо) з іншого – напряму залежить від впливу технологічних факторів.

Взаємопов'язаність і взаємовплив технологічної та екологічної ефективності, а також вплив зовнішніх і внутрішніх факторів обумовлюють економічну ефективність, яка у підсумку справляє вплив на соціальну складову.

Ефективність аграрного виробництва залежить від усіх складових, тобто від того як кожна функціональна складова виконує відповідні функції, які в цілому спрямовуються на досягнення поставленої мети та напряму розвитку підприємства.

Оскільки сільське господарство досить складний ієрархічно побудований механізм, то зрозуміло, що робота всієї системи залежить від роботи окремого її елемента, починаючи із найменшого «гвинтика» і поступово піднімаючись по ієрархії. Тому аналіз підвищення ефективності державної підтримки необхідно починати із заходів її удосконалення на окремих підприємствах.

В умовах ринкової економіки основна мета управління кожного суб'єкту – досягнення максимально можливої економічної

ефективності на фоні раціонального використання власного ресурсного потенціалу.

Існує велика кількість критеріїв та показників для визначення ефективності кожного окремого виду. Виключенням, мабуть, є екологічна складова, для якої на сьогодні не вироблено ще чіткої методики визначення. Проте для того, щоб проводити порівняльний аналіз підприємств, на нашу думку, необхідно виробити систему узагальнюючих показників, яка може, звісно, уточнюватися та удосконалюватися.

Визначення кожного окремого виду ефективності дасть можливість оцінити діяльність підприємства в декількох сідних площинах. Це в свою чергу сприятиме виявленню слабких сторін його діяльності, і, відповідно, визначенню напрямів, які потребують вдосконалення і підтримки.

Диференційована оцінка ефективності сільськогосподарського виробництва в рамках державної підтримки аграрного сектору дозволить розв'язати декілька питань:

- використання такого виду оцінки діяльності дозволить визначати рівень та ефективність виробництва незалежно від організаційно-правової форми підприємства;
- завдяки такому підходу можна сформувати однозначні підходи до розподілу державної підтримки різних форм та типів підприємств;
- запропонований підхід дозволить визначати рівень державної підтримки враховуючи природно-кліматичні та економічні відмінності підприємств, районів, областей, регіонів;
- визначений таким методом рівень ефективності підприємства (району, області) дозволяє виявити напрями необхідної першочергової державної підтримки, тобто дасть змогу удосконалити систему державної допомоги аграріям.

Для об'єктивної оцінки ефективності використання коштів державної підтримки у господарствах з різним ресурсним потенціалом, необхідно дослідити тісноту взаємозв'язку та оцінити кількісно залежність обсягів державної допомоги та результатів виробничої діяльності.

Висновки. Узагальнимо вищевикладене. Нині необхідна докорінна зміна системи державної підтримки сільського

господарства в нашій країні, яка була б здатна не заліплювати діри у виробництві, а формувати конкурентоспроможне сільське господарство.

Для цього, на наш погляд, необхідно встановити жорсткі умови контролю за ефективністю використання державних коштів. Необхідно відмовитися від не-ефективних бюджетних програм. Розробити форми і методи державної допомоги прямого призначення, які сприятимуть підвищенню ефективності виробництва і посиленню конкурентоспроможності. Для цього необхідно відійти від практики стимулювання виробництва, залежності від споживання певних обсягів ресурсів та обсягів виробництва продукції. Державна підтримка повинна бути адресною і виробник повинен сам вирішувати, в якому напрямі йому спрямовувати отриману допомогу з тим, щоб зміцнювати своє господарство, реагуючи на ринкові сигнали.

Необхідно забезпечити прозорість процесу розподілу державної підтримки, дати усім товаровиробникам рівні умови в отриманні дотацій, звести на нуль корупційні схеми розподілу.

Розроблені заходи державної допомоги повинні мати чітко визначені напрями, які не змінюватимуться протягом тривалого періоду. Тобто виробник пови-

нен чітко знати і розуміти якими будуть «правила гри».

Необхідно докорінно змінити систему пільгового кредитування. А саме: кошти за покриття кредитної ставки перераховувати не на рахунок сільгоспвиробника в кінці року, а одразу щомісячно на рахунок банку з тим, щоб не позбавляти аграрія необхідних в певний час обігових коштів.

Основною метою державної підтримки повинно бути не стимулювання виробництва окремих видів продукції чи використання певних видів ресурсів. Основна задача – забезпечити міцність сільськогосподарського виробництва та створення конкурентоздатних агроформувань. Це можливе за умови прямих виплат незалежно від розмірів окремого господарства та його організаційно-правової форми. Виплати повинні відбуватися на 1 га площі (чи ум. голову худоби) з урахуванням кадастрової оцінки землі та природно-кліматичних умов господарювання. При цьому необхідно ввести обмеження розміру підтримки на одне господарство з тим, щоб великі підприємства не потрапляли заздалегідь в кращі умови.

І, звичайно, потрібно обов'язковий широкий контроль за використанням державних коштів на всіх етапах і рівнях, а також, безумовно, визначення ефекту від державних інвестицій.

Список літератури:

1. Наказ Міністерства фінансів України від 17.05.2011р. № 608 «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо здійснення оцінки ефективності бюджетних програм» // [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=358839&cat_id=355989
2. Бородіна О.М. Державна підтримка сільського господарства: концепція, механізми, ефективність / О.М. Бородіна // Економіка і прогнозування. – 2006. – № 1. – С. 109-125.

Кармышкин Ю. А.

Николаевский национальный аграрный университет

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

Обоснована необходимость государственной поддержки сельского хозяйства, рационального распределения государственных средств и контроля за результативностью государственных инвестиций в аграрный сектор. Доказано, что государственная поддержка должна быть адресной, а ее распределение необходимо проводить дифференцированно. Указано на необходимость коренного изменения системы льготного кредитования, в частности предлагается изменить сроки выплат.

Ключевые слова: государственная поддержка, эффективность государственной поддержки, дифференцированный подход, адресная помощь, эффективность аграрного производства.

Karmyshkin Y. A.

Mykolayiv State Agrarian University

IMPROVE PUBLIC SUPPORT AGRICULTURE ENTERPRISES

Summary

The necessity of state support for agriculture, the rational allocation of public funds and monitoring of effectiveness of public investment in the agricultural sector. It is proved that government support should be targeted, and its distribution should be carried out differentially. The need radical change in the system of concessional lending, including proposals to change the timing of payments.

Keywords: government support, the effectiveness of state support, a differentiated approach, targeted support, efficiency of agricultural production.

УДК 332.1 (477)

Ніколаєв Ю. О.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

КЛАСТЕРНА КОНЦЕПЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СТАРОПРОМИСЛОВОГО РЕГІОНУ КИТАЮ

Досліджується концепція «замкнутості» старопромислового ресурсо-орієнтованого кластера, оцінюється ступінь занепаду таких кластерів в китайському контексті. Вперше зроблена спроба застосувати теорію управління «Він-Се» для проектування реструктуризації ресурсо-орієнтованих промислових кластерів. Результатами дослідження є: виявлення чинників, що приводять до ситуації «замкнутості»; використання аналітичної основи теорії управління «Він-Се» з метою пошуку шляхів перетворення старих промислових кластерів на інноваційні кластери.

Ключові слова: еволюція кластеру; ефективність кластеру, інноваційний розвиток, модель місцевого управління, сталий розвиток, старопромисловий регіон, теорія управління.

Постановка проблеми. У теперішніх умовах, найважливішим інструментом розвитку старопромислових регіонів Китаю має стати прискорення в цих регіонах процесів впровадження і розвитку інноваційних (високотехнологічних) промислових кластерів, що охоплюють такі галузі, як біотехнологія, мікроелектроніка, напівпровідники, медицина – відповідно до тенденції глобалізації. Виникла нагальна необхідність розробити стратегії, реалізація яких сприятиме модернізації старопромислових кластерів, що занепадають, в межах яких об'єднані значні ресурси країни. Необхідними є: реструктуризація таких кластерів, їхня модернізація до рівня інноваційних, що сприятиме динамічному розвитку подібних кластерів і збільшенню їх внеску в регіональну і національну економіку Китаю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. М.П. Хмара у своїй монографії доводить необхідність впровадження спеціальних державних програм підтримки високотехнологічних кластерів [1, с. 112]. М.М. Меркулов у своєму дослідженні значну увагу приділяє оптимальній структурі таких високотехнологічних кластерів, в межах якої виникає «просторова агломерація спеціалізованих фірм автомобіле-будування, верстатобудування, авіабудування та ін.» [2, с. 83]. Н.С. Мироненко розглядає процес створення інноваційних (високотехнологічних) кластерів в якості складової частини «органічного» (у країнах Західної Євро-

пи) та «неорганічного» (в інших країнах світу) типів модернізації, в рамках кожного з яких перетворення відбуваються з різними швидкостями і приводять до різних результатів – як позитивних, так й негативних [3, с. 111]. Г.А. Семенов доводить наявність загального позитивного впливу інноваційних кластерів на розвиток регіональної економіки [4, с. 134]. В.І. Захарченко, В.М. Осипов підкреслюють значення процесу створення і функціонування інноваційних кластерів для «розвитку міжнародної конкурентоспроможності регіону» [5, с. 108]. Проте питання перетворення старих промислових кластерів в інноваційні у сучасній науковій дискусії практично не представлене.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість досліджень регіональних кластерів у КНР зосереджені на інноваційних, прибуткових аспектах; не досліджуються кластерні механізми вирішення завдань, що стоять перед старими промисловими регіонами. Хоча деякі вчені (Г. Гарбер, Ф. Тьодтлінг, М. Тріппл, Р. Хассинг) перенесли центр уваги на старі промислові райони і функціонування кластерів всередині них, однак досі не проводилися дослідження можливості перетворення старопромислових кластерів на інноваційні кластери. У наукових дискусіях про «пожвавлення північно-східних старих промислових баз» і «сприяння підйому центральних районів» в Китаї, який прагне подальшого розвитку цих оригінальних старих

промислових районів, лише декілька дослідників проаналізували, чому старі промислові райони прийшли в занепад. У новій хвилі індустріалізації і бурхливого розвитку китайської економіки неможливо ігнорувати негативний вплив старих промислових районів. Без попереднього аналізу причин їхньої депресивності неможливо побудувати ефективні заходи для вирішення поточних проблем і, використовуючи кластерні інструменти, надати їх розвиткові інноваційного характеру. Використання концепції «замкнутості» Г. Гарбера для характеристики відсталих старих промислових районів – потребує у КНК подальшого міжрегіонального порівняння. Під поняттям «замкнутий» слід розуміти початкові сильні сторони промислових районів минулого – їхню промислову атмосферу, високорозвинені і спеціалізовані інфраструктурні, близькі міжфірмові зв'язки і сильну політичну підтримку з боку регіональних установ – які перетворилися на постійні перешкоди для інновацій. Використовуючи концепцію «замкнутості», необхідно провести дослідження шляхів перетворення старих промислових кластерів в інноваційні.

Формулювання цілей статті. Дана стаття спрямована на аналіз причин відсталості старих промислових районів КНР, особливо заснованих на природних ресурсах промислових кластерів, які можуть розглядатися як кластери з опорою на природні ресурси, пов'язані з первинними галузями промисловості (нафтовою, вугільною, залізнорудною). З урахуванням частих заяв китайського центрального уряду про так зване «гармонійне суспільство», для аналізу використовується теорія управління «Він-Се» (з кит. «гармонія»). Теорія управління «Він-Се» китайського професора Юмін Хі являє собою практичне рішення для управління, а також нову теорію управління, спрямовану на розвиток практики управління в китайському контексті. Ця стаття застосовує теорію управління «Він-Се» для того, щоб проілюструвати можливі шляхи розвитку старих промислових регіонів Китаю.

Виклад основного матеріалу. Спочатку слід знайти відповіді на такі питання: що

таке процес «замкнутості» в китайських старих промислових районах; яким чином, використовуючи кластерні інструменти, ці старі промислові регіони можна перетворити у гармонійні та інноваційні регіони.

Хоча Китай домігся великих успіхів в економічному розвитку протягом останніх двох десятиліть, не слід ігнорувати той факт, що не тільки західні депресивні регіони Китаю, але й багато інших районів, і особливо старі промислові райони, відстають від середнього рівня, і ця нерівність зростає.

Нами пропонується застосувати нову економічну категорію «ресурсо-орієнтований кластер» по відношенню до явища, коли низка галузей, тісно пов'язаних з певними природними ресурсами, зосереджені географічно в регіоні з багатими природними ресурсами, такими, як китайська провінція Шаньсі. Провінція Шаньсі в цій статті аналізується як «ресурсо-орієнтований кластер» (промисловий кластер на основі природних ресурсів) не тільки тому, що ця провінція традиційно виступала найважливішим виробником в енергетичній, важкій та хімічній промисловості у Китаї, але й тому, що вона зазнала більш серйозних проблем, ніж інші подібні регіони. Провінція Шаньсі, розташована на півночі Китаю, є найбільшим і найбільш важливим з регіонів енергопостачання Китаю і одним з промислових центрів народного господарства в період планової економіки. Деякі ключові показники регіону наведені в табл. 1.

Таблиця 1
Основні показники провінції Шаньсі
у 2013 році

Показник	Числове значення показника	Номер місця серед провінцій Китаю	% від загальнокитайського показника
Площа, км ²	156800	19-е	1,6%
Населення, чол.	33350000	19-е	2,4%
ВВП на душу населення, юаней	11994	18-е	X

Розраховано автором за джерелом: *China Statistical Yearbook, 2013, Shanxi Statistic Bureau, 2014*

Історично склалося, що провінція Шаньсі зробила великий внесок у загальний національний розвиток економіки в перші 20 років реформ в Китаї та відкритості, особливо задля подвоєння ВВП в період з 1987-2007 рр. шляхом виробництва великої кількості дешевої енергії, хоча зазнала через це важкі екологічні втрати. Згідно зі статданими, видобуток вугілля, електроенергії і коксу у провінції Шаньсі досягли відповідно 3,56 млрд т, 145,5 млрд кВт/год. і 0,198 млрд т, обслуговуючи при цьому 26 провінцій (мегаполісів, муніципалітетів) в усьому КНР. У ранній період економічного розвитку провінції, дефіцит пропозиції і величезні ресурси принесли процвітання провінції. На ранніх стадіях реформ і відкритості, провінція Шаньсі зайняла 11-е місце поміж 31 провінцій за обсягом ВВП у Китаї [6, с. 178].

У 1985 році Китай розпочав свою модернізацію. Джерела енергії стали ключовим пунктом швидкого економічного розвитку. У 1985 році провінція Шаньсі була ідентифікована як центр енергетики, важкої та хімічної промисловості Китаю завдяки великій кількості вугілля та інших природних ресурсів. З тих пір вугільна промисловість була під жорстким контролем центрального уряду, починаючи з річного видобутку, ціни і якості, і закінчуючи маркетингом та транспортуванням до інших провінцій. Метою центрального уряду було гарантування прибутку і життєздатність найважливіших галузей виробництва, підтримання при цьому фіксованих цін добувних галузей на низькому рівні. Ці цінові ножиці посилили нерівність між провінцією Шаньсі та іншими галузями та регіонами. Таким чином, в цьому контексті не дивно, що чим більше вугілля видобувається, тим більше провінція Шаньсі програє, і тим ширшим буде розрив між провінцією Шаньсі і середнім національним розвитком. У 2006 і 2007 роках середній дохід мешканців провінції Шаньсі був навіть вказаний як найнижчий у Китаї (див. табл. 2 і 3).

Провінція Шаньсі є типовим прикладом старої промислової зони, у якій домінуючий промисловий кластер раніше

сприяв зростанню і процвітанню (протягом попередніх 20 років), але яка потім прийшла в занепад, коли зовнішні умови змінилися. Крім економічної рецесії, Шаньсі постраждала від забруднення навколишнього середовища та стикнулася з екологічним погіршенням. Згідно офіційного бюлетеня, представленого 14 квітня 2011 р. Відділом охорони навколишнього середовища провінції Шаньсі, провінція Шаньсі займає 30-е місце серед усіх 31 провінцій і районів Китаю з точки зору системи підтримання способу життя, системи підтримки навколишнього середовища, якості економічного розвитку.

Таблиця 2
ВВП на душу населення у провінції Шаньсі у порівнянні з середнім по Китаю у 1985-2011 роках, юаней

Рік	Китай	Шаньсі	Відсотковий розрив, %
1985	379	365	-4
1997	1634	1528	-6,5
2007	7078	5137	-27
2011	10533	9150	-13

Розраховано автором за джерелом: China Statistics Press, 2012

Таблиця 3
Зростання ВВП у провінції Шаньсі у порівнянні з середнім по Китаю у 1987- 2013 роках, юаней

Рік	Китай	Шаньсі	Шаньсі, у% від загальнокитайського показника
1987	451,78	10,87	2,41
1992	896,44	21,89	2,44
1997	1854,79	42,93	2,31
2002	6079,40	107,60	1,77
2007	9921,50	184,57	1,86
2013	18232,10	412,12	2,26

Розраховано автором за джерелом: Shanxi Statistic Bureau, 2014

Старопромисловий кластер Шаньсі прискорив падіння в регіоні. Фактично в період трансформації, процеси стагнації економічного розвитку і зростання рівня безробіття в багатьох старопромислових регіонах Китаю були і залишаються тісно пов'язаними з існуванням промислових кластерів у цих районах, особливо таких кластерів, що є ресурсо-орієнтованими. В умовах нової структурної перебудови

та реструктуризації попиту і пропозиції, стара ресурсо-орієнтована індустріальна система стикається із серйозним викликом. Монопромислова структура, слабкі економічні показники, низька ефективність у використанні ресурсів, серйозне забруднення навколишнього середовища і деградація екосистем у старопромислових кластерах Китаю – все більше входять у конфлікт з розвитком сучасної економіки.

Через те, що цілий кластер Шаньсі базується на природних ресурсах, таких як вугілля, монопромислова структура кластера має просту ланцюгову форму, представляючи низький рівень різноманітності і динамізму, які мають бути ключовими характеристиками кластеру. Низький рівень різноманітності призводить до слабкого співробітництва між структурними елементами кластеру. Усередині кластеру попит і пропозиція є домінуючими відносинами, в той час як співпраці та координації відносин в інших аспектах не вистачає. Наприклад, недостатніми є взаємодія та співпраця між науковими дослідженнями, освітніми установами та галузями у кластері. Структура ресурсо-орієнтованого старопромислового кластера включає у себе такі складові елементи: вуглевидобування; очистка вугілля; коксування; виплавка сталі; використання відходів виробництва; виробництво електроенергії; хімічне виробництво; транспортування.

Відповідно до теорії систем, структура визначає функцію. Так що в цьому старопромисловому кластері провінції Шаньсі проста структура визначила функцію системи, яка полягає в тому, щоб бути просто орієнтованою на виробництво. Внаслідок ендегенного структурного обмеження і екзогенного втручання з боку уряду, становище і роль регіону були зафіксовані у якості виробника енергії і міцної хімічної виробничої бази. Ця структура не враховує загальний регіональний розвиток, що призводить до порушення рівноваги у просторовому компонуванні виробничих структур.

«Начальник вугілля» означає виниклий нещодавно у Китаї жаргон для тих вугільних шахт, у яких державні посадові особи мали частку. У більшості випадків, ці посадові особи представляли себе в

деяких відповідних установах, таких як Управління вугільної промисловості або Управління охорони навколишнього середовища. Їхня участь поєднує динамічне до політичне блокування, тому що ці групи докладають усіх зусиль для зміцнення своїх вигід і отримання додаткової ренти, а, отже, у своїх регіонах вони послаблюють і блокують політику та інститути для структурної перебудови. На відміну від Рурської області Німеччини, де політичне блокування було здійснено діяльністю груп, що переслідують різні інтереси, і які прагнуть захистити кошти місцевих працівників, – політичне блокування в китайському контексті було здійснено невеликою бюрократичною групою, що захищала та переслідувала свої власні інтереси [7, с. 651].

Згідно положень епістемології, будь-яка систематична проблема може розглядатися як взаємодія між внутрішніми і зовнішніми чинниками. У цьому зв'язку, ми вважаємо, що шлях до вирішення проблеми промислового кластеру, яка насправді включає в себе питання про те, як співпрацюватимуть організаційні підсистеми, полягає у застосуванні традиційної китайської філософії «Він-Се» у поєднанні з західними теоріями кластерного розвитку. Сучасна наука має поєднувати в собі західні наукові традиції, що надають особливе значення експерименту шляхом аналізу і опису за допомогою кількісної формули, з китайською традиційною філософією, у якій підкреслюються гармонія і співробітництво з метою досягнення нового синтезу.

Теорія управління «Він-Се» була вперше висловлена Хі [8, с. 124]. Розглядаючи низький рівень, ненаукове прийняття рішень і неузгоджені явища в багатьох великих інженерних проектах в Китаї, Хі дослідив сучасну науку управління, поєднану з натхненням китайської культури, зокрема поняття «Він-Се». Тут підхід «Він-Се» слід концептуально визначити як спосіб синтезувати різні підсистеми в організації для досягнення їхньої органічної інтеграції. При систематичному мисленні, теорія управління «Він-Се» вивчає організацію з характеристиками сталого розвитку. Після декількох років розвитку, ця

теорія була вдосконалена і постійно збагачується, і тепер можна сказати, що вона являє собою комплексну і систематичну теоретичну базу, яка породила серію досліджень (Хі і Шан, 2002; Хі і Цзен, 2012; Хі та інші, 2013; Хі і Ван, 2013; Ма та ін, 2014). Ця теорія може бути застосована для вирішення складних управлінських проблем в сучасних організаціях, які стикаються з повною невизначеністю і турбулентністю. Її теоретичні характеристики полягають у її одночасній концентрації на двох механізмах – «Се» і «Він» – та її акценті на органічному зв'язку між двома механізмами.

В теорії управління «Він-Се» два слова у фразі, а саме слова «Він-Се» представляють собою два розроблені механізми, за допомогою яких кінцева мета організації може бути систематично досягнута. Принцип «Він» відноситься до еволюції механізму на основі організації, ініціативи і самовизначення членів, і визначається як принцип і механізм для сприяння організаційному розвитку і утворення організаційної ланки, створивши необхідні організаційні обставини, атмосферу або умови і надаючи платформу для ініціативи і самовизначення членів організації на основі розгляду вічної невизначеності у світовому управлінні (Хі і Шан, 2002; Хі та ін., 2006). «Він» спрямований на зниження невизначеності в системі.

Принцип «Се» відноситься до механізму управління, заснованого на раціональному проектуванні та оптимізації, і визначається як принцип і механізм сприяння організаційному розвитку та утворенню організаційної структури за допомогою розробки конкретного поведінкового шляху членів організації і передбачає суворий контроль на цими процесами, базуючись на розгляді статистичної достовірності в процесі управління. Він спрямований на оптимізацію факторів, що знаходяться поза системою. «Се» базується на очікуванні визначеності в організаційному середовищі, приділяє особливу увагу дизайну і плануванню, фокусується на утворенні та еволюції організаційної поведінки. В той же час, принцип «Се» припускає ймовірність деякої організаційної невизначеності.

Принципи «Він» і «Се» є фактично єдиним організмом, в рамках якого взаємодіють дві частини. Модель подвійної спіралі може бути відображена для того, щоб можна було зрозуміти процес поєднання цих двох принципів. Єдність «Він-Се» являє собою динамічний процес, що розвивається, і в ході якого принцип «Він» і принцип «Се» можуть змінюватись з одного на другий за певних умов. Ця єдність допомагає спільній участі обох у індукованій еволюції і раціональному проектуванні, реалізації динамічної узгодженої організації у цілому. Таким чином, організаційний розвиток може бути порівняним для досягнення бажаної гармонії.

Усередині кластерів проблема полягає в тому, як розробляти і підтримувати атмосферу «Він», через яку відповідні організації можуть утворювати взаємні інтерактивні соціальні мережі. У зовнішньому середовищі проблема полягає в тому, як спланувати ідеальний механізм «Се», за яким кластери можуть отримати раціональний вхід і розташування в задовільній рамці. При наявності синергії між принципами «Він» і «Се», кластер перетвориться у компанію, що спроможна буде самостійно адаптувати здібності і виконувати функції самоорганізації для досягнення спільної еволюції між членами кластеру і самого кластеру. Ми намагалися застосувати теорію управління «Він-Се» для проектування реструктуризації на основі ресурсо-орієнтованих промислових кластерів.

Проблеми, з якими промислові кластери зіткнулися в процесі своєї еволюції, можна розглядати як два види негативного впливу: один проявляється в аспектах конструкції системи і функції всередині кластеру, а інший проявляється в аспектах пізнання і культури після тривалого періоду розвитку. З іншого боку, вони породжуються дисгармонією між внутрішніми і зовнішніми аспектами кластеру, між технологією і духом. Внутрішня дисгармонія відноситься в основному до негативних наслідків структури і функції; зовнішня – відноситься в основному до невідповідності між пізнанням і культурою та навколишнім середовищем, що змінюється.

Промисловий кластер являє собою набір великої кількості споріднених підприємств, розташованих у безпосередній географічній близькості. Внутрішня взаємодія суб'єктів є основою для виживання кластеру, а також важливою рушійною силою для безперервних інновацій та постійного розвитку кластеру. Для реалізації переходу від ресурсо-орієнтованого промислового кластеру до інноваційного кластеру, необхідно реструктурувати кластер шляхом зміщення акценту від структури до функції, і від пізнання до культури. Зокрема, концентрація уваги на структурі і функції, визначення механізму дії «Се» мають гарантувати раціональний вхід і позиціонування, які дозволяють уникнути надмірної конкуренції всередині кластера, забезпечать підвищення ефективності кластера, розуміючи масштаб впливу і створення диверсифікованих моделей розвитку.

Концентрація уваги на пізнанні і культурі, утворення атмосфери «Він-Се» мають бути здійснені для того, щоб утворити наукову точку зору розвитку і сформувати взаємовигідну соціальну мережу, а також зрозуміти постійні інновації та динаміку. За умови взаємодії обох принципів «Він» і «Се», кластер буде розвивати здатність ефективно обробляти зміни навколишнього середовища, перетворюючи себе в об'єкт, якому притаманні самоорганізація і самоврядування. Ця здатність створює потенціал для динамічного навколишнього середовища, гармонійно розвивається і здійснює самоорганізацію через зміни навколишнього середовища.

З урахуванням наведеного вище аналізу, доцільним є здійснення можливого процесу переходу від сучасного ресурсо-орієнтованого промислового кластера до інноваційного, керуючись при цьому концепцією теорії управління «Він-Се».

Теорія управління «Він-Се» підкреслює не тільки систематичну гармонію, але і робить більший акцент на створенні злагодженого механізму з динамічною адаптацією та здатністю до регулювання. Цей механізм передбачає науковий погляд розвитку з упором на сталий розвиток. Завдання «розбудови суспільства достатку» всебічно включає в себе важливі цілі по-

стійного зростання здатності до сталого розвитку, поліпшення екології і навколишнього середовища, підвищення ефективності використання ресурсів, стимулювання гармонії між людством і природою, і орієнтації усього суспільства для досягнення зростання виробництва, заможного життя та екологічно чистої цивілізації. Проблеми ресурсо-орієнтованого промислового кластера мають бути подолані відповідно до основних принципів наукового пізнання процесу розвитку. За умови досягнення відповідного дотримання правил поведінки і розумного долучання матеріальних чинників пропонується, щоб ресурсо-орієнтований промисловий кластер зміг поступово забезпечити гармонійний перехід від старих промислових зразків до модернізованої галузевої структури; а також досягти узгодження економічного зростання між кластером та іншими регіонами по всій країні і гармонійним розвитком економіки, суспільства і екології в регіональному кластері.

Являючись одним з найважливіших місцевих ресурсо-орієнтованих промислових кластерів Китаю, провінція Шаньсі ілюструє труднощі економічної модернізації в регіоні з домінуванням застарілих кластерних структур. Тим не менше, теорія управління «Він-Се» може запропонувати можливе вирішення цього питання, підкресливши водночас важливість принципів «Се» (структури і функції, тобто «проекування і планування») і «Він» (пізнавального та культурного впливу, тобто «еволюції»). Координація промислової структури і функції кластеру, наприклад, в процесі перебудови інституційної влади від уряду щодо функцій розробки та планування, дає шанс орієнтувати кластер в інноваційному напрямку. Принцип «Се» може зіграти свою роль у цьому аспекті. З іншого боку, перехід і розвиток промислових кластерів пов'язаний з психологічними та культурними факторами на індивідуальному та колективному рівнях відповідно. Принцип «Він» може бути застосований в цьому відношенні для того, щоб культивувати базу для переходу до ресурсо-орієнтованих промислових кластерів.

З точки зору ролі інститутів у стимулюванні переходу ресурсо-орієнтованого

промислового регіону до інноваційного регіону зазначається, що ідея «інституційної щільності», яка розроблена Аміном [9, с. 168], є актуальною. Він припустив, що більше уваги слід приділяти просуванню місцевого економічного розвитку. Насправді, ефективне регіональне управління спирається на такий факт, як «запам'ятовування відхилень» з метою уникнення «інституційного склерозу» [9, с. 169]. Для ресурсо-орієнтованих регіонів КНР ефективна інституційна домовленість між центральними і місцевими владами (провінції Шаньсі) має важливе значення для гармонійного закріплення цих регіонів та сталого розвитку у майбутньому. У цьому аспекті, принцип «Се» може бути застосованим більше для наукового планування та самостійної державної реструктуризації з метою досягнення певної прогнозованої раціональної оптимізації переходу.

Щоб перетворитись на інноваційний кластер, перш за все, слід вийти за рамки ностальгії за минулим успіхом, що є типовим психологічним фактором, який впливає на такий перехід у старих промислових районах. Під час переходу від надмірного державного регулювання до конкуренції на основі ринкової економіки, уряд має приділяти більшу увагу людському фактору, наполегливо стимулювати інноваційну активність, спираючись на ефективні наукові принципи.

Стикаючись з більш динамічним і конкурентним середовищем, принцип «Він» розкриває своє значення, підкреслюючи стимулюючу роль індивідуального агента при організації боротьби з невизначеністю. Через культивування такого творчого середовища, принцип «Він» міг би допомогти формуванню розвитку на організаційному рівні культури «колективного підприємництва», яка могла б стати каталізатором для переходу ресурсо-орієнтованого промислового кластеру на інноваційний шлях модернізації. «Позитивний стан душі» також може бути ключем для дії освіченої еліти, спрямованої на досягнення інноваційного успіху. Звичайно, формування та зміна культури може зайняти деякий час, але можна сказати, що провінція Шаньсі залишалась вже так

далеко позаду, що урядовці мають прагнути звести до мінімуму цей час переходу до кластерного інноваційного розвитку, якщо існує будь-яка реальна підстава для такого переходу.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Проведене нами дослідження одного з типових китайських старих промислових кластерів показало, що основною рисою будь-якого ресурсо-орієнтованого промислового кластеру є його замкнутість. Окрім цього, нами встановлено, що структура, культура і політичні фактори мають значення для формування такої замкнутості. Зокрема, у китайському контексті політична замкнутість має історичне значення. У цій праці основні характеристики ресурсо-орієнтованого промислового кластеру представлені в результаті систематичного розгляду, що вказує на прямий зв'язок між кінцевою продуктивністю і структурою кластеру. Теорія управління «Він-Се» ілюструє основу для вирішення цих складних проблем, посиляючись при цьому на два основні принципи – «Він» і «Се». Сучасний Китай намагається «створити гармонійне суспільство». У цьому контексті в якості фактора прискорення місцевого розвитку, теорія управління «Він-Се» може бути ефективно застосованою з метою трансформації ресурсо-орієнтованого промислового кластера в інноваційний кластер. Тим не менш, в якості нової теорії управління, яка фокусується на китайському контексті, більше зусиль необхідно докласти задля вивчення теоретичної і практичної пояснювальної сили теорії управління «Він-Се», – для того, щоб вони були визнаними і прийнятими більшістю дослідників та практиків. Для цього необхідні більш докладні тематичні дослідження та емпіричні тестування. З точки зору методології даному дослідженню не вистачає достатньої бази глибоко обгрунтованої теорії для того, щоб зробити свій внесок до існуючої дискусії щодо активізації старих промислових регіональних кластерів. З іншого боку, вважаємо, що пояснювальна сила теорії управління «Він-Се» може бути посилена за рахунок проведення подальших досліджень.

Список літератури:

1. Хмара М.П. Високотехнологічні кластери Європейського Союзу: [монографія] / М.П. Хмара. – К.: ДКС, 2011. – 154 с.
2. Меркулов Н.Н. Использование кластерного подхода при формировании промышленной политики / Н.Н. Меркулов // Економіка промисловості. – 2014. – № 1. – С. 81-86.
3. Мироненко Н.С. Проблемы исследования пространственных структур мирового хозяйства / Н.С. Мироненко, А.Ч. Грамберг, В.И. Оболенский, О.С. Пчелинцев // Пространственные структуры мирового хозяйства: [кол. монография]. – М.: Пресс-Соло, 2013. – 188 с.
4. Семенов Г.А. Створення кластерних об'єднань в умовах нової економіки: [монографія] / Г.А. Семенов, О.С. Богма. – Запоріжжя: КПУ, 2013. – 244 с.
5. Захарченко В.И. Кластерная форма территориально-производственной организации / В.И. Захарченко, В.Н. Осипов – Ч. 1. [Экономические кластеры как новая форма организации производства в регионе]. – Одесса: Фаворит – Печатный дом, 2010. – 122 с.
6. Huang Jiaju, Li Huaje, Zhuang Chuanhui. Shenzhen Tequ Fangdichanye de Diaocha yu Yantu. – Guangzhou: Zhongguo Calzheng Chubanshe, 2013. – P. 178.
7. Zhao Yuanhao, Chen Zhaoou, Zhongguo Tequ Jingji. Kexue Puji Chubanshe. – Hong Kong: SEZ Yearbook Publishing Co., 2013. – Pp. 649-656.
8. He Jiasheng. JIngji Tequ de Xingzhi he Zuoyong. Zhongguo Tequ Jingji. – Beijing. – P. 124.
9. Huang Hansun. Tequ Shangpin Zhuzhai Tudi Shiyongfei Wenti Tanta. – Beijing, 2012. – Pp. 168-175.

Николаев Ю. О.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СТАРОПРОМЫШЛЕННЫЙ РЕГИОН КИТАЯ И КЛАСТЕРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЕГО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

Резюме

Исследуется концепция «замкнутости» старопромышленного ресурсо-ориентированного кластера, оценивается степень упадка таких кластеров в китайском контексте. Впервые сделана попытка применить теорию управления «Вин-Се» для проектирования реструктуризации ресурсо-ориентированных промышленных кластеров. Результатами исследования являются: выявление факторов, приводящих к ситуации «замкнутости»; использование аналитической основы теории управления «Вин-Се» с целью поиска путей преобразования старых промышленных кластеров в инновационные кластеры.

Ключевые слова: эволюция кластера, эффективность кластера, инновационное развитие, модель местного управления, устойчивое развитие, старопромышленный регион, теория управления.

Nikolayev Y. O.

Odessa I. I. Mechnikov National University

OLD INDUSTRIAL REGION IN CHINA AND CLUSTER CONCEPT OF ITS INNOVATIVE DEVELOPMENT

Summary

The «lock-in» concept of old industrial resource-based cluster has been explored in the paper as well as estimated the degree of decline of such clusters in the Chinese context. In this study was made the first attempt to apply He-Xie Management Theory for designing the conversion of resource-oriented industrial clusters. The results of the study are as follows: to identify factors leading to a lock-in situation, the use of analytical He-Xie Management Theory to find ways to convert old industrial clusters into innovative clusters.

Keywords: the cluster's development, the effectiveness of cluster, innovative development, model of local governance, sustainable development, old industrial region, management theory.

УДК 332.154

Прокоф'єва Г. С.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРІВ І МЕРЕЖ

У статті розкриваються напрями розвитку регіональної економіки на основі кластерних утворень і мережевих систем. Вони трансформують регіон у суб'єкт економічної діяльності, який в умовах глобалізованої економіки відіграє важливу роль у забезпеченні конкурентних переваг національної економіки на світових ринках.

Ключові слова: регіон, регіональна економіка, кластер, мережа, конкурентні переваги.

Постановка завдання. Сучасний стан економічного розвитку відзначається радикальними зрушеннями на усіх рівнях економіки, починаючи з макrorівня і закінчуючи мегарівнем. Мезорівень, або рівень регіональної економіки, відзначається при цьому впливом різноманітних суперечливих чинників, дослідження яких надає можливість визначитися з основними напрямками та перспективами її розвитку. В той же час, форми організації регіональної економіки повинні змінюватися в першу чергу. Вони допомагають розкрити її потенціал і успішно його використовувати. Серед таких нових форм, як свідчить досвід багатьох країн світу, виділяються кластерні утворення і мережі. Їх дослідження проводиться уже третє десятиліття, але є ще багато невирішених проблем і перш за все, наскільки реальне і ефективне їх використання в умовах трансформаційної економіки.

Мережева економіка, яка формується в умовах глобалізації, регіоналізації та інноваційності, передбачає об'єднання в мережі технології, підприємств та їх об'єднань. Кластери формуються на певній території, тобто в регіональному економічному просторі, і, перетинаючись з мережевими структурами, посилюють ефекти для розвитку. Дослідження цих процесів має як теоретичне значення, оскільки теорія мережевої економіки і теорія кластерів знаходиться на етапі формування, так і практичне значення для розробки регіональної економічної політики, яка б надала змогу використати всі переваги регіональної економіки, ліквідувати загрози і забезпечити високу

конкурентоспроможність на національному і світовому ринках.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Кластери і мережі досліджують відомі зарубіжні та українські економісти. Це – В. Афанасьєв, А. Вебер, В. Захарченко, А. Маршал, Л. Мясніков, Ф. Перру, М. Портер, С. Соколенко, М. Шерешева та ін.

У їх працях розкриті сутність, форми, чинники, переваги та проблеми розвитку кластерних утворень і мережевих систем. В той же час вплив на трансформацію регіональної економіки в умовах формування глобального економічного простору, зміни ролі національної економіки, зростання самоідентифікації регіонів цих нових форм організації територіального розвитку потребує подальших глибоких досліджень.

Метою даної статті є дослідження розвитку регіональної економіки на основі використання переваг, які надають кластерна модель і мережева економіка.

Виклад основного матеріалу. Розвиток кластерів, мереж, технопарків є напрямками, які, з одного боку, сприяють реалізації сучасного планування економічного розвитку, а з іншого, – забезпечують ефективне функціонування економіки регіону. Концепція кластеризації і мережевої економіки базується на визнанні, перш за все органічних взаємозв'язків між фірмами, галузями, сферами. Як раз ці взаємозв'язки, їх посилення, їх підтримка забезпечують у глобалізованій економіці конкурентні переваги, а не розвиток окремих фірм, якими б великими вони не були.

Кластери і мережі – це нові форми організації перш за все регіональної еко-

номіки, економіки міста, села, селища, тобто різного роду територіальних утворень. Досвід усіх країн світу, які використовують кластери і мережі, свідчить про великі конкурентні переваги у порівнянні з традиційними формами організації виробництва. При цьому особливої ваги набуває вміння створювати конкурентні переваги, виходячи зі специфіки регіонального ділового середовища, що, в свою чергу, передбачає вирішення такої проблеми як вибір території для ведення бізнесу, яка б надала можливість реалізувати інновації, створити синергійний ефект на основі взаємодії компаній і використати її потенціал.

Взаємозв'язок компаній, які працюють на даній території, в даному регіоні, має бути природним. Він передбачає ділове співробітництво конкуруючих виробників і постачальників, дослідницьких структур, освітніх закладів, державних органів влади. Сутність кластерної концепції заключається у забезпеченні економічної діяльності на основі розвитку взаємозв'язків і взаємовідносин між підприємствами, організаціями, установами, розташованими на певній території.

В економічній літературі є багато визначень кластерів та мереж, проведений їх порівняльний аналіз. Перш ніж розглядати сучасні визначення, слід розкрити еволюцію ідей, які в кінцевому підсумку сформували концепцію кластеризації мережевої економіки. Серед них слід виокремити теорію А. Маршала і теорію промислового розміщення А. Вебера. А. Маршалл аналізував зовнішню масштабні економіки, які забезпечують індивідуальним фірмам економію на масштабі в залежності від темпів розвитку і обсягу національної промисловості. Такі економіки кардинально відрізняються від внутрішньо масштабних, де зростання доходу забезпечується зростанням розмірів фірм. Перші забезпечують економічний ефект за рахунок близькості економічних структур (взаємодія, взаємозв'язок, комплексність), але при цьому він може бути як позитивним, так і негативним. Тут діє ефект мультиплікатора. Позитивний ефект досягається за умови динамічного розвитку, статична економіка в

даному випадку може скоріше породити негативні ефекти. Динамічна зовнішньо масштабна економіка базується на технологічному прогресі, який посилюється поділом праці, на інноваціях, ефективному використанні наявних знань. Всі ці передумови створюються у промислових регіонах, де існують висококваліфікована робоча сила, специфічні знання та інформація. Крім того, тут діють соціальні, культурні та політичні фактори, які в комплексі формують довіру, ділові навички, звичаї, традиції, соціальні зв'язки, відповідні інституціональні умови. Тобто в теорії А. Маршала чітко обґрунтована ідея, що ділові відносини на рівні фірм є факторами, що визначають економічний розвиток регіону [5].

В теорії промислового розміщення А. Вебера досліджуються характерні риси агломераційної економіки, де фірми підвищують ефективність за рахунок розширення просторового кооперування [3].

В подальшому ці дослідження були продовжені Хувером і Розенфельдом. Хувер розділяв економіку урбанізації і економіку локалізації. Перша базувалася на перевагах міської місцевості, а друга – на територіальній близькості між діловими структурами, які взаємодіють між собою. Розенфельд вважав, що головною перевагою є зроблена на замовлення інфраструктура, яка надає можливість фірмам отримувати доходи та вигоди від розвитку комплексної інституціональної і матеріальної інфраструктури, яка сформована під потреби галузей і сфер спеціалізації регіону [1; 8].

Таким чином, теорія індустріальних округів А. Маршала та теорія промислової дислокації А. Вебера створили теоретичне підґрунтя для розвитку теорії кластеризації та мережевої економіки.

В подальшому дані підходи розроблялися Ф. Перру, який вважав, що зрозуміти джерела економічного зростання і змін можна лише, розкривши роль тих чи інших галузей у розвитку економіки. Ті галузі, що швидко розвиваються і домінують над іншими в результаті великого розміру, значного ринкового потенціалу чи провідній ролі інновацій, є полюсами зростання. Вони залучають в свою сферу

впливу інші фірми, створюють свого роду сузір'я, в які входять виобники, поставальники, інші економічні агенти, нагадуючи тим самим кластери. [6]

На основі теорії Ф. Перу формувалася стратегія регіонального розвитку, яка передбачала створення так званих центрів зростання у 70-х рр. 20 ст. Але оскільки дана стратегія майже не включала соціально-економічні передумови створення таких центрів зростання, вона не була реалізована. Крім того, більшість проблем їх створення вирішувалася шляхом адміністративних розпоряджень без врахування потенціалу регіону, реальних взаємозв'язків, які склалися між підприємствами і організаціями. Але, незважаючи на невдалий досвід реалізації, ідея центрів зростання теж представляє певний інтерес в процесі кластеризації.

Виходячи з цих теорій та ідей, М. Портер у 90-і рр. 20 ст. створює теорію промислових кластерів, яка базується на його теорії конкурентного ромбу [7]. Даючи оцінку джерел національних конкурентних переваг, М. Портер значну роль відводить фактору географічної близькості, оскільки успіх компанії багато в чому залежить від кластеру споріднених і допоміжних підприємств, розташованих у даному регіоні. Але, незважаючи на те, що М. Портер підкреслював роль географічної концентрації, він не вважав, що кластеризація повинна обмежуватися певною територією, тобто йдеться про те, що ступінь кластеризації в кінцевому підсумку залежить від території, масштабів та часових параметрів. Кластеризація передбачає розвиток горизонтальних, вертикальних та інших зв'язків і багато в чому залежить від змін у соціальній, культурній чи політичній сферах, які можуть негативно впливати на синергію в кластері.

Слід мати на увазі, що наслідком вдосконалення інфраструктури регіону може стати зміна структури виробництва, і деякі фірми покинуть регіон і не будуть учасниками кластеру, знизивши тим самим синергетичні ефекти. За таких умов географічний фактор вже не відіграє таку важливу роль. Масштаби консолідації для кластерів мають важливе значення, тому в деяких кластерах вони більші за

оптимальні, але при цьому розмір консолідації не може гарантувати високу ефективність процесу кластеризації.

Об'єднання підприємств регіону в кластери чи ділові мережі сприяє, перш за все, підвищенню рівня інноваційності та забезпеченню нових конкурентних переваг малим і середнім підприємствам, що в кінцевому підсумку означає зростання ефективності регіональної економіки. Малі та середні підприємства в кластерній моделі отримують можливість комбінувати переваги дрібного виробництва (гнучкість, швидкість реагування на запити споживачів, тощо) з ефектом масштабу. Якщо ж кластери формуються великими фірмами чи транснаціональними компаніями (ТНК), учасники кластеру отримують необхідну гнучкість.

Кластери і мережі є результатом розвитку процесів глобалізації та регіоналізації. Взаємозв'язок між ними досить тісний, у них багато спільних рис, але є й відмінності. Для розвитку регіональної економіки в сучасних умовах вони є ефективною формою організації відтворювальних процесів, налагодження повного циклу розвитку усіх галузей та сфер, починаючи з підготовки фахівців і закінчуючи реалізацією і споживанням готового продукту.

В економічній літературі мережу визначають як групу підприємств, що об'єднуються задля використання ресурсів, особливостей, специфічних переваг, реалізації спільних проектів [4; 8]. Завдяки спеціалізації і кооперуванню мережа забезпечує підприємствам більш повне використання їх потенціалу, вирішення спільних проблем, досягнення більш високої ефективності та освоєння нових ринків збуту. Розрізняють неформальні мережі, які створюються при вирішенні невеликої кількості проблем, і формальні мережі, які вирішують складні проблеми, що потребують значних ресурсів і передбачають довгострокові відносини [9].

Кластери залучають значно більше коло учасників, вони передбачають інститути підтримки, виробничі і комерційні структури, органи влади [8]. Для підприємств, що входять до кластерів, характерною є як географічна, так і галузева

концентрація. В рамках кластеру формуються, в свою чергу, різного роду мережі: виробничі, комерційні, соціальні, а також ділові мережі фірм, що надають різного роду послуги.

Для розвитку регіональної економіки, кластери і мережі створюють передумови її інноваційності. В процес продукування і використання інновацій за допомогою цих форм організації включаються всі підприємства регіону. Кластеризація і мережеві структури зменшують замкнутість підприємств різного рівня і надають їм доступ до новітніх технологій, нових форм організації бізнесу, нових можливостей у вирішенні соціальних проблем. Це, в свою чергу, створює важливі умови для іноземного інвестування в регіоні, навчання підприємств, швидкого розвитку малого і середнього підприємства, гармонізації діяльності органів влади, проведення діалогу між діловими, науковими та владними структурами щодо конкурентних переваг регіону та шляхів їх досягнення.

Кластери і мережі, складаючись з комбінацій галузей і сфер, які забезпечують випуск готового продукту, надають можливість більш ефективно організувати весь виробничий цикл. Для економіки України це вкрай важливо, оскільки в багатьох галузях та сферах ланцюг відтворення готового продукту розірваний, що спричиняє втрати на всіх фазах відтворювального процесу. Взаємопов'язаність компаній і організацій в кластерах і мережах розкриває сприятливі можливості для координації спільної діяльності, підвищення конкурентоспроможності галузей, сфер чи їх сукупності. Крім того, ці нові форми організації діяльності більшою мірою відповідають характеру сучасної конкуренції, яка не руйнує, а сприяє розвитку нового, прогресивного [1-2]. В межах кластерів і мереж з'являється можливість краще задовольняти мінливий попит споживачів за рахунок гнучкості виробничих структур на основі малого і середнього бізнесу, ефективніше використовувати нові технології, компетенції інших, системи маркетингу. Крім того, в межах кластерів і мереж зберігається непряма конкуренція між його учасниками, що не дає закос-

теніти даним структурам і втратити свої конкурентні переваги.

Порівняння кластерної і мережевої концепції з традиційною надає можливість чітко визначити, що в сучасних умовах перша концепція є більш ефективною, в ній поєднуються географічний, економічний, соціальний фактори, і їх синергія забезпечує високі економічні результати. Кластерна і мережева концепція базується на зв'язках і взаємозалежності підприємств, організацій, установ на даній території, об'єднання яких сформувалося природним чином на протязі певного часу. Це – не прості горизонтальні зв'язки між підприємствами однієї галузі, що діють на одному товарному ринку, входять до однієї промислової групи, кооперуються при проведенні досліджень, розробок, маркетингу, комерційної діяльності тощо.

Кластери – це, перш за все, мережеві структури, вони включають не лише горизонтальні, але й вертикальні зв'язки, складаються з комбінацій галузей. До їх складу входять різномірні і допоміжні структури.

Традиційна концепція встановлює жорсткі межі галузей і секторів, залишаючи поза увагою взаємозв'язки між ними, значення яких в сучасній економіці на різних її рівнях стає першочерговим. Кластерна і мережева концепція зосереджується на цих взаємозв'язках, і всі сучасні проблеми економіки аналізує з позицій взаємозалежності фірм, ринків, території, національних економік.

Формування кластерів і мереж в тому чи іншому регіоні пов'язано з цілою низкою передумов, які проявляються не у всіх регіонах у повному обсязі, але повинна бути їх критична маса для того, щоб кластер виявився, структурувався і успішно функціонував. Одна з важливих передумов – це близькість до ринків. Вона важлива для кластерів, що складаються з підприємств, які виробляють продукцію, котру важко транспортувати чи процес виробництва якої потребує постійних контактів з постачальниками і споживачами. Велике значення має і така передумова як підготовка професійної робочої сили. Багато кластерів у різних країнах

світу сформувалися на основі освітніх організацій (університети, технічні центри тощо), які не лише готують фахівців, але й ведуть науково-дослідну роботу, результати якої можуть використовувати всі учасники кластеру. Наявність таких організацій у регіоні надає можливість створювати високотехнологічні венчурні компанії. При цьому освітня діяльність повинна координуватися урядом, а освітні програми повинні відповідати запитам економічного розвитку регіонів. Мережі і кластери сприяють глобалізації капіталу, але при цьому праця локалізується і перебуває під впливом тенденцій регіоналізації та децентралізації. Колективний характер праці в сучасних умовах послаблюється, посилюється її диверсифікація та індивідуалізація. За таких умов мережі та кластери стають інструментом залучення працівників потрібного профілю у відповідності до регіональної специфіки.

Важливою передумовою формування кластерів і мереж є наявність постачальників матеріальних ресурсів. Звичайно, матеріальні ресурси можна залучати із інших регіонів, але їх наявність продукує більш широкі можливості, оскільки постачальники і споживачі ресурсів уже мають досвід співробітництва, який в рамках кластеру може бути використаний поруч з новими формами співробітництва, що розвиваються в кластері. В результаті такого співробітництва специфічні місцеві ресурси включаються в оборот у більш широкі масштабах, що теж підсилює процеси кластеризації. Кластерна модель будується з врахуванням того, що взаємодія і взаємодоповнюваність створюють умови для зростання розмірів фірми, які працюють в межах кластеру. Це, в свою чергу, дозволяє використовувати ефект масштабу, знижувати відносні витрати, вирішувати відповідні соціальні проблеми.

Кластеризація економіки і створення мереж передбачає наявність сучасної інфраструктури регіону, яка здійснює зростаючий вплив на ефективність діяльності фірм, організацій та їх об'єднань. Рівень розвитку всіх елементів інфраструктури, починаючи з транспорту, зв'язку і закінчуючи охороною здоров'я і культурою,

впливає безпосередньо на діяльність виробничих регіональних систем, оскільки формує для неї необхідні соціально-економічні та морально-психологічні умови. Особливо це стосується кластерів і мереж, оскільки вони базуються на тісних взаємозв'язках та взаємодії, що передбачає високий рівень довіри та партнерства. Удосконалення інфраструктури регіонів передбачає відповідні процеси інституціоналізації. Якщо на національному рівні в Україні ці процеси вже розпочалися, регіональний рівень потребує додаткових зусиль, оскільки створення інститутів підтримки підприємства (перший крок) відбувається нерівномірно в різних регіонах.

Кластери та мережі передбачають також значне зниження трансакційних витрат, оскільки учасники кластерів і мереж постійно взаємодіють між собою і витрати на переговори, заключення контрактів та їх виконання значно знижуються. Довіра і соціальні та дружні зв'язки також сприяють скороченню даних витрат. Вільний обмін та доступ до інформації є однією з важливих передумов створення кластерів і одночасно результатом їх функціонування. В сучасному виробництві інформаційне обслуговування є однією з найважливіших функцій, а якість інформації – основою прийняття ефективних рішень.

Висновки. Кластерні утворення і мережеві системи в сучасних умовах сприяють подоланню замкнутості, неадекватності, руйнівної конкуренції, прискоренню обміну інформацією, появі інновацій та впровадженню їх як у великих, так і у малих корпоративних структурах. В результаті регіональна економіка піднімається на новий рівень розвитку, що відповідним чином посилює конкурентні переваги національної економіки. Застосування кластерних моделей прийнятне як в розвинутих економіках, так і в економіках, що розвиваються, а також у трансформаційних економіках. Досвід багатьох країн світу це підтверджує. Для формування кластерів у всіх регіонах України є майже весь набір передумов, але на кластеризацію впливають не лише економічні фактори. Особливого значення в сучасних умовах набуває політична нестабільність, соціальні проблеми, культурні розриви, подолан-

ня яких надасть можливість у подальшому використати ці нові форми організації регіональної економіки, які відповідають

економіці знань, сучасній економіці і дозволяють комплексно реалізувати потенціал регіону.

Список літератури:

1. Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики. / М. Афанасьев, Л. Мясникова. // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 75-86.
2. Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития. – М.: TEUC, 2002.
3. Weber A. Theory of the Location of Industries. – Chicago: University of Chicago Press, 1929. – 256 с.
4. Захарченко В.И. Кластерная форма территориально-производственной организации. – Ч. 2. Повышение региональной конкурентоспособности на основе кластерного подхода / Захарченко В.И., Осипов В. Н. – Одесса: «Фаворит» – «Печатный дом», 2010. – 236 с.
5. Маршалл А. Принципы экономической науки: пер. с англ. Т. 1 / А. Маршалл. – М.: Прогресс: Универс, 1993. – 416 с.
6. Perroux F. Economic Space: Theory and Applications. / F. Perroux // Quarterly Journal of Economics. – 1950. – Р. 89-104.
7. Портер М. Конкуренция. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2006. – 608 с.
8. Соколенко С. І. Кластери в глобальній економіці: Монографія / С. І. Соколенко. – К., Логос, 2004. – 848 с.
9. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций: учеб. пособие / М.Ю. Шерешева; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономик, 2010. – 339 с.

Прокофьева А. С.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ КЛАСТЕРОВ И СЕТЕЙ

Резюме

В статье раскрыты направления развития региональной экономики на основе кластерных образований и сетевых систем. Они трансформируют регион в субъект экономической деятельности, который в условиях глобализованой экономики играет важную роль в обеспечении конкурентных преимуществ национальной экономики на мировых рынках.

Ключевые слова: регион, региональная экономика, кластер, сеть, конкурентные преимущества.

Prokofieva A. S.

Odessa I. I. Mechnikov National University

DEVELOPMENT OF REGIONAL ECONOMY BASED ON CLUSTERS AND NETWORKS

Summary

The article deals with the direction of development of the regional economy on the basis of cluster formations and network systems. They transform region in the subject of economic activity, which in conditions globalizovanoy economy plays an important role in ensuring the competitive advantages of the national economy in the world markets.

Keywords: region, regional economy, cluster, network, competitive advantages.

УДК 339.137.2

Пугачова І. М.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

В статті приведено порівняльний аналіз теоретичних підходів до визначення поняття «конкурентні переваги», визначено їх сутність та відмінності. Аналізуються основні підходи до визначення конкурентних переваг: ресурсний, компаративний та ціннісно-компетентнісний. Розглядаються властивості конкурентних переваг та класифікаційні ознаки, за якими їх розрізняють. Робиться наголос на конкурентних перевагах як основі забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання і національної економіки.

Ключові слова: конкурентні переваги, конкурентоспроможність, інновації.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток суспільства посилює роль знань і науки в економіці, прискорює інноваційні процеси, що в результаті призводить до зміни механізму конкурентного суперництва. За таких умов актуальною стає проблема забезпечення конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність стала необхідною вимогою, що пред'являється сучасною світовою економікою до будь-якого економічного суб'єкта. Проблема забезпечення конкурентоспроможності підприємств є головною передумовою підтримання їх стійких позицій на внутрішньому та міжнародному ринках. Оскільки в основі забезпечення конкурентоспроможності країни, регіону, суб'єкта господарювання лежать конкурентні переваги, то їх виявлення та посилення є ефективним вирішенням зазначеної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема пошуку та оцінювання конкурентних переваг займалося багато провідних зарубіжних та вітчизняних вчених. Найбільш відомими теоретичними дослідженнями конкурентних переваг у зарубіжній науковій думці є праці Г.Л. Азоева, О.С. Віханського, Я. Гордона, Ж.-Ж. Ламбена, Дж. Мура, М. Портера, К.К. Прхалада, Г. Хемела, Й. Шумпетера, Р.А. Фатхутдінова, А.Ю. Юданова та багатьох інших. Серед українських учених, котрі активно досліджують різноманітні аспекти даної проблематики, варто відзначити З.М. Борисенко, Б.Є. Кваснюка, Н.В. Куденко, О.Є. Кузьміна, Л.І. Піддубну, Є.О. Полтавську, Н.П. Тарнавську, О.Б. Чернегу. Науко-

вий доробок згаданих вчених охоплює практично всі актуальні питання побудови і реалізації конкурентних переваг: теорію питання, методологію й методику оцінювання конкурентного статусу підприємств та забезпечення їх конкурентоспроможності, методи дослідження конкурентів та побудови конкурентних переваг. Віддаючи належне високому рівню існуючих наукових напрацювань, варто, на наш погляд, звернути увагу що єдиного загальноприйнятого визначення цього поняття не розроблено.

Метою статті є проведення порівняльного аналізу існуючих теоретичних підходів до дослідження конкурентних переваг, які є основою конкурентоспроможності на мікро- та макrorівні.

Виклад основного матеріалу. Формування і використання конкурентних переваг є важливим кроком забезпечення конкурентоспроможності, яку потрібно вважати властивістю об'єкта, що характеризується ступенем реальної чи потенційної переваги ним в конкурентній боротьбі порівняно з аналогічними об'єктами на певному ринку. Тому, можна стверджувати, що конкурентні переваги визначають конкурентоспроможність на будь-якому рівні та є основою її забезпечення.

У загальному розумінні конкурентна перевага – це ті характеристики або властивості, які створюють для суб'єктів господарювання певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Тобто, конкурентна перевага є відносним поняттям, що визначається у порівнянні з конкурентом. Проте категорія «конкурентна

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «конкурентні переваги»

Автор	Визначення поняття «конкурентні переваги»	Аналіз визначення
Компаративний підхід		
Азоєв Г.Л. [3]	Концентрований прояв переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, який можна виміряти економічними показниками (додатковий прибуток, вища рентабельність, частка ринку, обсяг продажів).	Не усі конкурентні переваги можна виміряти економічними показниками.
Вовчак А.В., Камишніков Р.В. [4]	Характеристики чи властивості, які забезпечують перевагу над прямими конкурентами	Занадто загальне визначення.
Куденко Н. В. [5]	Показник, що забезпечує перевагу над конкурентами на цільовому ринку.	Термін «показник»: 1) не дозволяє побачити усю багатогранність конкурентних переваг; 2) нівелює якісний вимір конкурентних переваг.
Попов С. [6]	Характеристики, котрі створюють для організації, що виробляє й/або реалізує окремий продукт, певні переваги над конкурентами; будь-які інновації, що дають реальне збільшення бізнес-успіху.	Акцент робиться тільки на інноваціях, що звужує поняття «конкурентні переваги».
Шевченко Л.С. [7]	Характеристики товарів (споживчі властивості), специфічні умови виробництва й продажу, додаткові послуги, які відрізняють діяльність фірми й створюють її переваги над прямими конкурентами.	Підхід з позиції товару доповнений і розширений.
Ресурсний підхід		
Градов А.П. [8]	Продуктивність використання ресурсів. Проявляється в зіставленні з іншими суб'єктами господарювання, є глобальною метою економічної стратегії.	Занадто глобальний масштаб охоплення.
Карлоф Б. [9]	Те, на що спрямовано всі стратегії в сфері бізнесу; вони формуються численними факторами: ефективним виробництвом, володінням патентами, рекламою, грамотним менеджментом, відношенням до споживачів.	Занадто глобальний масштаб охоплення.
Маркова В.Д. [10]	Унікальні відчутні й неловимі ресурси, якими володіє суб'єкт господарювання, а також стратегічно важливі для нього сфери бізнесу, які дають змогу перемагати в конкурентній боротьбі.	Ресурсний підхід скоригований з урахуванням фактору стратегічно важливих сфер бізнесу.
Портер М. [11]	Сукупність факторів, що визначають успіх або невдачу суб'єкта господарювання в конкуренції; продуктивність використання ресурсів.	Характеризує конкурентну перевагу як позитивну відмінність у продуктивності використання ресурсів.
Вернерфельд Б. [2]	Конкурентна перевага створюється на основі її здатності зібрати і використовувати потрібну комбінацію ресурсів. Стійка конкурентна перевага досягається шляхом постійного розвитку існуючих ресурсів та здатностей і створення нових у відповідь на швидкі зміни ситуації на ринках.	Не йдеться про перемогу в конкурентній боротьбі, не враховано перемогу над конкурентами.
Ціннісно-компетентнісний підхід		
Ламбен Ж.-Ж. [12]	Характеристики або властивості (атрибути) товару або торговельної марки, що забезпечують перевагу над прямими конкурентами.	Конкурентна перевага розглядається, перш за все, з позицій товару.
Полтавська Є.О. [13]	Результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей товару, які становлять цінність для покупця.	Акцент зроблено саме на управління процесами формування цінних для покупця атрибутів товару.
Фатхутдинов Р.А. [14]	Певна ексклюзивна цінність, властива системі, яка надає їй перевагу над конкурентами.	Акцент робиться на ексклюзивності, що звужує поняття.
Шегда А.В. [15]	Висока компетентність виробника у будь-якій сфері, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів.	Висока компетентність в широкому плані поєднується з результатами створення цінностей для покупців.

перевага» є більш багатогранною, а дане визначення не розкриває його усі сутнісні аспекти.

Як вже зазначалось, наявні теоретичні підходи до визначення конкурентних переваг не є вичерпними, вони доповнюють один одного, проте цього недостатньо. Дослідник Ю.Б. Іванов у своїй монографії «Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток» пропонує виділити три основних підходи до визначення конкурентних переваг: компаративний, ресурсний та ціннісно-компетентнісний [1]. Тому для дослідження сутності конкурентних переваг проведемо порівняльний аналіз даних підходів, представивши їх у вигляді таблиці.

Аналізуючи визначення конкурентних переваг, представлені в таблиці 1, можна дійти висновку, що головною з точки зору компаративного підходу є перевага над конкурентами, тобто прояв властивості відносності. В даному підході чітко прослідковується порівняльний характер конкурентної переваги, оскільки вона оцінюється шляхом порівняння окремих характеристик. Основним недоліком компаративного підходу, на наш погляд, є занадто загальне трактування, адже основна увага, як вже зазначалось, робиться на властивості відносності. Таке уявлення спрощує сутність конкурентних переваг, оскільки неможливо в одному визначенні охопити усі сфери, в яких може бути досягнута перевага над конкурентами.

У відповідності до ресурсного підходу, зміст конкурентних переваг розкривається через набір ресурсів чи факторів, які дають змогу одержати перемогу в конкурентній боротьбі. В основі даного підходу лежить здатність підприємства якнайефективніше використовувати ресурси. Головний акцент зосереджено на тому, що стійкий успіх організації залежить від наявності у неї унікальних ресурсів і організаційних здібностей (компетенцій), які визначають конкурентні переваги даної організації. Зауважимо, що основоположником ресурсної концепції прийнято вважати Б. Вернерфельта, що опублікував у 1984 р. статтю «Ресурсне трактування фірми», в якій він обґрунтував, що реальними факторами конкуренто-

спроможності є саме ресурси організації. У зв'язку з цим даний підхід набуває все більшої популярності з початку 1990-х років. [2].

Ресурсний підхід базується в основному на перевагах продуктивності використання ресурсів підприємства, тобто наголошується на внутрішніх перевагах, однак недостатня увага приділяється перевагам зовнішнього характеру, не враховується фактор мінливості зовнішнього оточення.

Ціннісно-компетентнісний підхід до визначення конкурентних переваг є менш розповсюдженим, ніж попередні підходи. На наш погляд, його можна співставити з компаративним підходом, адже тут в основі також лежить властивість відносності конкурентних переваг. Проте в даному випадку дана властивість виражається або через цінність, або через компетентність. Тому недоліком ціннісно-компетентнісного підходу можна назвати неврахування якісної сторони конкурентних переваг, а саме соціально-економічної ефективності діяльності, відношення споживачів тощо.

Можна зробити висновок, що визначення конкурентних переваг, запропоновані різними авторами, не повною мірою відповідають вимогам системності й комплексності, тобто вони не характеризують конкурентну перевагу як системну категорію. У зв'язку з цим запропонуємо власне бачення сутності конкурентних переваг. На наш погляд, під конкурентними перевагами слід розуміти концентрований прояв перемоги (в коротко- та довгостроковому періодах) над конкурентами у боротьбі за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів шляхом кращого управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей процесу або продукту, які становлять цінність для споживачів. Таке розуміння, на наш погляд, є більш обґрунтованим, оскільки основна увага зосереджена саме на результаті перемоги в боротьбі, а не на методах досягнення цієї перемоги. Адже існує велика кількість методів досягнення перемоги в конкурентній боротьбі. Крім цього, запропоноване нами визначення конкурентних переваг розповсюджуються як в короткотерміновому,

так і в довготерміновому періодах, що свідчить про їх стійкий характер.

Незважаючи на різноманітність поглядів щодо визначення конкурентних переваг, більшість вчених погоджується з певним набором властивостей, якими має володіти конкурентна перевага. Основні властивості конкурентних переваг представлено в табл. 2.

Конкурентні переваги повинні бути стійкими та гнучкими, щоб піддаватися адаптації до змін у ринковому середовищі, формуватися на стратегічному рівні з урахуванням взаємодії і погодженості усіх функціональних сфер діяльності підприємства, що дозволить підприємству раціонально управляти ресурсами та бути конкурентоспроможним на ринку в довгостроковій перспективі в цілому. Деякі властивості вже згадувались в ході аналітичного огляду існуючих визначень конкурентних переваг.

Таблиця 2

Властивості конкурентних переваг

Властивість конкурентної переваги	Характеристика властивості
Відносність	Конкурентна перевага проявляється тільки внаслідок порівняння окремих аспектів діяльності або товарів різних виробників, тобто вона має порівняльний характер. Відносність конкурентних переваг окреслюється конкретним товаром і умовами конкуренції.
Динамічність	Можливість змінюватися в залежності від стадії життєвого циклу товару, конкурентного оточення, зміни попиту на продукцію та інших факторів зовнішнього середовища.
Адаптивність	Можливість адаптації конкретної конкурентної переваги до умов, що змінюються (мінливих умов ринку, в яких функціонує фірма).
Стійкість	Здатність зберігати цінність протягом тривалого періоду часу (детермінується тривалістю її життєвого циклу).
Ефективність	Її сутність полягає в досягненні певного результату від використання конкурентної переваги на одиницю витрат, пов'язаних з її реалізацією

Джерело: [3; 16]

Відштовхуючись від основних властивостей конкурентної переваги, можна на-

дати їй таке визначення: це – відносна категорія, що проявляється в конкурентному середовищі, характеризується здатністю адаптації до умов, що змінюються, певним рівнем стійкості та ефективності, що визначає можливості успішного функціонування виробничо-господарської системи в конкурентному оточенні.

Для формування чіткого уявлення про конкурентні переваги необхідно зупинитись на питанні їх класифікації. Огляд економічної літератури свідчить про існування значної кількості різновидів конкурентних переваг, які класифікують за такими ознаками: за джерелом походження, за методами конкуренції, щодо терміну дії, за характером виникнення, відносно рівня ієрархії, за сферою прояву, за змістом фактору переваг, за взаємодією з п'ятьма силами конкуренції М. Портера, за ступенем стійкості та відтворюваності тощо.

Детальніше розглянемо конкурентні переваги за джерелами їх виникнення. Згідно даної класифікаційної ознаки виділяють внутрішні та зовнішні конкурентні переваги. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту), які перевищують аналогічні характеристики конкурентів. Зовнішні конкурентні переваги базуються на можливості підприємства створити важливіші цінності для його клієнтів, що створює більш повне задоволення їх потреб, зменшення витрат та підвищення ефективності їх діяльності. Тобто внутрішні конкурентні переваги засновані на функціональних сферах діяльності підприємства і характеризують цінності для виробника, зовнішні – характеризують ринкову перевагу підприємства у задоволенні потреб споживача.

Зрозуміло, що базисом загальної конкурентної переваги підприємства є внутрішні конкурентні переваги. Але, на наш погляд, це – лише потенціал досягнення підприємством своїх конкурентних позицій. Саме зовнішні конкурентні переваги, з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання внутрішніх переваг, а з іншого, – забезпечують йому стійкі конкурентні позиції,

оскільки цілеспрямовують його на чітку діяльність по задоволенню потреб конкретної групи споживачів.

До внутрішніх конкурентних переваг відносять: виробничі, технологічні, кваліфікаційні, організаційні, управлінські, інноваційні, наслідкові, економічні, географічні. До зовнішніх конкурентних переваг підприємства можна віднести: інформаційні, конструктивні, якісні, поведінкові, кон'юнктурні, сервісні, іміджеві, цінові, збутові, комунікаційні (табл. 3).

Конкурентоспроможність підприємства формується на базі конкурентних переваг. Для того, щоб перевага приносила перемогу у боротьбі із конкурентами, вона має відповідати таким вимогам:

– забезпечувати підприємству стійке ринкове становище, на тривалий час відносно відрізнити його від конкурентів;

– бути націленою на специфічні запити клієнта, що дозволить принести користь цільовій групі споживачів;

– спиратися на специфічні, оригінальні здатності й ресурси підприємства, які не піддаються імітації з боку конкурентів;

– мати інноваційний характер для визначення напрямів і встановлення пріоритетності заходів щодо управління підприємством.

Висновки. Узагальнюючи наведені визначення конкурентних переваг, слід зазначити, що їхня сутність здебільшого виявляється через такі характеристики як: здатність ефективно розподіляти ресурси, досягаючи більш стійкого і тривалого знаходження на ринку, ніж конкуренти; сукупність характеристик, властивостей, ресурсів, цінностей, якими володіє підприємство і які забезпечують йому пере-

Таблиця 3

Складові внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг

Складова	Зміст
Внутрішні конкурентні переваги	
виробничі	продуктивність праці, рівень витрат, раціональність експлуатації основних фондів, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами
технологічні	сучасність, досконалість, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень НТП
кваліфікаційні	професійність, майстерність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень
організаційні	сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість діючої організаційної структури
управлінські	ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю, виробничими, та збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу
інноваційні	системи та методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність та впровадження "ноу-хау"
наслідкові	ринкова культура підприємства, традиції, історія
економічні	наявність джерел фінансування, платоспроможність, ліквідність, прибутковість, рентабельність
географічні	розміщення, близькість до джерел матеріальних, людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу
Зовнішні конкурентні переваги	
інформаційні	міра поінформованості про стан та тенденції розвитку ринку, дію сил та умов навколишнього маркетингового середовища, поведінку споживачів, конкурентів
конструктивні	технічні характеристики продукції, її дизайн, упаковка
якісні	рівень якості продукції за оцінками споживачів
кон'юнктурні	ринкові умови діяльності, конкурентне середовище, (кількість і поведінка конкурентів, гострота конкуренції)
сервісні	рівень та якість послуг, що надаються підприємством;
іміджеві	загальні уявлення споживачів про підприємство та його товари, популярність;
цінові	рівень та можлива динаміка цін, їх соціальна спрямованість, ринкова влада підприємства
збутові	прийоми та методи розподілу продукції, замовлення
комунікаційні	канали і способи розповсюдження інформації про підприємство, наявність і використання зв'язку.

Складено автором

вагу над конкурентами; результат більш ефективного за конкурентів управління процесами формування і розвитку якісних і кількісних властивостей продукту, що мають цінність для покупця. На основі цього нами запропоновано власне визначення конкурентних переваг: концентрований прояв перемоги (в коротко- та довгостроковому періодах) над конкурентами у боротьбі за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів шляхом кращого управління процесами формування таких якісних і кількісних властивостей процесу або продукту, які становлять цінність для споживачів.

Конкурентна перевага має відповідати певним властивостям: відносність, динамічність, адаптивність, стійкість та ефективність. Їх комплекс дає можливість формувати та посилювати конкурентні переваги, і як наслідок, забезпечувати конкурентоспроможність на різних рівнях економіки.

Конкурентні переваги не лише впливають на рівень конкурентоспромож-

ності підприємства, але й є джерелом розширення можливостей зі зниження витрат, покращення якості продукції, підвищення гнучкості реагування на попит, раціонального використання ресурсів, впровадження інновацій, вироблення оптимальних шляхів виходу з фінансових та економічних проблем, адаптивності системи управління підприємством до змін внутрішнього і зовнішнього середовищ, що є передумовами формування і розвитку дієвої системи управління конкурентними перевагами підприємства.

З огляду на вищесказане, наголосимо на тому, що найціннішими є конкурентні переваги, які не можуть бути імітовані, являють собою певні входні бар'єри у галузь і є довгостроковими, чим гарантують наявність стабільного прибутку та виживання компанії в умовах конкурентної боротьби. Ці суттєві моменти повинно враховувати в своїй діяльності кожне підприємство для забезпечення і підвищення своєї конкурентоспроможності.

Список літератури:

1. Іванов. Ю.Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток: монографія / Ю.Б. Іванов, П.А. Орлов, О.Ю. Іванова. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 352 с.
2. Wernerfelt B.A. Resource – Based View of the Firm // *Strategic Management Journal*. – 1984. – Vol. 5 № 2. – P. 171–180.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
4. Вовчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація. / А.В. Вовчак, Р.В. Камишніков. // *Маркетинг в Україні*. – 2005. – № 2. – С. 50-53.
5. Куденко Н.В. Маркетингові стратегії фірми: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
6. Інтегровані структури бізнесу: проблеми теорії та практики оцінювання конкурентоспроможності / М.О. Кизим, В.С. Пономаренко, В.М. Горбатов, О.М. Ястремська: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. – 368 с.
7. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: учебн. пособ. – Харьков: Изд-во «Эспада», 2004. – 520 с.
8. Экономическая стратегия фирмы / Под ред. Градова А.П. – СПб.: Специальная литература, 1999. – 589 с.
9. Карлоф Б. Деловая стратегия: концепция, содержание, символы / Б. Карлоф; [пер. с англ.]. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
10. Маркова В.Д., Кузнецова С.А. Стратегічний менеджмент: Курс лекцій. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибірське угоду, 1999. – 288 с.
11. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – 798 с.
12. Ламбен Жан Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок: пер. с англ. / под ред. В.Б. Колчанова. – СПб.: Изд-во «Питер», 2004. – 800 с.
13. Полтавская Е.А. Конкуренция и конкурентные преимущества / Е.А.Полтавская // *Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр.* – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – Вип. 141. – С. 41-44.
14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
15. Шегда А.В. Основы менеджмента: учебное пособие / А.В. Шегда. – К.: Знання, КОО, 2004. – 512 с.
16. Позняк С.В. Конкурентні переваги підприємства: особливості та етапи формування в контексті сучасних умов ведення бізнесу. / С.В. Позняк. // *Стратегія економічного розвитку України*. – 2010. – Вип. 26-27. – С. 124-130.

Пугачёва И. Н.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ КОНЦЕПЦИЙ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Резюме

В статье приведен сравнительный анализ теоретических подходов к определению понятия «конкурентные преимущества», определена их сущность и отличия. Анализируются основные подходы к определению конкурентных преимуществ: ресурсный, компаративный, ценностно-компетентносный. Рассматриваются свойства конкурентных преимуществ и классификационные признаки, по которым их различают. Делается акцент на конкурентных преимуществах как основе обеспечения конкурентоспособности субъектов хозяйствования и национальной экономики.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, конкурентоспособность, инновации.

Pugacheva I. M.

Odessa I. I. Mechnikov National University

COMPARATIVE ANALYSIS OF THEORETICAL CONCEPTS COMPETITIVE ADVANTAGE

Summary

The article presents a comparative analysis of the theoretical approaches to the definition of "competitive advantage", defined their essence and differences. It consider the properties of competitive advantages and classification features, which distinguish them. Emphasis on competitive advantages as the basis for competitiveness of business entities and the national economy.

Keywords: competitive advantage, competitiveness, innovation.

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 339.138:339.37

Алданькова Г. В.

Київський національний торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Досліджено проблеми управління маркетинговими комунікаціями підприємств. Проаналізовано розподіл функцій управління маркетинговими комунікаціями між департаментами підприємства. Визначено основні критерії вибору рекламного агентства у процесі формування, реалізації, впровадження маркетингових комунікацій.

Ключові слова: функції управління маркетинговими комунікаціями підприємства, критерії вибору рекламного агентства, рейтинг медіаагентств, креативність рекламного агентства.

Постановка проблеми. В умовах економічної кризи і процесів поглинання слабких компаній сильнішими постають питання про зміст, доцільність та ефективність роботи маркетингових служб підприємств, оптимізацію їх діяльності, зокрема й за рахунок делегування їх функцій стороннім виконавцям.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує інтерес науковців, практиків, фахівців рекламного ринку і підприємств-рекламодавців до зазначеного питання. Серед досліджень можна виділити роботи практика А.В. Рукавишнікова [1], науковців А.А. Мазаракі [2], О.М. Мельникович [3].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах трансформації ринку маркетингово-комунікаційних послуг, визваних змінами в економічній ситуації в Україні, багато підприємств торгівлі, що працюють на ринку побутової техніки та електроніки, відмовляються від звичних інструментів просування товарів та послуг, перерозподіляють бюджети на просування по інших каналах комунікації та реорганізують структури, що традиційно займалися питаннями маркетингових комунікацій на підприємствах. Тому питання розподілу функцій управління маркетинговими комунікаціями між департаментами підприємства, делегування їх рекламному

агентству є актуальними і потребують додаткового дослідження.

Метою статті є дослідження питань управління маркетинговими комунікаціями підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу. Торгівля побутовою технікою й електронікою, що була однією з найдинамічних сфер споживчого ринку, у кризи виявилася серед лідерів падіння. Більшість споживачів відмовляються від покупок техніки, яка не є предметом першої необхідності, або сприймають комп'ютерну, аудіо-, відео- і велику побутову техніку як об'єкт інвестицій та збереження накопичень. Водночас різноманітність місць реалізації техніки досить велика. Під впливом кризи торговельні мережі закривають магазини, змінюють формати або зовсім припиняють операційну діяльність. В складних умовах постає питання якісного управління комунікаційною діяльністю підприємства.

Проведене нами дослідження та аналіз сайтів торгових мереж, що працюють на ринку побутової техніки та електроніки, контент-аналіз ЗМІ, дозволили визначити підрозділи, які здійснюють маркетингову комунікаційну діяльність досліджуваних підприємств. Отже, найчастіше функції управління маркетинговими комунікаціями виконує відділ маркетингу та реклами (33,3% та 22,2% відповідно). У всіх типів мереж зустрічаються PR-служба, прес-

служба. Невеликі за обсягами діяльності підприємства не мають фахівців і просуванням займається сам керівник підприємства.

Основні підходи до розподілу функцій управління маркетинговими комунікаціями підприємств, що здійснюють торгівлю високотехнологічними товарами показано у таблиці 1.

Таблиця 1

Реалізація функцій управління маркетинговими комунікаціями мереж

Підрозділ	Планування	Організація	Контроль
1. Дирекція мереж	+	-	+
2. Внутрішнє агентство підприємства	+	+	+
3. Департамент (відділ) маркетингу	+	+	+
4. Департамент (відділ) реклами	+	+	+
5. Департамент (відділ) продажів (комерційний відділ)	+	+	+
6. Керівники супермаркетів	-	-	+

Джерело: результати авторського дослідження

Отже, дирекція компанії бере участь у плануванні та контролі здійснення маркетингової комунікаційної діяльності. Функції планування, організації та контролю просування часто розподілено на підприємствах між декількома підрозділами, а не зосереджено в одному з них. Департаменти продажів, комерційні відділи активно беруть участь на всіх етапах управління маркетинговими комунікаціями.

Виявлені функціональні обов'язки, які оголошені у вимогах роботодавців до претендентів на вакансії в підрозділах, що займаються маркетинговою комунікаційною діяльністю мереж із продажу техніки (табл. 2).

Дослідження показало, що мережі всіх типів проводять маркетингові дослідження та стратегічне планування комунікаційної діяльності; всі мережі побутової техніки й електроніки беруть участь у розробці, впровадженні й дотриманні фірмового стилю, єдиних стандартів внутрішньої й зовнішньої візуалізації магазинів. Функціональні обов'язки, які не оголошуються у вимогах роботодавців: брендинг, креатив, розробка концепцій і

виробництво рекламних матеріалів, аналіз ефективності рекламних кампаній, носіїв у мережах комп'ютерної техніки та портативної електроніки; планування й проведення локальних рекламних кампаній при відкритті нових магазинів, креатив у мережах салонів мобільного зв'язку та цифрової техніки; планування, організація й контроль локальних маркетингових заходів, спрямованих на підтримку магазинів мережі в регіонах, підготовка звітів із проведення промоактивності у мережах побутової техніки й електроніки. Це може пояснюватися переданням цих функцій стороннім виконавцям.

Характер взаємодії крупних компаній, що володіють великими рекламними бюджетами з рекламними агентствами відрізняється від невеликих і середніх компаній, які застосовують недорогі форми комунікацій. Однак відповідальність за рекламні кампанії несуть не агентства, а компанія-замовник рекламного продукту, і тому саме підрозділи підприємства, що займаються просуванням його і його товарів на ринку повинні здійснювати більш ретельний підбір виконавця і систематичний контроль того, як агентство виконує досягнуті на переговорах домовленості в ході реалізації проекту [1, с. 117].

Співпраця з РА для великих і середніх компаній може складатися з декількох етапів, починаючи з його вибору. Обирається РА на підставі тендерних пропозицій серед двох-п'яти агентств, які розробляють ідеї майбутніх рекламних кампаній і презентують їх замовникам. Підприємства замовляють різносторонні послуги: від маркетингових досліджень, креативного та PR-обслуговування до виробництва та розміщення реклами. Наприклад, агентство Brandcom протягом 2012 р. забезпечувало PR-підтримку всеукраїнської мережі «Технополіс». Агентство відповідало за щоденну комунікацію компанії зі ЗМІ та забезпечувало організацію і PR-підтримку спеціальних медіа-проектів, спрямованих на популяризацію мережі серед ключових стейкхолдерів – зацікавлених осіб компанії. Частина операційних процесів була передана на аутсорсинг, що дозволило звільнити ресурси і приділити більше уваги стратегії.

У такий спосіб відбувалась екстраполяція комунікаційних технологій агентства Brandcom, що володіє експертизою системного управління комунікаційними проектами, на ринок роздрібної торгівлі споживчою електронікою, а мережа «Технополіс» отримала надійність і професіоналізм партнера [4].

Головними критеріями оцінки комерційних пропозицій є найчастіше комплексність пропонованої послуги, оптимальність бюджету та строки виконання робіт [1, с. 126]. Ми виділили такі критерії (табл. 3).

Найбільш важливими критеріями (23,3% від усієї кількості) є: ключові клієнти агентства, основні напрями діяльності, загальний період роботи, період роботи з певного виду діяльності, клієнт-

ський сервіс, контроль виконання робіт щодо проекту, порядок та умови оплати, відстрочення платежу в календарних днях, і ті, що присвячені досвіду роботи претендента. Існують умови, яких прагнуть дотримуватися учасники рекламного ринку. Серед них:

1. Одне і те ж агентство не може обслуговувати компанії-конкуренти. Те, що одне і те ж агентство не обслуговує компанії-конкуренти, показує також досвід російських мереж супермаркетів з продажу побутової техніки та електроніки «Ельдорадо» та мереж салонів мобільного зв'язку «Евросеть», що працювали на українському ринку і входять до числа провідних рекламодавців України і Росії [5].

2. Допускається обслуговування клієнтів агентствами, що входять в одну групу,

Таблиця 2

Функції відділів, що займаються маркетинговою комунікаційною діяльністю торговельних мереж, %

Функції відділів	Мережі		
	побутової техніки й електроніки	салонів мобільного зв'язку та цифрової техніки	комп'ютерної техніки та портативної електроніки
Проведення маркетингових досліджень	100,0	100,0	100,0
Стратегічне планування комунікаційної діяльності	100,0	100,0	100,0
Ко-брендинг (планування і проведення спільних рекламних акцій)	25,0	50,0	50,0
Участь у просуванні в Інтернеті	25,0	75,0	50,0
Контроль своєчасності підготовки, оплат, розміщення й експонування рекламних матеріалів	25,0	75,0	25,0
Брендинг	25,0	25,0	0
Участь у розробці, впровадженні й дотриманні фірмового стилю, єдиних стандартів внутрішньої й зовнішньої візуалізації магазинів	100,0	75,0	50,0
Креатив	50,0	0	0
Участь у розробці концепцій та виробництві рекламних матеріалів	75,0	75,0	0
Планування, розробка і контроль PR	75,0	75,0	25,0
Планування, організація й контроль локальних маркетингових заходів, спрямованих на підтримку магазинів мережі в регіонах	0	50,0	25,0
Планування й проведення локальних рекламних кампаній при відкритті нових магазинів	50,0	0	25,0
Звіт про проведення промоактивності (фотозвіти й ефірні довідки)	0	25,0	25,0
Аналіз ефективності рекламних кампаній, носіїв і т.ін.	50,0	50,0	0
Складання звітів для вендорів	0	0	25,0

Джерело: результати авторського дослідження

наприклад, компанію «Фокстрот. Техніка для дома» в 2011 р. обслуговувало агентство MediaVest, яке входить до групи Publicis. У цю ж групу входить агентство Starcom, яке обслуговувало в різний час компанії «Технополіс» та «Comfy» [6].

3. Одного клієнта можуть обслуговувати одночасно кілька агентств, наприклад, співпраця ГК «Фокстрот» у 2009 р. з агентствами MindShare (TV, R), AITI/

Carat (TV) і IQ Media (ООН, метро) та ін. Це може бути пов'язано з різними видами послуг [6].

4. Якщо компанія володіє декількома брендами, може ухвалюватися рішення залучати до їхнього просування різні агентства. Наприклад, ГК «Фокстрот», до складу якої входили мережа супермаркетів побутової техніки та електроніки «Фокстрот. Техніка для дому» та ме-

Таблиця 3

Критерії вибору рекламного агентства

Критерій	Мережі		
	Комфі	Ельдорадо/Технополіс	Фокстрот. Техніка для дому
1. Ключові клієнти агентства	+	+	+
2. Основні напрямки діяльності компанії	+		+
3. Загальний період роботи на ринку України, років	+		+
4. Період роботи у цьому виді діяльності, років	+	+	
5. Клієнтський сервіс (постійним замовникам у пріоритеті; готовність до нестандартних завдань, роботи в цейтноті й у невизначений час і святкові дні (на погоджених попередньо умовах)		+	+
6. Контроль виконання робіт за проектом		+	+
7. Порядок та умови оплати, відстрочення платежу в календарних днях		+	+
8. Термін існування компанії		+	
9. Кількість представництв в Україні			+
10. Короткий опис інфраструктури компанії	+		
11. Кількість співробітників у штаті компанії	+		
12. Послуги, які ще надає компанія		+	
13. Основні конкуренти			+
14. Досвід роботи за останні 24 місяці		+	
15. Досвід в обслуговуванні масштабних кампаній		+	
16. Досвід роботи з компаніями, які є конкурентами замовника	+		
17. Наявність професійної команди		+	
18. Максимальна мобільність та оперативність		+	
19. Розуміння бізнесу клієнта та специфіки ринку		+	
20. Адекватність ресурсного планування (обсяг і якість ресурсів людських, технічних)		+	
21. Бонуси та спеціальні пропозиції для замовника		+	
22. Доступ до аналітичних даних		+	
23. Наявність бази домогосподарств (бажано по містах)		+	
24. Наявність спеціального програмного забезпечення у сфері геомаркетингу, призначеного для прийняття управлінських рішень (визначення ефективної зони розповсюдження реклами, базуючись на кількості домогосподарств у визначеній зоні)		+	
25. Вартість послуги, що пропонується			+
26. Адекватність кошторисів (оптимальні цінові пропозиції з наявних на ринку)		+	
27. Гарантії виконання замовлення		+	
28. Пропозиції щодо покращення діяльності замовника		+	
29. Інші переваги учасника тендера (якість, швидкість виконання робіт тощо)		+	

Джерело: результати авторського дослідження

режа гіпермаркетів «FoxMart» (з 2010 р. інтернет-магазин) було прийнято рішення про залучення різних агентств, оскільки в межах одного складно обслуговувати два бренди, враховуючи одночасність здійснюваних комунікацій. Такий крок, на думку керівництва, мав викликати відчуття суперництва між агентствами і позитивно позначатися на якісному розвитку комунікацій брендів. Тендер на обслуговування протягом одного року проходив у 4 етапи: підготовка презентацій агентством; демонстрація презентацій; оцінка концепцій тендерною комісією; оголошення результатів. До складу тендерної комісії входили виконавчий і комерційний директор, начальник відділу маркетингових комунікацій і CRM, бренд-менеджер ТМ «Фокстрот» та ТМ «FoxMart», PR-менеджер, начальники роздрібних продажів даних мереж. Серед шести агентств переможцями стали: РА EuroRSCG Kiev – бренд «Фокстрот. Техніка для дому» і РА «Шабля» – бренд «FoxMart» [7].

5. Останнім часом багато клієнтів не хочуть бути прив'язаними до одного агентства, бажаючи мати можливість вибору кращих спеціалізованих компаній в кожному конкретному напрямку. За потреби вони користуються послугами позаштатних професіоналів та агенцій більш вузької спеціалізації. Якщо замовником є невелике або середнє за обсягами діяльності підприємство, яке не потребує комплексного обслуговування, але у нього є потреба у вузькій, чітко визначеній послугі, то в цьому випадку виграє спеціалізоване агентство, яке здатне виконати певні види робіт краще, ніж універсальне. Прикладом слугують агентства маркетингових сервісів [8]. В агентство з повним циклом послуг варто звертатися, якщо рекламна кампанія передбачає великий набір маркетингових інструментів та її необхідно підготувати у стислі терміни. У випадку роботи з безліччю спеціалізованих агентств цей процес затягується, вимагає більше людських ресурсів для координації та документообігу, ускладнює можливість комплексно проаналізувати роботу, правильно розподілити бюджет.

6. Як і агентства іншої спеціалізації, креативні агентства не обслуговують конкурентів. Однак, незважаючи на велику кількість, вибір відповідного агентства може бути обмеженим через ряд причин:

- агентство, яке вже працює з клієнтом, може розцінити оголошення тендера як визнання своєї неспроможності (навіть якщо воно запрошено до участі в тендері) і відмовитися від участі;

- агентство, що зазнало раніше поразку, може відмовлятися брати участь в подальших тендерах, оголошених компанією-замовником (через політику міжнародних мереж, у які входять агентства, чи особистих амбіцій господаря). Такі агентства можна зацікавити можливістю отримати велике замовлення, але вірогідність нової невдачі, може відлякати їх;

- агентство може погодитися брати участь у тендері тільки на платній основі, або зарані виставляє завищені кошториси;

- агентств, що завоювали визнання, не так вже й багато або вони обслуговують конкурентів, а запрошувати до співпраці невідоме агентство ризиковано, оскільки йдеться про гігантські рекламні бюджети. Відповідно, вибирається або незайняте агентство або те, з ким вже працювало або нині працює підприємство. Обмеженість вибору в ціновому відношенні призводить до меншої гнучкості агентств – і вони просять за свої послуги більшу винагороду. Відомі рекламисти, як правило, не працюють в агентствах-початківцях. Саме якість роботи креативної команди визначає вартість послуг агентства [1, с. 130].

7. В умовах, коли рекламодавець прагне розширити ринок збуту або вийти на національний рівень, столичні агентства активно просуваються в регіони й удосконалюють схеми роботи на локальних ринках. Нині виділяють два варіанти роботи столичних агентств у регіонах: через підрядчиків або через власні представництва на місцях. Серед фахівців рекламної індустрії немає єдиної думки про переваги тієї або іншої схеми. Одні вважають, що немає потреби агентству відкривати представництво в регіонах, оскільки більшість компаній-рекламодавців готові працювати з київськими офісами, які мають договір з багатьма регіональними

ЗМІ. Водночас багато столичних агентств володіють регіональною мережею з представництвами у великих містах України. Отже, вони здатні виконувати проекти національного масштабу й акції місцевого значення, оскільки їхні співробітники добре знають свій регіон. Наприклад, агентство Brandcom здійснює медіа-підтримку подій компаній у 25 регіонах України в регіональних ЗМІ, контроль за висвітленням інфоприводів, проведення PR-заходів для регіональних ЗМІ, а також співпрацює з лідерами думок в 64 містах України, оцінює ефективність реалізації проектів з медіа [9].

Висновки і пропозиції. В умовах сьогодення постає питання якісного управління комунікаційною діяльністю підприємств торгівлі. Наше дослідження виявило різні підрозділи, які здійснюють маркетингову комунікаційну діяльність залежно від спеціалізації та розміру підприємства. Функції, що покладаються на ці підрозділи, достатньо різноманітні, і частина їх передається на виконання рекламним агентствам. Існують певні критерії та умови вибору та співпраці з агентствами, доцільність яких підтверджено прикладами їх успішного застосування.

Список літератури:

1. Рукавишников А.В. Как увеличить продажи? Интеллектуальный маркетинг / А.В. Рукавишников. – М. : Эксмо, 2010. – 320 с.
2. Мазаракі А.А. Торгова реклама: теорія і практика управління : монографія / А.А. Мазаракі, В.В. Ортинська, Т.В. Дубовик. – К. : КНТЕУ, 2009. – 188 с.
3. Мельникович О.М. Рекламний бізнес: менеджмент маркетингу : монографія / О.М. Мельникович. – К. : КНТЕУ, 2009. – 358 с.
4. Brandcom – пресс-офис сети «Технополис» в 2012 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pr.meta.ua/read/24227>.
5. Рейтинг медиа-агентств и медиагрупп Украины-2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/17098/48/lang,ru/>.
6. Крупнейшие рекламодатели в 2009 году. Медиабюджеты, млн руб. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.adindex.ru/rating/2009/marketing/company_2011/index.shtml.
7. ГК Фокстрот [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступа : <http://www.foxtrot.com.ua/ru/tenders?type=2&page=3>.
8. Рейтинг агентств маркетинговых сервисов согласно доходам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mami.org.ua/projects/rating/>.
9. Про нас: ми створюємо репутацію [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://brandcom.com.ua/about>.

Алданькова Г. В.

Киевский национальный торгово-экономический университет

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Резюме

Исследованы вопросы управления маркетинговыми коммуникациями предприятий. Проанализировано распределение функций управления маркетинговыми коммуникациями между департаментами предприятия. Определены основные критерии выбора рекламного агентства в процессе формирования, реализации, внедрения маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: функции управления маркетинговыми коммуникациями предприятия, критерии выбора рекламного агентства, рейтинг медиаагентств, креативность рекламного агентства.

Aldankova G. V.

Kyiv National University of Trade and Economics

MANAGEMENT PROBLEMS OF MARKETING COMMUNICATION IN RETAIL ENTERPRISES

Summary

The management of marketing communications companies is investigated. The distribution of marketing communications management functions between departments of the company is analyzed. The main criteria of choosing an advertising agency is detected in the formation, implementation of marketing communications.

Keywords: management functions of marketing communications in enterprises, selection of advertising agency, rating of media agencies, creativity of advertising agency.

УДК 658.5:330. 341.1

**Аршевська М. В.
Шлебат Ал-Хакіма**

ПВНЗ «Європейський університет»

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано стан та тенденції управління інноваційною діяльністю промислових підприємств. Аргументовано, що активізація інноваційної діяльності є визначальним напрямком, який забезпечує впровадження результатів досліджень та нових ідей у виробництво, підвищує його конкурентоспроможність і стійкість підприємства на ринку товарів та послуг. Доведено необхідність управління підприємствами на основі маркетингу інновацій.

Ключові слова: управління, промислове підприємство, інноваційна діяльність підприємств, маркетингове комунікаційне забезпечення.

Постановка проблеми. Суспільні перетворення, які відбуваються в Україні, передбачають активний пошук шляхів і засобів кардинального інноваційного оновлення економіки, інноватизації економічних процесів. Умови конкуренції між товаровиробниками на внутрішніх та зовнішніх ринках на сьогодні вимагають нових підходів у формуванні ефективних механізмів комунікаційного забезпечення інноваційної діяльності на засадах маркетингу та розвитку маркетингових комунікацій.

Активізація інноваційної діяльності є визначальним напрямком, який забезпечує впровадження результатів досліджень та нових ідей у виробництво, підвищує його конкурентоспроможність і стійкість підприємства на ринку товарів та послуг.

Аналіз останніх досліджень. Проблеми інноваційної діяльності промислових підприємств є предметом дослідження відомих українських та зарубіжних вчених: Г. Ассель, Г. Багієв, М. Бейкер, В. Геєць, Є. Голубков, Г. Гольдштейн, М. Єрмошенко, О. Зозульов, С. Ілляшенко, Н. Куденко, О. Кузьмін, В. Мединський, М. Портер, С. Солнцев, Д. Стеченко, Л. Федулова, А. Чухно, Н. Чухрай, Л. Шульгіна, Й. Шумпетер та багато інших.

Постановка завдання полягає у доцільності та необхідності розвитку нових наукових і практичних підходів до визначення системного взаємозв'язку інноваційного та комунікаційного процесу в рамках управління підприємством.

Виклад основного матеріалу дослідження. За період з 2010 р. по 2013 р включно спостерігаються незначні позитивні тенденції збільшення обсягів виробництва продукції вітчизняної промисловості. Так, відповідно до даних Державної служби статистики України у 2013 р. порівняно з відповідним періодом 2010 р. виробництво промислової продукції зросло на 27%. Тенденція до зростання випуску розповсюдилася за цей період й на машинобудування, у якому виробництво збільшилося, за період, що аналізується, на 18,1%. Враховуючи наявність позитивного тренду щодо обсягів виробництва продукції (товарів, послуг) добувної промисловості і розроблення кар'єрів – на 45,7%, переробної промисловості – на 16,8%, слід виокремити зниження у 2013 р. обсягів виробництва автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів у порівнянні з попереднім роком на 22,8%, хоча при зіставленні з аналогічним показником 2010 р. відбулося збільшення на 14,0%

В сучасних умовах досягнення необхідних обсягів виробництва та реалізації промислової продукції можливе, передусім, на основі системного впровадження маркетингових, технологічних інновацій.

Динаміка виробництва названих видів машинобудівної продукції в Україні протягом 2008–2013 рр. засвідчує переважну тенденцію до зменшення випуску. Це підкреслює, поряд з іншими чинниками, вплив низьких темпів впровадження інно-

вацій. Як вже вище зазначалося, одним із позитивних чинників впливу на збільшення рівня виробництва продукції виступає активізація інноваційних процесів у даній галузі. Індикаторами, які певним чином відображають інтенсивність інноваційної активності підприємств виступають показники: кількість організацій в державі, які виконують наукові дослідження й розробки та кількість і структура науковців.

Результати аналізу динаміки кількості організацій в Україні, які виконували наукові дослідження й розробки протягом 1991–2013 рр., свідчать, що кількість організацій в Україні, які здійснювали наукові дослідження й розробки упродовж 2005–2013 рр. постійно змінювалася. Найбільшу кількість таких організацій – 1510 було зафіксовано в 2005 р., а найменшу – 1143 в 2013 р. Таке зменшення пов'язано з наслідками впливу світової економічної кризи 2008–2010 рр., яка виклакала скорочення інноваційних розробок в промисловості, а потім з настанням вітчизняної політичної і економічної кризи. Чисельність наукових працівників в державі за даний період аналізу зменшилася з 105,5 тис осіб. в 2005 р. до 77,9 тис осіб в 2013 р., тобто в 1,35 рази. Таке скорочення кадрів теж негативно впливає на інноваційне оновлення промислових підприємств, що не дозволяє формувати певний інноваційний потенціал підприємств.

Аналіз та оцінка величини реалізованої продукції промисловості та машинобудування дають змогу оцінити в динаміці взаємодію економічних агентів з ринковим оточенням, що певним чином відображає їх інноваційність. Як свідчать результати аналізу, показник питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації, збільшувався за останні роки досліджуваного періоду, тобто у 2011–2013 рр. Хоча поряд з цим, питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі виробленої промислової продукції зменшувалася. Одним із чинників, що негативно вплинув на цей показник може виступати і низький рівень застосування маркетингового комунікаційного забезпечення інноваційних процесів у функціонуванні підприємств.

Науково-технічна діяльність суб'єктів народного господарства України з 1996 р. по 2013 р. мала тенденцію до зростання. Так, грошовий показник виконаних робіт у 2013 р. зріс відносно показника 1996 р. у 10,6 раз. Найбільший показник питомої ваги складає показник розробок в загальному показнику виконаних наукових та науково-технічних роботах. У 2013 р. він досяг майже 50%. Слід зазначити, що за рахунок коштів державного бюджету створено 7 винаходів. Корисних моделей та промислових зразків за рахунок державних коштів взагалі не було створено. Останнє свідчить про достатньо помірний внесок держави у фінансування інноваційної діяльності суб'єктів економіки [1].

Достатньо низький відсоток прикладних досліджень у загальному обсязі наукових робіт свідчить про наявність системної кризи у комерціалізації розробок, що суттєвим чином обмежує та знижує ефективність маркетингової інноваційної діяльності машинобудівних підприємств.

Вплив світового вектору руху до сервісної, інформаційної економіки, побудованої на нових знаннях, розвитку послуг у науково-освітній сфері привів до підвищення відсотку розробок. Запорукою розширення масштабів маркетингової інноваційної діяльності виступає збільшення рівня інформатизації на промислових підприємствах. Згідно складової індексу економіки знань для України у 2012 р.: інформаційні та комунікаційні технології, Україна посідає 77 місце у світі, перемистившись з 82 місця, яке вона посідала у 2000 р. [2, с. 8].

Статистичний аналіз динаміки витрат на інформатизацію на підприємствах промисловості України протягом 2006–2010 рр. засвідчує, що впродовж 2006–2010 рр. витрати на інформатизацію промислових підприємств загалом дещо зросли: найбільший стрибок відбувся в 2007 р., коли такі витрати порівняно з 2006 р. збільшилися на 484,8 млн грн та склали 1422 млн грн. Уповільнення темпів формування цих витрат в 2008–2009 рр., коли було витрачено відповідно 1248,6 та 1298,7 млн грн., пов'язано зі зменшенням таких асигнувань у зв'язку із запровадженням заощадливості. Пози-

тивна динаміка витрат на інформатизацію відрізняється від показників динаміки фінансування інноваційної діяльності, де прослідковується їх підвищення.

Натомість, вважаємо, що обсяги витрат на інформатизацію на промислових підприємствах країни є недостатніми. Бажаємо вишукувати джерела для розширення таких вкладень з метою інтенсифікації маркетингової інноваційної діяльності. За структурою найбільше зросли протягом 2006–2010 рр. витрати на програмне забезпечення на 165,3 млн грн (76,10%). Номінальні витрати на обчислювальну техніку за аналізований період підвищилися тільки на 62 млн грн (15,36%), хоча ще в 2007 р. зафіксовано їх зростання у порівнянні з 2006 р. на 211,5 млн грн. Витрати на оплату послуг сторонніх підприємств у сфері інформатизації упродовж досліджуваного часу зросли на 185,7 млн грн., що у відносному виразі склало 58,71%.

Результати економічного аналізу та оцінка фахових джерел, представлених працями Жан-Жака Ламбена, Є. В. Лапина, С. Ф. Покропивного, В. М. Колода [3; 4; 5] дають можливість виокремити основні чинники, які стримують розвиток комунікаційного забезпечення інноваційних процесів високотехнологічних

підприємств та шляхи подолання наявних маркетингових проблем (табл. 1).

Постійно існуючим негативним моментом протягом часу спостереження є чітка тенденція до зменшення питомої ваги обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП України: оцінювана питома вага обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт у ВВП України чітко знизилася з 1,36% в 1996 р. до 0,81% у ВВП в 2013 р. Проте, слід відзначити епізодичне зростання питомої ваги в 2003 р. Така тенденція дозволяє нам зробити висновки про викривленість зростання абсолютних обсягів наукових робіт у державі. Вважаємо, що останні значення такої питомої ваги у 2012 р. (0,80%), 2013 р. (0,81%) є критично низькими й набагато відстають від рівня розвинутих країн.

Аналіз показників інноваційної діяльності промислових підприємств протягом 2000–2013 рр. свідчить про тенденцію до зростання витрат з інноваційної діяльності підприємств, окрім 2013 р. Безперечно, на такі тенденції впливають відсутність корегування показників з урахуванням інфляції, зміни курсів валют, імпульсів впливу ринкового оточення. Так, загальна сума витрат з інноваційної діяльності підприємств була найвища в 2011 р. і відносно

Таблиця 1

Стримуючі чинники та шляхи подолання проблем комунікаційного забезпечення інноваційних процесів промислових підприємств

Стримуючі чинники та проблеми розвитку маркетингових комунікацій	Шляхи подолання проблем та розвитку маркетингових комунікацій
1. Невизначеність політики, стратегії та напрямків інноваційної маркетингової діяльності	1. Комунікаційне забезпечення політики, стратегії і напрямків розвитку сфери інновацій
2. Недостатнє комунікаційне забезпечення ринку новачків	2. Формування інформаційних потоків за рахунок розширення джерел фінансування та накопичення венчурного капіталу
3. Незначний маркетинговий інноваційний потенціал підприємств	3. Формування інформаційних засад маркетингового інноваційного потенціалу підприємств
4. Нерозвиненість комунікаційних та інформаційних каналів і систем	4. Розроблення інтегральних маркетингових комунікаційних систем
5. Відсутність системності у маркетингових дослідженнях	5. Організація маркетингових досліджень на основі урахування комплексу ринкових вимог і запитів
6. Суперечливість розвитку економіки знань та наявної низької дифузії інновацій	6. Комунікаційне забезпечення інноваційних процесів на підприємствах на основі освітнього потенціалу з урахуванням слабого розповсюдження інновацій
7. Низька ефективність існуючих методик, інструментів та моделей комунікаційного забезпечення інноваційних процесів підприємств	7. Удосконалення методик, інструментів та моделей комунікаційного забезпечення інноваційних процесів підприємств

Узагальнено та розвинуто автором на основі [4; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12]

аналогічного показника 2000 р. ця сума збільшилися. При цьому витрати підприємств на дослідження і розробки з 2000 р. по 2011 р. зросли на 12573,8 млн грн., або у 8,1 рази; в 2013 р. цей показник збільшився відносно 2000 р. на 7802,5 млн грн., або в 5,4 рази, але зменшився відносно 2012 р. на 1918,0 млн грн., або на 17%. Також підприємства почали більше витрачати коштів на внутрішні і зовнішні НДР. Поряд з цим, підприємства почали менше витрачати коштів на придбання машин, обладнання та програмне забезпечення, що негативно характеризується.

Поряд з цим, тенденцію до збільшення ефективності впровадження інновацій ілюструє рис. 1, на якому показано тренд до збільшення питомої ваги підприємств, що займаються інноваціями в Україні протягом 2000–2013 рр. Фіксуємо два періоди: перший з 2000 по 2006 рр., коли постійно зменшувалася кількість інноваційних підприємств з 14,8% до 8,2%; та другий період певного зростання питомої ваги підприємств-інноваторів з 8,2% у 2006 р. до 13,6% у 2013 р. (рис. 2). З іншого боку, зміна кількості підприємств, що впроваджували інновації інформує про активність і результативність інноваційної діяльності. Питома вага реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової продукції рівномірно зменшувалася з 6,8% в 2001 р. до 3,3% в 2013 р. (рис. 2.).

Результати аналізу стану та тенденцій управління інноваційною діяльністю свідчать про звуження інноваційної діяльності, тому необхідно більше приділяти уваги управлінню підприємствами на засадах маркетингу інновацій.

Висновки. Доведено, що питома вага підприємств, що впро-

ваджували інновації збільшувалася за 2011–2013 рр. При цьому, питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промисловості зменшувалася. Одним із чинників, що негативно вплинув на цей показник може виступати і низький рівень застосування маркетингового комунікаційного забезпечення інноваційних процесів в діяльності досліджуваної галузі.

Обґрунтовано, що обсяги витрат на інформатизацію на промислових підприємствах країни є недостатніми. Бажано вишукувати джерела для розширення таких вкладень з метою інтенсифікації маркетингової інноваційної діяльності, що сприятиме активізації інноваційної діяльності підприємств і, в кінцевому підсумку, збільшенню їх фінансового результату.

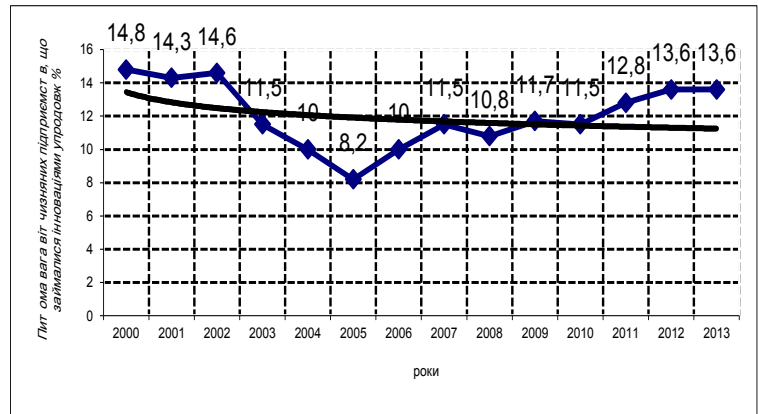
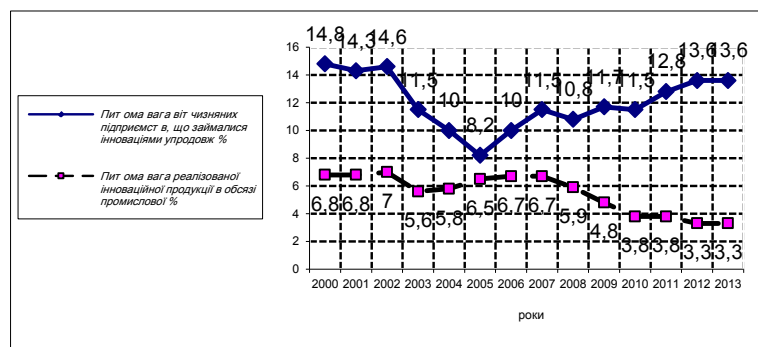


Рис. 1. Динаміка питомої ваги вітчизняних підприємств, що займалися інноваціями упродовж 2000–2013 рр.

Джерело: побудовано автором на основі: [1]



Список літератури:

1. Наукова та інноваційна діяльність в Україні [Текст]: стат. зб. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/16/Arch_nay_zb.htm
2. Інноваційний розвиток промисловості як складова структурної трансформації економіки України. Аналітична доповідь Інституту стратегічних досліджень. – 2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/public/File/2013_table/1029_dok.pdf
3. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия: [моногр.]. / Е. В. Лапин. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с.

4. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг. / Жан-Жак Ламбен – СПб.: Питер, 2004. – 567 с.
5. Покропивний С.Ф. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність; [навч. посіб.] / С.Ф. Покропивний, В.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2004. – 218 с.
6. Амблер Т. Практический маркетинг. / Тим Амблер. Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер-ком», 2006. – 448 с.
7. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті / І. С. Вовчак. – Тернопіль: Карт-бланш, 2004. – 354 с.
8. Диксон Питер. Управление маркетингом / Питер Диксон, пер. с англ. – М.: ЗАО «Издательство БИНОМ», 1998. – 642 с.
9. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми: [моногр.]. / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
10. Вачевський М.В. Промисловий маркетинг – К.: ЦНЛ, 2004. – 256 с.
11. Святненко В.Ю. Промисловий маркетинг.– К.: МАУП, 2001. – 257 с.
12. Кушнерук А.С. Механізм застосування промислового маркетингу у розвитку корпоративних підприємств: структура, задачі, функції, принципи, особливості / А.С. Кушнерук // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 12. – С. 53–60.

Аршевская М. В.

Шлебат Ал-Хакима

ЧВУЗ «Европейский университет»

СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье проведен анализ состояния и тенденций управления инновационной деятельностью промышленных предприятий. Аргументировано, что активизация инновационной деятельности является определяющим направлением, обеспечивает внедрение результатов исследований и новых идей в производство, повышает его конкурентоспособность и устойчивое положение предприятия на рынке товаров и услуг. Доказано о необходимости управления предприятиями на принципах маркетинга инноваций, что будет способствовать активизации их деятельности.

Ключевые слова: управление, промышленное предприятие, инновационная деятельность предприятий, маркетинговое коммуникационное обеспечение.

Arshevska M. V.

Shlebat Al-Hakima

PVNZ «European University»

STATUS AND TRENDS OF INNOVATION ACTIVITY MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Summary

The paper analyzed the status and trends of innovation activity management of industrial enterprises. Argued that the activation of innovation is crucial area that provides implementation of research results and new ideas into production, increases its competitiveness and sustainable position on the goods and services market. Proved the need of business management based on marketing innovations principles that contribute to accelerate their business.

Keywords: management, industrial enterprise, innovation activity of enterprises, marketing communications software.

УДК 334.76

Горняк О. В.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

**СТРАТЕГІЧНІ АЛЬЯНСИ ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ
КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У ГЛОБАЛІЗОВАНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

В статті досліджуються стратегічні альянси як форма розвитку корпоративних структур, яка характеризується розмитістю меж, різноманітністю форм міжфірмового співробітництва, суперечливим впливом на економіку, концентрацію і монополізацію виробництва. Аналізуються особливості функціонування стратегічних альянсів у глобалізованій економіці.

Ключові слова: альянс, стратегічний альянс, корпоративні структури, асиметрія між партнерами, суперництво/співробітництво, конкуренція/кооперація.

Розвиток корпоративних структур у сучасній економіці пов'язаний із кардинальними зрушеннями в національній і світовій економіках. Взаємодія двох останніх має суперечливий характер, і в цьому процесі зростаючу роль відіграють корпорації та їх різноманітні об'єднання. При цьому для різних типів економік (розвинутих, тих, що розвиваються, та трансформаційних) існують особливості використання корпоративних структур для забезпечення конкурентних переваг і подальшого прогресу. Важливу роль у цих процесах, як відомо, відіграють різного роду об'єднання підприємств, серед яких виділяються стратегічні альянси, що виникли в процесі глобалізації економіки і є однією з новітніх організаційних форм розвитку сучасних корпоративних структур. Існує значний обсяг емпіричних досліджень щодо реальних стратегічних альянсів, які успішно функціонують у глобальному економічному просторі, оскільки практика в даному випадку значно випередила теорію. В роботах багатьох економістів досліджена також сутність даних утворень, причини їх виникнення і перспективи розвитку. Це – роботи таких економістів як М. Бобіна, Б. Гарретт, М. Грачов, П. Дюссож, О. Карпухіна, М. Смірнов, М. Шерешева та ін.

В той же час є необхідність поглибити теоретичний аналіз стратегічних альянсів, оскільки вони, як свідчить практика, не є випадковим явищем, чи модним трендом. Їх існування на протязі декількох десятиріч підтверджує їх життєз-

датність. Вони поруч з класичними формами об'єднань компаній – картелями, трестами, синдикатами, конгломератами, холдингами – входять у підручники, але при цьому є багато аспектів їх діяльності, які теоретично ще не осмислені повною мірою, що і робить їх привабливими для аналізу економічною теорією.

Метою даної статті є дослідження стратегічних альянсів як форми розвитку корпоративних структур в умовах невизначеності та нестабільності глобального економічного простору. При цьому в основі аналізу знаходяться методологічні принципи нової інституціональної економічної теорії, інституціональні підходи до аналізу сучасної фірми. Корпорація характеризується багатоаспектним характером діяльності, тому сформувалися декілька теоретичних підходів до аналізу її діяльності. Такими підходами є синергетичний, стратегічний і трансакційний [1-2].

Синергетичний підхід базується на виявленні ефекту синергії, що виникає в процесі діяльності корпорації і є більшим, ніж сума ефектів діяльності складових корпорацій. Стратегічний підхід особливу увагу приділяє дослідженню конкурентних переваг та можливостям їх реалізації на ринках у перспективі. Трансакційний підхід побудований на аналізі можливостей зниження трансакційних витрат в рамках корпорацій за рахунок тісних і постійних зв'язків між її елементами.

Розвиток корпоративних структур у сучасному економічному просторі відбуваються в різних організаційних формах.

Серед них – злиття, поглинання, спільне підприємництво тощо. Найбільш новою формою, що відповідає умовам нестабільності економічного середовища і реалізує повною мірою інтереси всіх учасників корпоративних утворень є стратегічні альянси. Вони відрізняються від інших форм і, на нашу думку, їх переваги ще не реалізовані повною мірою. В економічній літературі існують різні трактовки стратегічних альянсів, починаючи зі взаємовідносин генерального підрядника і субпідрядників та протиставлення дружніх і ворожих злиттів і поглинань і закінчуючи наявністю спільних юридично оформлених одиниць чи всебічних контрактів [3]. На нашу думку, це досить поверхові трактовки, які ототожнюють стратегічні альянси з будь-якими формами об'єднання підприємств. В той час як стратегічний альянс має свій внутрішній зміст і є однією із форм таких об'єднань. Він відповідає сучасному стану економіки і потребує глибокої теоретичної розробки. Слід мати на увазі, що стратегічні альянси досліджуються також в теорії управління як сучасна управлінська структура.

Розкриваючи зміст категорії «стратегічний альянс», акцент необхідно зробити на тому, що, по-перше, це – одна із форм об'єднань сучасних корпоративних структур, а не будь-яке об'єднання компаній, і, по-друге, це об'єднання, в якому партнери не втрачають своєї незалежності і реалізують свої інтереси, як спільні для альянсу, так і індивідуальні, притаманні кожному учаснику. Це вирізняє стратегічні альянси з-поміж інших об'єднань компаній. Тому слід погодитись з визначенням стратегічного альянсу Б. Гарретта і П. Дюссожа як об'єднання декількох незалежних підприємств, що мають намір зайнятися специфічним виробництвом чи завершити проект, використовуючи при цьому знання, матеріали та інші ресурси один одного [3, с. 5].

Стратегічні альянси як форма об'єднання корпоративних структур мають певні особливості, які, з одного боку, розкривають їх зміст, а з іншого-, показують, яким чином компанії в межах альянсу розвивають і вдосконалюють свої корпоративні структури. В альянсі

об'єднуються незалежні корпорації, що зберігають свою незалежність в їх рамках, тому для даних об'єднань характерним є наявність декількох керівних центрів, які повинні приймати спільні рішення, враховуючи інтереси кожної компанії. У порівнянні з ієрархічними структурами в альянсі прийняття рішень затягується, що в кінцевому підсумку, може привести до зниження конкурентних переваг і програшів у конкурентній боротьбі. Тому для альянсу дуже важлива довіра та відносини, перебудовані на діалогах і компромісах.

Характерною особливістю альянсів є також суперечливість інтересів та цілей компаній, що входять до них, і протиріччя між загальною метою альянсу та індивідуальними цілями компаній-партнерів. Тому дуже важливим при входженні в альянс узгодження індивідуальних цілей із загальною метою альянсу, що надає можливість компанії не лише отримати фінансовий результат, але й розвиватися у напрямку вдосконалення світової структури, яка б дозволяла компанії використовувати переваги альянсу.

Для стратегічних альянсів характерною є також нестабільність організаційної структури, яка постійно змінюється. Це пов'язано як зі складом учасників, що може змінюватися, так і зі зміною їх ролі. Крім того, деякі партнери намагаються використати альянс для власних цілей. Особливо це стосується великих компаній. Нестабільність альянсів виникає також в результаті того, що прийняті стратегічні рішення можуть змінюватися. Ці зміни можуть бути позитивні, і в результаті з'являється можливість розвивати нове виробництво. Оскільки корпоративна стратегія завжди передбачає вибір сфер і галузей, що приносять високі прибутки, то і створення альянсу компаніями теж може бути, перш за все, спрямоване на зміну сфери діяльності і освоєння нових секторів. Це може відбуватися і в рамках альянсу і поза його межами. Компанія, що в межах альянсу використала свої можливості, може вийти з нього, вигідно продавши свою частку партнерам, і отримати можливість розвивати іншу діяльність.

Створення альянсів сприяло акумулюванню і передачі досвіду, що в кінцевому підсумку забезпечило оновлення виробництва підвищення якості продукції і рівня задоволення потреб споживачів. Тому корпорації, створюючи альянси, намагаються перш за все не підвищувати ціни, а розвивати спільну науково-дослідницьку діяльність. При цьому стратегічні альянси не мають особливої юридичної форми, що не дає можливість застосувати існуюче законодавство до їх діяльності. Крім того, це не сприяє збору статистичних даних по діяльності альянсів, що звужує емпіричну базу для їх дослідження до тих чи інших прикладів, а це, в свою чергу, обмежує аналіз: проводиться здебільшого тільки якісний аналіз.

Спільна діяльність конкурентів в межах альянсу створює багато проблем, але при цьому кількість альянсів зростає. Проведені дослідження, які були у загальнені Б. Гарреттом і П. Дюссожом [3], свідчать про те, що, починаючи з 80-х років ХХ ст., спостерігається стійка тенденція до їх зростання. Альянси формуються, перш за все, в розвинених країнах, але в країнах, що розвиваються, та в країнах з трансформаційною економікою вони також функціонують. Розвиток альянсів спостерігається майже у всіх галузях і сферах діяльності первинного, вторинного і третичного секторів. Серед галузей промисловості по показниках створення альянсів займає перше місце автомобілебудування, аерокосмічна промисловість, виробництво комп'ютерів та іншого електронного обладнання. Але у високотехнологічних галузях число альянсів зростає значно швидше, ніж у традиційних. Це пов'язано з тим, що вони знаходяться на етапі розвитку різних форм співробітництва, який традиційні галузі давно пройшли.

Формування і швидкий розвиток альянсів пов'язані зі змінами у зовнішньому середовищі корпоративних структур, які відбулися під впливом глобалізації ринків та розвитку технологічних процесів. З розвитком інформатики та сучасних телекомунікацій умови співробітництва спрощуються, корпорації, що знаходяться в різних країнах, можуть спільно налагодити будь-який бізнес. Поруч з цим спо-

живання в різних країнах уніфікувалося. За таких умов одні корпорації виграють, інші несуть збитки. Крім того, розвиток глобальної конкуренції значно збільшує розміри ринків, а, значить, і обсяги виробництва, що, в кінцевому підсумку, призводить до зниження цін. Всі ці зміни вимагають відповідних організаційних форм на рівні корпоративних структур. Однією з найбільш вдалих із них є альянси, що надають можливість підтримувати і підвищувати конкурентоспроможність своїх учасників, не вимагаючи втрати самостійності, юридичного оформлення і надаючи право бути учасником декількох таких утворень. Стратегічні альянси забезпечують використання своїх переваг перш за все в галузях і виробництвах, які за своєю природою є глобальними. В той же в сферах, які мають регіональне значення, використання переваг стратегічних альянсів вимагає додаткових зусиль, оскільки альянси можуть вирішувати проблеми не лише уніфікації ринків, але й диверсифікації пропозиції, що й робить їх до деякої міри універсальним організаційною формою суперництва/кооперації в сучасних умовах [1; 2].

Технології, що використовуються в сучасному виробництві, досить складні, а їх вартість – висока. Для багатьох галузей і сфер сучасні технології є важливим джерелом конкурентних переваг, але не всі корпорації можуть їх самостійно впроваджувати і розвивати через нестачу коштів, тому об'єднання зусиль забезпечує компанія успіх. Альянс надає широкі можливості для тісного співробітництва в даній сфері. Співробітництво і партнерство при цьому розвиваються як між споживачами і постачальниками, так і між виробниками. Розвиток технології значно скорочує життєвий цикл продукції, що спричиняє необхідність вести постійні науково-дослідні розробки, витрачати великі кошти, але при цьому прибутки від інвестицій можуть не збільшуватися, оскільки строк реалізації товарів постійно зменшується [4]. Альянси в даному випадку забезпечують значне зростання розмірів ринку збуту, а, значить, прибутку.

Альянси, базуючись на співробітництві, яке передбачає, що ролі і завдан-

ня учасників попередньо оговорюються і підтверджуються письмово в контракті, надають можливість змінювати сферу діяльності. Це сприяє розвитку як самого альянсу, так і корпоративних структур, що входять до нього.

При створенні альянсу межі між корпоративними структурами і зовнішнім середовищем дещо стираються. Крім того, поступово зникають чіткі межі між конкурентами, які в межах альянсу співпрацюють. Тому за даних умов проблема меж підприємства виходить на перший план. Якщо раніше ця проблема була суто теоретичною і вирішувалася в межах тієї чи іншої концепції по-різному [7], то тепер вона має велике значення і для практики, оскільки більша частка виробничого процесу здійснюється підприємством не всередині його, а в рамках угод про співробітництво, які часто заключаються з конкурентами. Така суперечлива реальність вимагає подальших теоретичних обґрунтувань і досліджень.

Якщо йдеться про межі фірми, то їх теоретичне дослідження найбільш повно проведене в концепції трансакційних витрат, заснованої Р. Коузом. Тому дана теорія відіграє важливу роль і в теоретичному обґрунтуванні альянсів оскільки вона доводить, що кооперація підприємств у декількох випадках є більш вигідною, ніж злиття чи поглинання або заключення контрактів. Це стосується умов, коли ні ринкові відносини, ні інтерналізація не забезпечують мінімізацію трансакційних і виробничих витрат [3]. При створенні альянсу партнери уникають опортуністичної поведінки, оскільки вони вкладають однакові інвестиції, несуть однакову відповідальність, приймають однакову участь у прибутках. Дослідження альянсів у теорії трансакційних витрат пояснює, перш за все, межі альянсу, причину їх розмитості, але багатогранну суперечливу сутність даної форми організації корпоративних структур пояснити з її допомогою досить складно.

Альянс є сучасною формою організації кооперативних структур, яка, з одного боку, надає можливість отримати переваги в конкурентній боротьбі, а з іншого, – за допомогою кооперації уникати

конкуренції. Альянс як можливість для розробки і застосування конкурентних стратегій, що забезпечать фірмам конкурентні переваги, досліджується теорією міжнародного виробництва, яка вивчає конкурентні переваги. Дана теорія виділяє два типи переваг: ефект масштабу і компетенції. В подальшому вона отримала свій розвиток в теорії Дж. Данніна, у відповідності до якої компанія може стати глобальною, якщо поєднає внутрішні переваги, переваги інтерналізації і переваги локалізації [4]. Внутрішні переваги відповідають поняттю конкурентних переваг. Переваги інтерналізації пов'язані з трансакційними витратами і встановленням меж компанії. Переваги локалізації забезпечуються при умові розвитку міжнародного виробництва. У відповідності до теорії міжнародного виробництва альянси в сучасних умовах забезпечують реалізацію названих переваг краще, ніж окремі компанії. Тому вони розглядаються як інструмент проведення ефективної конкурентної політики.

Інша сторона альянсу – можливість уникнути конкуренції за допомогою кооперації – досліджується реляційною теорією, яка базується на ідеї встановлення відносин кооперації між фірмами для протистояння руйнівній конкуренції. В реальній економічній діяльності поведінка фірми на ринку визначається не лише конкуренцією і протистоянням. Фірми встановлюють зв'язки з іншими економічними агентами, в т.ч. створюють альянси для того, щоб відповідним чином організувати ринок і уникнути небажаних наслідків конкуренції. Як вважають представники реляційної теорії, компанії не шукають шляхів максимізації прибутку на рівні задовільної безпеки, вони намагаються забезпечити свою безпеку на рівні задовільної дохідності [3, с. 63]. Вступаючи до альянсу, фірми не відмовляються від конкуренції, але змінюють правила конкурентної боротьби, створюючи так звану зону стабільності зі зниженим ризиком. Таке суперечливе поєднання конкуренції і кооперації складають глибинну сутність альянсу, який, на відміну, від інших організаційних форм корпоративних структур, забезпечує гар-

монічне поєднання процесів концентрації (використання ефекту масштабу) і розвитку конкурентних відносин.

Розкриваючи сутність альянсу як форми розвитку корпоративних структур, особливу увагу слід звернути також на організаційні аспекти, на створення в рамках альянсу спільних філіалів, які надають можливість передати компетенції. Йдеться перш за все про науково-технічні розробки партнерів, які можуть бути втілені в новий продукт. Але при цьому виникає проблема нерівномірного розподілу результатів, яка породжується тим, що компетенції мають різну якість і ціну. В зв'язку з цим виникає асиметрія між партнерами, яка породжує суперництво між ними. Даний вид суперництва – це конкуренція за активи, які партнери намагаються контролювати в межах альянсу, і конкуренція за прибуток, який би вони хотіли отримати. Тому проблеми управління альянсами пов'язані також із вирішенням питань суперництва і співробітництва, які тісно переплітаються і вимагають нових підходів.

Аналізуючи ефективність альянсів, слід особливу увагу звертати на здобутки партнерів. Розпад альянсу не завжди

означає його неефективність. Це може свідчити про досягнення цілей учасників в рамках даного альянсу. Навпаки, довготривалість існування альянсу не завжди означає успішний приклад партнерських відносин. Це може означати, що один учасник став залежним від іншого, і сильніший зацікавлений у збереженні такого стану, а, значить, і альянсу.

Стратегічний альянс як сучасна форма організації корпоративних відносин, таким чином, відзначається нечіткою архітектонікою, що постійно змінюється, різноманітністю форм, особливою внутрішньою структурою, побудованою на відносинах суперництва і співробітництва. Дана форма найбільшою мірою відповідає сучасній економіці, яка відзначається нестабільністю, наявністю постійних кризових явищ, які змінюють одні одних, і високими ризиками. Альянси за таких умов компенсують до деякої міри негативні наслідки функціонування компаній. Вони більш ефективно працюють в розвинених економіках, але для економік, що розвиваються, та для трансформаційних економік їх використання є також доцільним, про що свідчить практика.

Список літератури:

1. Бобина М.А. Стратегические межфирменные альянсы / М.А. Бобина // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С. 96-111.
2. Бобина М.А. Международный бизнес. Стратегия альянсов / М.А. Бобина, М. В. Грачев. – М.: Дело, 2006. – 240 с.
3. Гаррет Б. Стратегические альянсы / Б. Гаррет, П. Дюссож/ пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 332 с.
4. Карпухина Е.А. Международные стратегические альянсы. Опыт исследования / Е. А. Карпухина. – М.: ИД ГУ ВШЭ, 2009. – 176 с.
5. Смирнов М.В. Стратегические альянсы: подходы к проблеме выбора структуры управления / М.В. Смирнов // Вестник СПб. ГУ. – Серия «Экономика». – Вып. – 5. – 2003. – № 2. – С. 125-129.
6. Уманців Ю.М. Корпоративні структури у глобальному конкурентному просторі: монографія / Ю.М. Уманців. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 408 с.
7. Шерешева М.Ю. Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций / М.Ю. Шерешева. – И.: ИДГУ ВШЭ, 2010. – 344 с.

Горняк О. В.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АЛЬЯНСЫ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР В ГЛОБАЛИЗОВАННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Резюме

В статье исследуются стратегические альянсы как форма развития корпоративных структур, которая характеризуется размытостью границ, разнообразием форм межфирменного сотрудничества, противоречивым влиянием на экономику, концентрацией и монополизацией производства. Анализируются особенности функционирования стратегических альянсов в глобализированной экономике.

Ключевые слова: альянс, стратегический альянс, корпоративные структуры, интернализация, асимметрия между партнерами, соперничество/сотрудничество, конкуренция/кооперация.

Gornyak O. V.

Odessa I. I. Mechnikov National University

STRATEGIC ALLIANCES AS A FORM DEVELOPMENT OF CORPORATE STRUCTURES IN THE GLOBALIZED ECONOMY

Summary

The article examines the strategic alliances as a form of corporate structures, which is characterized by blurring borders, a variety of forms of inter-firm cooperation, contradictory influence on the economy, concentration and monopolization of production. Analyzes the peculiarities of strategic alliances in a globalized economy.

Keywords: alliance, strategic alliance, corporate structure, internalization, the asymmetry between partners, competition / cooperation, competition / cooperation.

РОЗДІЛ 4

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 353:338.24

Ванієва А. Р.

Кримський інженерно-педагогічний університет

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ УПРАВЛІННЯ ГАЛУЗЕВИМИ ТРАНСФОРМАЦІЯМИ

Досліджені механізми розвитку аграрної сфери економіки, які мають ринкову природу через: забезпечення верховенства права; гарантію економічних свобод; економічну рівність суб'єктів підприємництва; досягнення принципу самофінансування. Розглянуті галузеві чинники та інструменти активізації економічного зростання у сільському господарстві. Визначені концептуальні засади розвитку регіонів, що здійснюється на загальнодержавному рівні. Обґрунтована організаційно-економічна система державного регулювання трансформацій аграрної сфери економіки.

Ключові слова: галузеві трансформації, інструменти, управління, механізми, види трансформацій, ефективність, інфраструктура, державне регулювання.

Постановка проблеми. Механізм управління розглядають як складову частину системи управління, що забезпечує дієвий вплив на фактори, стан яких обумовлює результат діяльності об'єкту управління. При чому, якщо мова йде про внутрішні фактори управління підприємством слід використовувати поняття «механізм управління підприємством», якщо про зовнішні – «механізм взаємодії з іншими підприємствами і організаціями».

Оскільки природа внутрішніх факторів управління підприємством є різноманітною (організаційні, структурні, технічні, економічні, адміністративні, матеріальні, інформаційні, соціальні, фінансові, екологічні фактори), слід виділяти певні види механізмів управління. Основними видами механізмів управління виступають: організаційні, економічні, структурні механізми, механізми організації управління, технічні й адміністративні, інформаційні, фінансові та інші механізми [1]. З огляду на специфіку галузевого управління, завдання структурних зрушень на рівні галузей найбільш доцільним є удосконалення і впровадження організаційно-економічного механізму управління галузевими трансформаціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У минулий та сучасний періоди ви-

рішенню різних питань управління та державного регулювання економіки та її трансформаційних процесів були присвячені наукові праці В.Г. Андрійчука, А.С. Даниленка, М.А. Дем'яненка, В.М. Гейця, О.Ю. Єрмакова, С.М. Кваші, Ю.О. Лупенка, Л.О. Мармуль, М.Й. Маліка, П.М. Макаренка, Б.Й. Пасхавера, В.І. Пили, П.Т. Саблука, М.П. Сахацького, О.Г. Шпикуляка, В.В. Юрчишина та ін. Разом з тим, незважаючи на важливість і цінність проведених досліджень, у даний час немає чіткого механізму управління та регулювання галузевого розвитку економіки. Це вимагає актуалізації визначеної проблеми та необхідності її подальшого дослідження.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає у визначенні та обґрунтуванні теоретичних, методологічних та методичних засад, а також розробці практичних рекомендацій з управління трансформаціями в галузях економіки для досягнення стабілізації та конкурентоспроможності її розвитку за допомогою механізму та інструментів управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Механізм управління містить у собі такі компоненти, як: принципи і задачі управління, методи, форми й інструменти управління, організаційну струк-

туру управління галузевими суб'єктами господарювання та їх персоналом, бізнес-процесами, інформацію та засоби її обробки. В структурі організаційно-економічного механізму слід виділяти принаймні чотири системи складників: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему, систему моніторингу, аналізу та контролю.

Розробка методологічного інструментарію вдосконалення управління галузевими трансформаціями є невідкладним завданням практики господарювання в національній економіці. Вирішення цього завдання пов'язане з дослідженням організаційних, юридичних, економічних та фінансових аспектів функціонування виробництва та соціально-економічної діяльності, забезпечення дієвості та ефективності місцевого самоврядування, формування теорії та методології державної політики. Необхідність та актуальність наукового пізнання управління з урахуванням ринкових механізмів господарювання обумовлюється потребою раціоналізації життєдіяльності, метою задіяння територіальних резервів та природних ресурсів для вирішення завдань економічного і соціального розвитку, якісної трансформації структури економіки держави на основі впровадження інновацій та обґрунтованого залучення інвестицій.

Потребує детального дослідження ситуація з погодженням державних та місцевих пріоритетів щодо функціонування галузевого виробництва і соціальної сфери, системи розселення, використання складників природно-ресурсного потенціалу, становлення ринкових механізмів управління. Регіон розуміється як адміністративно-відокремлена територія України (адміністративні області, а також міста Київ і Севастополь) з особливостями природно-ресурсного та економіко-географічного положення, набутою економічною структурою і системою розселення, а також системою чинників обмеження (імперативів) еколого-виробничого потенціалу [1].

Успішний розвиток галузей економіки як стійкий процес можливий під час підкріплення трудового та технологічного чинників надходженням на стабільній

основі інвестицій в обладнання, матеріальні та сервісні інфраструктурні об'єкти [3]. Стержневим компонентом розвитку є пануючі в суспільстві економічні відносини. Найбільше значення у їх структурі мають: вільне підприємництво, регулювання економічної діяльності інституційними методами, система індикативного планування та програмного узгодження в ринковому середовищі інтересів держави, бізнесу, регіонів, сільських громад та міських муніципальних утворень. Розробка ефективних організаційно-правових та фінансово-економічних механізмів галузевого розвитку, інструментарію економічних відносин різних рівнів управління є актуальним теоретичним завданням та практичною проблемою, що потребує невідкладного розв'язання.

Механізми розвитку галузей економіки мають ринкову природу через [3]: забезпечення верховенства права; гарантію економічних свобод; економічну рівність суб'єктів підприємництва; досягнення принципів самофінансування; об'єктивного впливу на розподільчі відносини через бюджетну систему; лінію на державно-приватне партнерство в реалізації потенціалу; створення умов для конкуренції всіх форм і видів власності через попит і пропозицію. Галузеві чинники активізації економічного зростання за своєю природою мають загальносуспільне значення, оскільки впливають на ряд суттєвих процесів: зростання реальної заробітної плати, збільшення можливостей споживання товарів і послуг, приріст фінансування інвестицій у будівництво житла та інше. Це важливо і з точки зору національної безпеки держави, оскільки результативність реформ посилює тенденції соборності.

Ефективна політика у галузях економіки сприяє зміцненню унітарних засад української державності. Формування галузевої економічної політики вимагає чіткого визначення концептуальних засад розвитку регіонів, що здійснюється на загальнодержавному рівні. Обумовлюється це необхідністю нівелювання наявних диспропорцій в розміщенні та розвитку виробництва, соціальної інфраструктури та систем розселення, розв'язання еко-

логічних проблем та потребою в раціоналізації природокористування, розширення фінансово-економічної самостійності аграрних підприємницьких структур, децентралізації у вирішенні питань соціального розвитку, що відносяться до місцевої компетенції [1].

Концепція трансформацій галузей економіки має обов'язково містити ідеї політики держави, формулювати їх мету та пріоритети на тактичну і стратегічну перспективу, а також основні проблеми та алгоритм їх розв'язання. Насамперед, це розробка, впровадження та правове обґрунтування механізмів функціонування на галузевому рівні – організаційного, нормативно-правового, економічного, фінансового та соціального. Організаційно-економічна система державного регулювання трансформацій галузей економіки наведена на рис. 1.

Пріоритетне значення в створенні ефективного механізму трансформацій економіки на галузевому рівні належить впорядкуванню бюджетних відносин, формуванню стабільної дохідної бази, розмежуванню повноважень між центром та регіонами, а також державою і місцевим самоврядуванням, функціональною градацією галузевих видатків, преференціями в сфері економічного регулювання щодо розміщення місцевих замовлень та

бюджетного підряду, розвитку малого та середнього бізнесу, організації ринкової інфраструктури та ін.

В агрегованому вигляді інструментарій реалізації фінансово-економічного механізму галузевого розвитку складається з наступних головних елементів: ставок оподаткування на користь регіональних бюджетів, структуризації бюджетних видатків, ринкових принципів розміщення галузевих замовлень та підряду, стимулювання малого та середнього бізнесу, організації ринкового середовища, розмірів власних інвестицій від влади (через бюджети та інші канали). При цьому найбільш характерними галузовими трансформаціями є: мети та пріоритетів розвитку, структурні, ресурсні, спеціалізації й концентрації виробництва та діяльності, інноваційно-інвестиційні, відтворення, організаційно-управлінські, капіталізації та корпоратизації, інтеграції та кооперування, ділової етики, збутової діяльності та логістичні.

Фінансові, організаційні, економічні та соціальні аспекти галузевих трансформацій обов'язково мають бути забезпечені регламентуючими актами органів державної влади та місцевого самоврядування в регіонах. Обов'язковими принципами для створення дієвого правового поля діяльності галузевого управління є стабільність

законодавства, його обов'язковість для всіх суб'єктів бізнесу [2]. Це актуалізує значення інституційного механізму забезпечення галузевих трансформацій.

Найважливішим завданням регулювання галузевих трансформацій є пошук співвідношення між обсягом та інструментарієм державного впливу та збереженням ринкових свобод. Регулювання з боку державної та регіональної влади економічного і соціального розвитку, інших галузевих трансформацій має здійснюватись шляхом бюджетного фінансування соціальних об'єктів, рівнозначного відношення до всіх без винятку суб'єктів підприємництва, обсягів приватизації чи націоналізації (або



Рис. 1. Організаційно-економічна система державного регулювання трансформацій галузей національної економіки

муніципалізації) підвідомчого майна, впливу на грошовий обіг та кредитні відносини, власну інвестиційну діяльність щодо зміцнення інфраструктури.

Висновки. Важливим складовим елементом організаційно-економічного механізму управління галузевими трансформаціями мають стати інтегративні утворення суб'єктів підприємництва на галузевому рівні, створювані на добровільній основі. Головною метою цих процесів є встановлення правил поведінки

на споживчих, ресурсних та фондових ринках шляхом прийняття зобов'язань, рекомендацій, процедур, спрямованих на стимулювання окремих напрямів підприємництва, захист та відстоювання інтересів перед державою та її представниками, сприяння добросовісній конкуренції, формування тактики працедавців, попередження демпінгу та монополізації на ринках. Пріоритети має галузеве зростання, підвищення рівня життя населення, зміцнення міжнародного іміджу країни.

Список літератури:

1. Дем'яненко М.А. Державна підтримка як фактор забезпечення конкурентоспроможного аграрного виробництва / М.А. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2009. – № 9. – С. 3–9.
2. Кваша С.М. Напрями удосконалення механізмів формування ринкової рівноваги на ринках сільськогосподарської продукції / С.М. Кваша // Економіка АПК. – 2011. – № 2. – С.161-167.
3. Лупенко Ю.О. Сучасні тенденції доходів сільського населення / Ю.О. Лупенко // Фінанси України. – 2006. – № 5. – С. 32-38.

Ваниева А. Р.

Крымский инженерно-педагогический университет

МЕХАНИЗМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ОТРАСЛЕВЫМИ ТРАНСФОРМАЦИЯМИ

Резюме

Исследованы механизмы развития аграрной сферы экономики, которые имеют рыночную природу путем: обеспечения верховенства права; гарантии экономических свобод; экономическое равенство субъектов предпринимательства; достижения принципа самофинансирования. Рассмотрены отраслевые факторы и инструменты активизации экономического роста в сельском хозяйстве. Определены концептуальные основы развития регионов, которые осуществляются на общегосударственном уровне. Обоснована организационно-экономическая система государственного регулирования трансформацией аграрной сферы экономики.

Ключевые слова: отраслевые трансформации, инструменты, управление, виды трансформаций, механизмы, эффективность, инфраструктура, государственное регулирование.

Vanieva A. R.

Crimean Engineering and Pedagogical University

MECHANISMS AND INSTRUMENTS TO MANAGE THE TRANSFORMATION

Summary

The mechanism of development of agriculture which have a market because of the nature: the rule of law; guarantee economic freedom; economic equality of business entities; achieving the principle of self-financing. Considered industry factors and tools enhance economic growth in agriculture. Conceptual bases of regional development, implemented at the national level. Reasonable organizational and economic system of state regulation transformation of agriculture.

Keywords: industrial transformation, governance mechanisms, agriculture, efficiency, infrastructure, and regulation.

УДК 336.64

Гудзенко І. С.

ВПНЗ «Європейський університет»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено теоретичні підходи до визначення сутності фінансової діяльності підприємства та управління нею. Обґрунтовано цілі, завдання, принципи організації фінансової діяльності підприємства в сучасних умовах.

Ключові слова: фінансова діяльність підприємства, цільова функція підприємства, управління фінансовою діяльністю, принципи ефективного управління фінансовою діяльністю підприємства.

Постановка проблеми. Основою фінансової системи держави є фінанси підприємств. Розглядаючи підходи до сутності дефініції «фінанси підприємств» у вітчизняній науці, можна узагальнити, що у фінансовій літературі сформувалося два основні підходи до аналізу фінансів підприємств. Представники першого вважають, що фінанси – це грошові відносини щодо формування, розподілу та використання грошових доходів та фондів у процесі відтворення [1-3]. Однак, оподаткування, страхування, які є категоріями фінансів, не можна віднести ні до однієї функції грошей. Інша група характеризує фінанси як частину економічних відносин – розподільчих відносин, які опосередковуються грошима, оскільки фінанси є похідною від товарно-грошових відносин і відображають лише їх певну сферу – обслуговування конкретних видів руху грошових фондів, що включаються до фінансових ресурсів [4-5]. Однак не всі з них разом із визначенням розподільчої природи фінансів обґрунтовують відтворювальну, яка відображає обслуговування розподільчих процесів й забезпечує подальше формування фінансових ресурсів.

Отже, сутність дефініції «фінанси підприємств» можна розглянути за певними ознаками [6, с. 115-116]:

- формою фінансування – це форма фінансування та кредитування підприємницької діяльності;

- функцією перерозподілу – планомірний рух фінансових фондів, що виражають відносини з приводу необхідного,

обов'язкового вилучення вартості та їх використання в інтересах суспільства на рівні господарюючого суб'єкта;

- філософською категорією – економічна сукупність часу та невизначеності, пов'язаної з прийняттям конкретних рішень, аналіз впливу яких на вартість майбутніх доходів та видатків дозволяє підприємцям здійснити раціональний економічний вибір із альтернативних варіантів дій;

- цілепокладаючою функцією – це застосування різноманітних прийомів та методів для досягнення максимального прибутку фірми, або загальної вартості фінансового капіталу, вкладеного у справу;

- системою грошових відносин – це система грошових відносин з приводу руху грошових фондів.

Складність і неоднозначність підходів до визначення «фінансів підприємства» обумовлюють неоднозначність трактування й інших пов'язаних категорій, зокрема «фінансової діяльності підприємства», яка в загальному розумінні характеризує організацію фінансових відносин, що виникають в процесі відносин суб'єкту господарювання з іншими юридичними та фізичними особами – контрагентами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У вітчизняній і закордонній спеціалізованій літературі питанню визначення й обґрунтування фінансової діяльності підприємств відводиться достатньо уваги. Так серед авторів, які внесли найбільший вклад у дослідження сутності цієї категорії слід відзначити П. Бароле, І. Бланка, В. Бочарова, Р. Брейлі, А. Гра-

чова, В. Ковальова, Б. Коласа, С. Майерса, Дж. Мейнсона, А. Поддєрьогіна, Р. Сайфуліна, О. Терещенка, Дж. ван Хорна, А. Шеремета та ін. Однак розвиток господарської практики, ускладнення умов господарювання в сучасних умовах потребує подальшого наукового дослідження й теоретичного обґрунтування організації фінансової діяльності суб'єктів господарювання, що і є метою даного дослідження.

Виклад основного матеріалу. Розглянемо підходи до визначення сутності фінансової діяльності. Так, А.М. Поддєрьогін визначає, що фінансова діяльність підприємства – це система форм і методів, які використовуються для фінансового забезпечення функціонування підприємства та досягнення ним поставлених цілей, тобто це практична фінансова робота, що забезпечує поточну діяльність підприємства, діяльність щодо поліпшення її результатів [1, с. 13]. При цьому автор зазначає, що фінансова діяльність підприємства спрямована на вирішення таких основних завдань: фінансове забезпечення поточної виробничої діяльності; пошук резервів збільшення доходів, прибутку, підвищення рентабельності та платоспроможності; виконання фінансових зобов'язань перед суб'єктами господарювання, бюджетом, банками; мобілізація фінансових ресурсів в обсязі, необхідному для фінансування виробничого і соціального розвитку, збільшення власного капіталу; контроль за ефективним, цільовим розподілом та використанням фінансових ресурсів.

Г. Азаренкова визначає фінансову діяльність як систему форм і методів, які використовуються для фінансового забезпечення функціонування підприємств та досягнення ними поставлених цілей, тобто це практична фінансова робота, що забезпечує життєдіяльність підприємства, поліпшення її результатів [7, с. 23].

За В. Гриньової фінансова активність (діяльність) – це застосування ряду технік і процедур, які приватні особи та організації використовують для управління своїми фінансами [8, с. 30].

Згідно з визначенням Г. Філіної фінансова діяльність суб'єкта господарювання – це особливий вид діяльності персоналу підприємства щодо формуван-

ня та використання фінансових ресурсів [9, с. 24].

О. М. Винник подає таке визначення фінансової діяльності – це діяльність у сфері господарювання, пов'язана з обігом грошових коштів (фінансів) [10, с. 763]. У той же час кожен суб'єкт господарювання, органи господарського керівництва здійснюють таку діяльність для забезпечення своєї основної діяльності. Це так звана індивідуальна фінансова діяльність, метою якої є забезпечення платоспроможності суб'єктів господарських правовідносин, в т. ч. проведення розрахунків, пов'язаних з їх діяльністю, покриття витрат виробництва продукції (робіт, послуг), отримання прибутку (доходу) тощо.

У Господарському Кодексі України представлено наступне визначення: фінансова діяльність суб'єктів господарювання включає грошове та інше фінансове посередництво, страхування, а також допоміжну діяльність у сфері фінансів і страхування [11].

Відповідно до П (С)БО 4 «Звіту про рух грошових коштів» фінансова діяльність – це діяльність, яка призводить до зміни розміру і складу власного та позикового капіталу підприємства. Але таке тлумачення цього поняття не враховує фінансування капітальних вкладень, сплати податків, виплата дивідендів їх засновникам, амортизаційної політики, формування фінансових ресурсів та ін. Таким чином, поняття фінансової діяльності можна розглядати як систему методів та форм, що забезпечують ефективне функціонування підприємств різних форм власності, досягнення ними фінансового результату та поставлених цілей [12].

Отже, ефективна організація фінансової діяльності залежить від своєчасної мобілізації фінансових ресурсів, раціонального розподілу отриманих прибутків у процесі виробничо-господарської діяльності, виконання власних фінансових зобов'язань, зобов'язань перед іншими суб'єктами господарювання та перед державою в цілому. Отже, основними завданнями фінансової діяльності підприємства виступають [13]: облік фінансових результатів; підвищення рентабельності підприємства; підвищення

платоспроможності підприємства; виконання власних зобов'язань; забезпечення господарської та виробничої діяльності; контроль за цільовим використанням коштів підприємства; контроль виробничо-господарської діяльності; складання прогнозів на майбутнє; організація роботи фінансової служби.

Отже, для розкриття сутності фінансової діяльності та управління нею також доцільно обґрунтувати цілі, завдання фінансової діяльності, сутність, структуру, джерела фінансових ресурсів.

В економічній і фінансовій науці на сьогодні сформувалися такі напрями щодо визначення цілі фінансової діяльності підприємства.

1. Модель максимізації прибутку. Вперше ця модель діяльності підприємства була сформульована в 1938 р. А. Курно [14] і потім розвинена в роботах представників неокласичної школи. Реалізація цієї цільової моделі забезпечувалася шляхом досягнення рівності показників граничного доходу та граничних витрат підприємства. В подальшому такий підхід критикується: по-перше, практика обліку у всіх країнах виділяє лише бухгалтерський прибуток, по-друге, високий прибуток не гарантує подальшого розвитку, по-третє, високий рівень прибутку підприємства може досягатися при високому рівні фінансового ризику господарських операцій. Отже, в ринкових умовах максимізація прибутку може виступати як одна з найважливіших завдань господарської, але не як головна мета функціонування підприємства.

2. Модель мінімізації трансакційних витрат базується на теоретичних підходах неінституціоналізму. Р. Коуз [15] вперше ввів поняття «трансакційних витрат» як витрат по обслуговуванню угод на ринку. В результаті наявності трансакційних витрат підприємства потребує значного розширення обсягу облікових робіт. Разом з цим, критерій мінімізації трансакційних витрат не забезпечує оцінку зусиль підприємства з комплексної економії його ресурсів, так як при цьому поза увагою залишаються всі інші види його витрат (не пов'язані з обслуговуванням комерційних угод). Крім того,

будь-яка економія витрат не може носити характер глобальної мети функціонування підприємства, оскільки не пов'язана з його розвитком і з кінцевими економічними інтересами основних груп учасників господарського процесу.

3. Модель максимізації обсягу продаж. Представники цього підходу вважають, що цей цільовий критерій найкращим чином відображає результати ділової активності підприємства в ринковому середовищі, а максимізація обсягу продажу інтегрує у своєму складі і максимізацію прибутку. Крім того, він відображає результати реалізації не лише економічної, а й соціальної місії підприємства, спрямованої на забезпечення потреб покупців в товарах і послугах. В психологічному плані, як управлінський апарат, так і працівники більш чутливі до кількісних показників діяльності підприємства [16]. Разом з тим, цей підхід має ряд істотних недоліків. Так, споживчий вибір товарів і послуг є функцією ринкового середовища, яка дуже мінлива під впливом безлічі факторів, тому з позицій перспективності оцінки така головна цільова функція підприємства виявляється дуже вразливою. Тому ж не завжди ефективними є інноваційні підходи щодо забезпечення високих обсягів продажів продукції. Недоліком є також й те, що цільова функція підтримує зростання доходів, але не пов'язана з економією витрат.

4. Модель максимізації темпів зростання підприємства. У зарубіжній літературі [17-18] під економічним зростанням підприємства розуміють показник максимуму зростання у продажах, якого може досягти компанія при збереженні пропорцій свого фінансового стану, що визначення як «золоте правило» економіки підприємства [19, с. 146]. Відповідно правилу обсяг продажів (виручка від реалізації) повинен зростати швидше за сумарні активи, що обумовлено зростанням віддачі вкладень в активи підприємства – одні й ті ж активи виробляють більше виручки від продажів. Більше зростання прибутку порівняно з виручкою від реалізації викликане зниженням питомих постійних витрат при зростанні обсягів виробництва і продажів [20, с. 121-122; 21, с. 6-7].

За «золотим правилом» економічне зростання підприємства має місце тільки тоді, коли буде дотримуватися взаємопов'язане і взаємоузгоджене зростання різних показників, зокрема $T_{ГФ}^{БК} > T^{БК} > T^{ОФА} > T^{ФА} > T^M > T^{НФА} > T_{НФ}^M > T^{ПК}$ [22, с. 45], де – темпи зростання власного капіталу в грошовій формі; $T^{БК}$ – темпи зростання власного капіталу; $T^{ОФА}$ – темпи зростання оборотних фінансових активів; $T^{ФА}$ – темпи зростання фінансових активів; T^M – темпи зростання активів; $T^{НФА}$ – темпи зростання нефінансових активів; $T_{НФ}^M$ – темпи зростання майна в негрошовій формі; $T^{ПК}$ – темпи зростання позикового капіталу. Отже, у складі цієї моделі на відміну від попередньої присутні і темпи зростання прибутку підприємства, і основні пропорції розподілу цього прибутку, тобто елементи дивідендної політики, та найважливіші структурні параметри фінансового стану господарюючого суб'єкта. Однак, ця модель в якості цільової функції може функціонувати лише в умовах стійкості попиту на продукцію, а, отже, коливання кон'юнктури ринку робить дану модель дуже вразливою. Крім того, модель фіксує в якості основної передумови фактично досягнутий рівень прибутку підприємства, не оцінюючи ступінь його достатності для вирішення завдань перспективного періоду.

5. Модель забезпечення конкурентних переваг. Перевагами цієї цільової концепції підприємства є те, що вона відображає результати діяльності практично всіх його основних служб – конкурентні переваги можуть бути досягнуті за рахунок розробки нового продукту, підвищення якості товарів і послуг, ефективного маркетингу, оптимальної цінової політики, зниження витрат тощо, що забезпечують формування надлишкової дохідності (прибутковості) підприємства.

Разом з тим, і цей цільовий критерій функціонування підприємства має ряд недоліків. Поняття «конкурентна перевага» характеризується цілою низкою показників [23], які дуже складно інтегрувати в єдиному вимірнику. Крім того, конкурентна перевага характеризує відносне положення підприємства в рамках конкретної галузі, в той час як значна

частина підприємств є багатогалузевими. Також конкурентна перевага підприємства може підтримувати лише у відносно короткому періоді часу. Таким чином, забезпечення конкурентних переваг може розглядатися як завдання основних функціональних систем управління, але не як головна мета функціонування підприємства.

6. Модель максимізації доданої вартості («японська модель розвитку фірми»). Перевагою даного критерію оцінки діяльності підприємства є те, що він дозволяє забезпечувати максимізацію економічних інтересів не лише робітників і менеджерів, але і власників підприємства. [5] В достатній мірі можуть бути враховані інвестиційні потреби підприємства у розвиток основних засобів та нематеріальних активів інноваційного характеру. Також, даний цільовий критерій носить довгостроковий характер, що дозволяє моделювати діяльність в стратегічній перспективі. В той же час, розглянута цільова модель має істотний недолік – вона вступає в конфлікт з економічними інтересами кінцевого споживача / покупця продукції.

7. Модель максимізації ринкової вартості підприємства. Протягом останнього часу ця концепція отримала пріоритетний розвиток у розвинених країнах. Особливістю цієї моделі є наступне. Цільова модель, орієнтована на вартість, визнає власників як головних суб'єктів у системі економічних інтересів, пов'язаних з діяльністю підприємства. А, отже, власники як кінцеві претенденти на дохід найбільшою мірою зацікавлені в ефективному управлінні підприємством. Разом з цим, власники, піклуючись про максимізацію збільшення свого добробуту одночасно сприяють зростанню добробуту всіх інших економічних суб'єктів. Це дозволяє забезпечити збалансування інтересів учасників фінансових відносин, інтегрувати основні цілі та завдання ефективного функціонування різних його служб і підрозділів, гармонізувати поточні й перспективні цілі розвитку підприємства.

Відмінністю даної моделі є й те, що показник ринкової вартості підприємства характеризується більш широким спектром і більш глибоким потенціалом зростання в

порівнянні з іншими цільовими показниками. Крім зростання доходів і зниження витрат, зростання його ринкової вартості може забезпечуватися зміною його іміджу, організаційною культурою, використанням ефекту синергізму і, крім того, якщо розміри прибутку або економії витрат мають свої межі на кожному підприємстві, то розміри зростання його ринкової вартості таких меж практично не мають. Цей показник реалізує найбільш повну інформацію про функціонування підприємства в порівнянні з іншими оціночними показниками. Перевагою використання даної моделі є те, що вона охоплює всі основні напрямки фінансової діяльності – інвестування, фінансування, управління активами та грошовими потоками, а відповідно дозволяє оцінити якість всього спектру прийнятих фінансових рішень.

Отже дослідження сутності та особливостей окремих моделей цільової функції підприємства дозволяє узагальнити, що найбільш прийнятною з них в умовах ринкової економіки є модель максимізації ринкової вартості підприємства. Враховуючи, що найбільшу роль у реалізації цієї моделі відіграють фінансові служби підприємства, вона може бути прийнята в якості головної мети управління фінансовою діяльністю та сформульована як максимізація добробуту власників підприємства у поточному та перспективному періоді, що забезпечується шляхом максимізації його ринкової вартості.

Огляд основних завдань фінансової діяльності, які пропонують економісти-вчені [13; 19], а також нормативно-правова база [11-12], представлені вище, дозволяють узагальнити, що у процесі реалізації своєї головної цілі управління фінансовою діяльністю направлене на реалізацію таких основних завдань:

1. Формування достатнього обсягу фінансових ресурсів щодо забезпечення поточної діяльності, розвитку підприємства в майбутньому періоді.

2. Ефективний розподіл і використання сформованого обсягу фінансових ресурсів у розрізі основних напрямків діяльності підприємства (формування необоротного і оборотного капіталу, реальні та фінансові інвестиції й інш.).

3. Оптимізація грошового обороту (збалансування вхідних і вихідних грошових потоків, обслуговування кредитів, короткострокові фінансові інвестиції й інш.).

4. Максимізація прибутку підприємства з найменшим рівнем фінансового ризику. Досягається шляхом управління активами підприємства, оптимізації їх складу, структури. Передбачає застосування амортизаційної, податкової, дивідендної політики щодо оптимізації процесу, пропорцій формування, розподілу та використання прибутку підприємства.

5. Мінімізація рівня фінансового ризику при передбаченому рівні прибутку. Будь-якій господарській діяльності притаманний ризик як ймовірність незапланованих втрат, або незапланованого доходу, що призводить до зниження ефективності. Відповідно, існує потреба у своєчасному виявленні, оцінці, профілактиці фінансових ризиків, своєчасному використанні методів їх зниження (мінімізації).

6. Стійкість фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку. В загальному вигляді Т. Керанчук [24] визначає фінансову рівновагу як відповідність фінансових потреб підприємства і його ресурсів за видами і за часом з метою забезпечення успішної діяльності; включає забезпечення платоспроможності підприємства, фінансової стійкості, ліквідності активів, потреби в основному і оборотному капіталі джерелами з метою максимальної віддачі, певний рівень стабільності фінансового стану підприємства, мінімізацію господарських ризиків. Такий стан забезпечується оптимальним співвідношенням власного і запозиченого капіталу, ефективними пропорціями у структурі джерел формування фінансових ресурсів, достатнім рівнем самофінансування та інвестування і необоротний і оборотний капітал.

7. Можливість швидкого реінвестування капіталу при зміні зовнішніх і внутрішніх умов провадження господарської діяльності.

Висновки. Досліджуючи сутність фінансової діяльності та управління нею слід відзначити, що, по-перше, фінансова діяльність не обмежується рамками підприємства, а постійно взаємодіє з бюджетом, позабюджетними фондами, банками

та страховими організаціями, інституціональними інвесторами, а, по-друге, управління фінансовою діяльністю перебуває під впливом таких загальних принципів управління, як планування, стимулювання, узгодження окремих елементів, варіативність, цільова спрямованість. Це дозволяє визначити принципи ефективного управління фінансовою діяльністю підприємства [1; 13; 25]: інтегрованість із загальною системою управління підприємством; комплексний характер формування управлінських рішень, у тому числі щодо забезпечення взаємозалежності фінансових показників як основних індикаторів ефективності фінансової діяльності; динамізм управлінських рішень, що є вимогою урахування внутрішніх і зовнішніх факторів фінансово-господарської діяльності підприємства; багатоваріантність підходів до розробки окремих управлінських рішень щодо забезпечення гнучкості, ма-

невреності, раціональності, мінімізації фінансових витрат; повнота і точність обліку та звітності, планування фінансових показників, контролю за узгодженістю і виправданістю фінансових операцій; орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства; стимулювання і матеріальна відповідальність; економічна ефективність, тобто витрати по створенню та підтриманню системи управління фінансами, а також її модернізації повинні бути економічно виправданими.

Отже, управління фінансовою діяльністю з урахуванням цих принципів, дозволяє забезпечити необхідний ресурсний потенціал високих темпів приросту господарської діяльності підприємства, постійне зростання власного капіталу, підвищення його конкурентної позиції на товарному і фінансовому ринках, забезпечити стабільний економічний розвиток у стратегічній перспективі.

Список літератури:

1. Фінанси підприємств: Підручник. / ред. Поддєрьогін А.М. – К.: КНЕУ, 2004. – 546 с.
2. Белолипецкий В. Г. Финансы фирмы: Курс лекций. / В.Г. Белолипецкий. / Под ред. И. П. Мерзлякова. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 298 с.
3. Загородній А.Г. Фінансовий словник / А. Г.Загородній, Г.Л.Вознюк, Т.С. Смовженко. – К.: Знання, 2002. – 418 с.
4. Білик М.Д. Бюджетування у системі фінансового планування. / М.Д. Білик. // Фінанси України. – 2004. – № 3. – С. 97-109.
5. Бланк И.А. Управление формированием капитала. / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2000. – 512 с.
6. Ковальчук С.В. Фінанси: навч. посібник / С. В. Ковальчук, І В. Форкун. – Л.: Новий світ – 2000, 2005. – 568 с.
7. Азаренкова Г.М. Фінанси підприємств: навчальний посібник. / Г.М. Азаренкова, Т.М. Журавель, Р.М. Михайленко. – К.: Знання-Прес, 2009. – 299 с.
8. Гриньова В.М. Фінанси підприємств: навч. посіб. / В.М. Гриньова, В.О. Коюда. – 3-тє вид., стер. – К.: Знання-Прес, 2006. – 423 с.
9. Філіна Г.І. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання. Навчальний посібник – К.: Цент учбової літератури, 2007 – 320 с.
10. Вінник О. М. Господарське право: Навчальний посібник. – 2-ге вид., змін, тадоп. – К.: «Правова єдність», 2008. – 766 с.
11. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV (Редакція на 03.02.2013) [Режим доступу]: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів», затверджено наказом Міністерства фінансів України № 87 від 31.03.1999 р., із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів України № 1591 від 09.12.2011 р. [Електронний ресурс] / Законодавство України. – Режим доступу: / <http://zakon1.rada.gov.ua/>
13. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: [навч. посібник] / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2003. – 554 с.
14. H. Guttion, Cournot, Antoine Augustin, International Encyclopedia of the Social Sciences. – Vol. 3, ed. D.L. Sills: Macmillan Free Press, 1968.
15. Коуз Р. Фирма, рынок и право: сб. статей / пер. с англ. Б. Пинскера; науч. ред. Р. Капелюшников. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с.
16. Грязев М.В. Стратегические основы взаимодействия промышленных предприятий: монография / М.В. Грязев, Г.В. Коршунова. Тула: ИЦ «Финансы и кредит», 2012. – 360 с.
17. Бернотеш М. Управление денежными потоками / М. Бернотеш, Р. Найт; пер. с англ. Е. Бугаевой. – СПб.: Питер, 2004. – 240 с.
18. Higgins R.C. How much growth can a firm afford? / R.C. Higgins // Financial Management. – 1977. – № 6 (3). – Рр. 7-16.

19. Бланк И.А. Управление использованием капитала / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр, 2000. – 656 с.
20. Бакунов О.О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку: монографія / О.О. Бакунов, В.А. Распопова. – Донецьк: Ноулідж, 2012. – 184 с.
21. Тонких А.С. Приемы моделирования экономического роста предприятия / А.С. Тонких, А.С. Остальцев, И.С. Остальцев. – Екатеринбург-Ижевск, 2012, – 50 с.
22. Ломачинська І.А. Механізм управління фінансами підприємств в умовах трансформації економіки: монографія. /І.А. Ломачинська. – Одеса: Астропринт, 2011. – 280 с.
23. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.
24. Керанчук Т. Моделирование финансового равновесия предприятия / Т. Керанчук. // Бизнес-информ. – 1998. – № 19. – С. 49-54.
25. Данилюк М.О. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник. / М.О. Данилюк, В.І. Савич – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 204 с.

Гудзенко И. С.

ЧВУЗ «Европейский университет»

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Резюме

В статье исследованы теоретические подходы к определению сущности финансовой деятельности предприятия и управления ею. Обоснованно цели, задачи, принципы организации финансовой деятельности предприятия в современных условиях.

Ключевые слова: финансовая деятельность предприятия, целевая функция предприятия, управления финансовой деятельностью, принципы эффективного управления финансовой деятельностью предприятия.

Gudzenko I. S.

PHEE «European University»

THEORETICAL APPROACHES TO THE ORGANIZATION OF FINANCIAL ACTIVITY OF ENTERPRISE

Summary

The article investigates theoretical approaches to defining the essence of financial activity and its management. The author reasons goals, objectives, principles of organization of financial activity of enterprise in modern conditions.

Keywords: financial activities of enterprise, target function of enterprise, financial management, principles of effective management of financial activity of enterprise.

УДК 336.011:330.567.2

Драган О. О.

Український державний університет фінансів та міжнародної торгівлі

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОЇ ГРАМОТНОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

У статті досліджено концептуальні засади розвитку фінансової грамотності населення. Запропоновано концепцію розробки національної стратегії підвищення фінансової грамотності домогосподарств в Україні.

Ключові слова: фінанси домогосподарств, фінансова поведінка, фінансова грамотність, фінансова культура.

Постановка проблеми. В умовах розвитку сучасного ринкового господарства зростає роль домогосподарства як одного з ключових суб'єктів економічних та фінансових відносин. Це пов'язано з тим, що вони як унікальні соціально-економічні утворення визначають основу життєдіяльності будь-якого суспільства, починаючи від формування попиту з метою задоволення потреб людини, що визначає структуру господарської діяльності та динаміку її розвитку. До того ж саме домогосподарства часто виступають основним постачальником ресурсів в економічну систему, зокрема праці, капіталу, підприємницької здатності. Разом із цим, слід визнати, що запорукою ефективної організації фінансів домогосподарств у сучасних умовах розвитку соціально-економічних відносин є підвищення фінансової грамотності населення, яка відображає знання про фінансові інститути та фінансові продукти; вміння їх використовувати, приймати виважені фінансово-економічні рішення у разі потреби, а також розуміння індивідами своїх дій у цій сфері.

Разом з цим, результати досліджень InMid та Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) [1-2] та авторські спостереження дозволяють, що фінансова поведінка вітчизняних домогосподарств переважно є споживчою, неощадливою, нераціональною, не пов'язаною з фінансовим ринком. При цьому значна частина домогосподарств володіє недостатнім рівнем знань і розуміння базових фінансових категорій, а інша – їх переоцінює.

Аналіз останніх досліджень и публікацій. Різним аспектам формування фінан-

сової культури і фінансової грамотності населення присвячені роботи вітчизняних науковців, зокрема В. Андрущенко, О. Ватаманюка, Ю. Воробйова, Т. Кизими, В. Леонова, І. Ломачинської, С. Осипцева, Н. Слав'янської, С. Юрія, В. Федосова та ін. Високо оцінюючи фундаментальні праці науковців, констатуємо, що фінансова грамотність домогосподарств як базис підвищення ефективності індивідуальних фінансових рішень залишається малодослідженою, а тому потребує подальшої наукової розробки.

Мета дослідження – на основі теоретичного аналізу, оцінки особливостей фінансової поведінки вітчизняних домогосподарств та вивчення світового досвіду обґрунтувати концептуальні положення розробки та реалізації національної стратегії розвитку фінансової грамотності населення в Україні.

Виклад основного матеріалу. Фінансова грамотність – це сукупність знань щодо законів, правил економічної та фінансової діяльності; розуміння ключових фінансових понять, а також здатність приймати на цій основі обґрунтовані рішення, здійснювати ефективні дії для реалізації життєвих цілей та планів у теперішньому та майбутньому часі. Дослідження сутності фінансової грамотності та узагальнення певних досліджень дають змогу визначити ряд основних її економічних функцій: оптимізація та раціоналізація використання ресурсів; формування компетентного споживача; стимулювання посилення безпеки, зростання продуктивності праці, зайнятості, доходів; активізація участі населення

на фінансовому ринку з функціями заощадження та інвестування; стабілізації фінансово-економічної системи; забезпечення фінансово-економічної відповідальності населення; забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, прискорення науково-технічного прогресу, а, отже, й економічного зростання [3]. Водночас, фінансова грамотність має не лише економічне, а й соціальне та суспільне значення. Серед її суспільних функцій можна визначити удосконалення нормативно-законодавчої бази; посилення боротьби з тіньовою економікою; зростання довіри населення, зниження рівня злочинності; розвиток демократії; зростання добробуту; розвиток соціально-культурної сфери.

Отже, значимість фінансової грамотності у соціально-економічному розвитку обумовлює необхідність формування концепції розвитку фінансової грамотності населення в Україні як засад підвищення фінансової обізнаності домогосподарств. В контексті цього ця концепція має відповідати, насамперед, меті формування фінансової культури суспільства, основними елементами реалізації якої, на наш погляд, мають бути: підвищення обізнаності населення про фінансові послуги, продукти, інститути; підвищення рівня знань й компетенції домогосподарств в галузі особистих фінансів; зміна становлення громадян до фінансових інститутів, продуктів, їхньої фінансової поведінки; посилення впевненості громадян у прийнятті фінансових рішень; підвищення рівня залучення та участі населення у використанні фінансових продуктів. Реалізація цих елементів, в свою чергу, повинна забезпечити досягнення головної мети концепції – змінити фінансову поведінку домогосподарств, раціоналізувавши їхні рішення, підвищивши рівень захисту домогосподарств як учасників фінансового ринку.

Сукупність заходів із втілення концепції розвитку фінансової грамотності має бути викладена у Стратегії та відповідній Програмі підвищення фінансової грамотності населення, яким слід надати національного статусу і які варто розглядати не лише в контексті стратегічного розви-

тку фінансового сектору України як це відбувається сьогодні, а й у зв'язку із забезпеченням національної безпеки, про що свідчить зарубіжний досвід. Важливо відзначити, що фінансова освіта потрібна всім громадянам. Дітям вона дає уявлення про цінність грошей, закладає підвалини для подальшого розвитку навичок планування бюджету та заощаджень. Молоді фінансова грамотність може допомогти у розв'язанні проблеми фінансування освіти або вирішенні питання житлового забезпечення через фінансове планування, залучення та ефективне управління кредитними ресурсами. Дорослим фінансова освіта необхідна для управління особистими фінансами, оптимізації співвідношення «заощадження – споживання», оцінки ризиків та прийняття зважених рішень щодо інвестування заощаджень, при користуванні різними фінансовими продуктами і послугами та для планування пенсійного забезпечення.

Значимість та спрямованість Програми як комплексу заходів щодо реалізації Стратегії розвитку фінансової грамотності громадян передбачає реалізацію таких її головних принципів [4-8]: комплексність; координованість; стратегічна спрямованість; ресурсна забезпеченість; націленість на розв'язання конкретних проблем; чітке позиціонування та адресний характер; максимальне залучення зацікавлених сторін; зворотний зв'язок; об'єктивність і неупередженість освітніх програм; єдина інформаційна політика.

Важливу роль серед учасників програм фінансової грамотності відіграє держава, яка впроваджує норми та правила функціонування фінансових ринків, захисту вкладників, інвесторів тощо, координує програму фінансово-економічної грамотності з метою забезпечення економічного зростання та підвищення добробуту громадян. Найактивнішими державними інститутами, які є координаторами з підвищення рівня фінансово-економічної культури, в світовій практиці є: центральні банки (Бельгія, Чехія, Польща, Угорщина, Білорусь, Вірменія, Індонезія, Філіппіни, Малайзія); фінансові регулятори (Австралія, Ірландія, Бразилія, Японія, Великобританія, ПАР); організа-

ції та інститути з питань зайнятості населення (Австрія, Чехія, Франція); міністерство освіти та освітні організації (Словаччина); спеціальні урядові організації (США – Комісія з питань фінансової грамотності та пенсійних доходів).

Одним із найефективніших координаторів фінансово-економічної грамотності є центральний банк, про що свідчить приклад Польщі – лідера серед країн Східної Європи за кількістю та ефективністю проведення освітніх програм. Доцільно визначити координатором Національний банк України, який на сьогодні має доволі повноважень для цього, також необхідне інституційне забезпечення (навчальні заклади, дослідні інститути тощо)

Водночас питання фінансової грамотності населення є актуальним й для комерційних організацій, установ. Передусім, це банківські установи, страхові компанії, які разом з економічно та фінансово обізнаним клієнтом розширюють доступ до фінансових ресурсів; отримують зростання попиту на фінансові продукти; знижують витрати щодо фінансових ризиків своєї діяльності. Крім того, фінансово грамотний клієнт адекватно сприймає будь-які зміни в соціально-економічному, політичному, суспільному середовищі, а тому не є генератором нестабільності у разі кон'юнктурних змін. У цілому це зумовлює значимість програм фінансової грамотності, у разі числі для банківських установ, інвестиційних та страхових компаній, приватних пенсійних фондів. Ті організації, які це розуміють, вже сьогодні пропонують окремі програми в різних формах для різних груп населення.

Суттєве розширення кола учасників програм підвищення фінансової грамотності можна спостерігається з 2013 р., що стало наслідком реалізації програми FINREP-II [8], п'ятирічної програми розвитку фінансового сектору (з жовтня 2012 р. по жовтень 2017 р.), яка фінансується USAID і розроблена з метою надання допомоги Україні у підвищенні стабільності фінансового сектору та відновленні довіри населення до фінансових ринків. Партнерами цієї програми є державні органи України (Національний банк України, Національна комісія з цінних паперів

та фондового ринку, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, Міністерство фінансів України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство соціальної політики України, Міністерство аграрної політики і продовольства України, Пенсійний фонд України та профільні комітети Верховної Ради України); приватний сектор (провідні асоціації суб'єктів приватного сектору, асоціації захисту прав споживачів фінансових послуг, федерації роботодавців, асоціації страхових компаній та недержавних пенсійних фондів, провідні українські та міжнародні фінансові організації) та громадські організації: науково-дослідні установи, початкові та середні школи, аналітичні центри, неурядові організації, медійні організації та освітні заклади.

Вплив фінансової освіти на розвиток економіки та суспільства має багатограний та суперечливий характер. Так, з одного боку, підвищення фінансової грамотності сприяє задіяною населення на фінансовий ринок, а, з другого, розвиток останнього супроводжується ускладненням фінансових продуктів, що, в свою чергу, не гарантує збереження фінансової стабільності в умовах посилення невизначеності господарських рішень, а значить, й ризиків. Саме це демонструє більшість країн світу, в тому числі Україна, у період 2008-2009 рр. Тому вкрай важливим є питання вибору ефективних напрямів фінансової просвіти населення, методик, способів оцінки, контролю за використанням коштів на ці цілі тощо. Крім того, необхідною умовою успіху цих заходів є їх комплексність, системність, своєчасність, доступність, що можна забезпечити, як свідчить зарубіжний досвід, завдяки впровадженню національної стратегії фінансової грамотності, в якій програми відповідатимуть інтересам людини, а не поточним проблемам фінансової системи.

Світовий досвід [3; 9-10] також засвідчив, що існує доволі багато форм фінансової просвіти. Їх вибір залежить, насамперед від таких чинників, як цілі та аудиторія. Умови ринкової економіки по-

требують отримання фінансової освіти протягом усього життя. Чим раніше діти будуть розуміти роль грошей у приватному, сімейному, суспільному житті, тим раніше будуть сформовані їхні корисні фінансові навички. А далі – «від простого до складного», за рахунок закріплення, розвитку цих навичок можна забезпечити фінансову самостійність, фінансову безпеку та добробут продовж усього життя. Вкрай важливим це питання є і для людей пенсійного віку. Отже, основними цільовими групами програм фінансової освіти є діти й школярі, молодь і студенти, дорослі, непрацездатне населення, батьки, безробітні, малозабезпечені верстви населення, учителі, тренери, інвестори, профспілки, пенсіонери, співробітники фінансових установ. Однак в різних країнах існують деякі відмінності щодо важливості груп. Так, у Великобританії особливе місце також відводиться розлученим, пенсіонерам, військовослужбовцям, непрацездатним громадянам; у Південній Африці – малозабезпеченим верствам населення.

Цілі фінансових програм, як правило, визначають їхній зміст та методики роботи зі слухачами. Найвідомішими формами поширення фінансової освіти є лекції та семінари; спеціальні тренінги з теми фінансової грамотності; спеціалізовані Інтернет-портали. Крім того, важливу роль відіграють тематичні вкладки в газетах, журналах, теле- та радіопрограми, погляди експертів, різновиди види реклами, тобто співпраця з засобами масової інформації, що, в свою чергу, потребує високої фінансової грамотності й журналістів. Цікавим є приклад Німеччини, де Музей грошей є невід'ємною частиною інформаційної політики «Deutsche Bundesbank» та місцем для факультативного навчання дорослих і дітей.

Популяризація фінансової грамотності відбувається і шляхом проведення за ініціативи ООН щороку 31 жовтня Міжнародного дня економії (збереження). 18 вересня в Ірландії організовується День фінансової грамотності, в Канаді і США – тижні фінансового планування, або кредитні тижні.

Одним із перших масштабних проєктів в Україні є освітня програма «Junior Bank» для школярів, започаткована АБ

«Приватбанк». У подальшому її підтримали страхова компанія «Асіс Тас» – «Азбука фінансової грамотності», АТ «Сбербанк Росії» – «Все про банк: від А до Я» для дітей 4-6 років, ОТП банк – Програма фінансової грамотності для підприємництва. Однак на першому етапі про системність та комплексність цих програм не йшлося. Здебільшого, вони виконували маркетингову функцію і значно меншою мірою, – освітню і суспільну. Разом із тим, можна навести успішні приклади реалізації й соціальних проєктів, зокрема «Школа фінансової грамотності й підприємства» для підлітків 11-15 років з дитячих будинків й шкіл-інтернатів різних міст України.

Активізував свою участь у програмах фінансової просвіти НБУ, який, взяв на себе координуючу роль у впровадженні плану заходів як складової Стратегії реформування системи захисту прав споживачів на ринку фінансових послуг на 2012-2017 рр. Також бере участь у реалізації більшості програм Незалежна асоціація банків України (НАБУ) спільно з Німецьким банком розвитку KfW, який діє за дорученням Федерального уряду Німеччини, та компанією IPC (Internationale Projekt Consult GmbH).

У 2012-2013 навчальному році НБУ спільно з FINREP, Міністерством освіти і науки, Університетом банківської справи НБУ розробили навчальну програму, підручник та практикум з курсу фінансової грамотності, здійснили підготовку викладачів та у пілотному режимі впровадили факультатив у школах з 14-ти областей України для учнів 10-х класів. Унаслідок за підсумками вступної та заключної перевірки в Дніпропетровську за перший рік навчання курсу «Фінансова грамотність» рівень знань з фінансової грамотності підвищився на 20 в.п., з 45% до 65% [11]. В подальшому НБУ планує систематично реалізовувати публічні заходи, спрямовані на підвищення фінансової грамотності широких верств населення, зокрема проводити Всеукраїнський тиждень фінансової грамотності та Всесвітній день заощаджень у жовтні в Україні. До реалізації проєкту залучаються організації фінансового сектора, органи місцевої

влади, громадські організації, засоби масової інформації.

Якщо на першому етапі більше уваги приділяється школярам, то згодом програми поширюються на доросліше населення країни. Активну участь в таких проектах бере НАБУ, заходи якого щодо підвищення рівня фінансової грамотності в регіонах свідчать про зацікавленість населення і банків у цьому процесі. Зокрема, НАБУ, за підтримки територіальних управлінь НБУ і регіональних відділень банків-членів, здійснила кілька заходів у рамках Всеукраїнського медіа-туру в містах: Львів, Броди (квітень 2013 р.); Джанкой, Сімферополь, Севастополь (червень 2013 р.); Одеса, Миколаїв, Іллічівськ і Котовськ (липень 2013 р.). НАБУ спрямовує зусилля на різні цільові аудиторії – пенсіонери, діти, журналісти, студенти, школярі, підприємці, жінки. Згідно з планом проведення Всеукраїнського медіа-туру, аналогічні заходи проводились у вересні 2013 р. у Дніпропетровську, Дніпродзержинську та Запоріжжі, у листопаді-грудні 2013 р. в Харкові, Донецьку та Кривому Розі. До Всесвітнього дня заощаджень банкіри провели відкриті уроки з фінансової грамотності для дітей. Також банки-учасники в рамках святкування провели акцію – клієнти, які прийшли в банк відкрити депозитний рахунок з дітьми, отримали бонус у розмірі додаткових 1-2%, а юні клієнти подарунки.

Отже, визначаючи необхідність підвищення фінансової грамотності населення України як основи забезпечення національної фінансово-економічної безпеки, розвитку фінансового сектору, зростання добробуту громадян, слід наголосити на актуальності і значимості формування ефективної системи фінансової просвіти України. Однак у процесі її розроблення та впровадження на сучасному етапі варто врахувати таке.

По-перше, на сьогодні вітчизняна система фінансової освіти не в змозі забезпечити високий рівень фінансової грамотності внаслідок обмеженості відповідних навчальних програм, фахової підготовки та численності викладачів і тренерів, методик, фінансового забезпечення.

По-друге, серйозною проблемою є відсутність загальної системи координації

фінансової освіти, яка б відповідала, насамперед, нагальним потребам.

По-третє, в Україні не створена і не підтримується комплексна система підготовки носіїв фінансової освіти, що потребує доволі значних фінансових вкладень. Недостатній рівень кваліфікації властивий і працівникам фінансового сектору, які безпосередньо спілкуються зі споживачами фінансових послуг.

По-четверте, спостерігається нерозвинутість інституційного середовища фінансової поведінки як сукупності правил, які формують навички, звички людей, структурують взаємодію людей з фінансовими інститутами. Однією з ключових проблем при цьому є низький рівень довіри населення до держави, фінансових установ, відсутність необхідних нормативно-правових актів. Так, в США лише ухвалення Закону «Про покращення фінансової грамотності й освіти» та створення Ради з фінансової грамотності в 2003 р. сприяли зростанню кількості приватних інвесторів на 55%.

По-п'яте, основними джерелами фінансування програм з фінансової грамотності є донорська допомога міжнародних неурядових організацій. Однак цього недостатньо з позиції дотримання принципів Стратегії фінансової грамотності. Варто усвідомлювати, що з часом зовнішнє фінансування зменшуватиметься, а потреба у розширенні програм зростатиме.

Висновки. Отже, у контексті зазначеного пропонуємо реалізувати такі заходи:

1) Розроблення Концепції фінансової грамотності в Україні (рис. 1).

Учасниками програм фінансової грамотності визначити наступні:

– Державні інституції – НБУ, Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку, Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, Фонд гарантування вкладів фізичних осіб, Міністерство фінансів України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство соціальної політики України, Міністерство юстиції України, Міністерство аграрної політики і продовольства України, Пенсійний фонд України та профільні комітети Верховної Ради України, органи місцевої влади.

МІСІЯ: зростання соціально-економічного добробуту країни**ЦІЛІ:**

Підвищення людського потенціалу	Зростання добробуту громадян	Фінансова безпека громадян	Стійкість національної фінансової системи	Ефективність фінансових рішень домогосподарств	Розвинута фінансова культура	Фінансово активна поведінка громадян
---------------------------------	------------------------------	----------------------------	---	--	------------------------------	--------------------------------------

ЗАВДАННЯ:

- Створення системи фінансової освіти та просвіти;
- Формування фінансових навичок громадян;
- Посилення суспільної ролі фінансової грамотності;
- Підвищення рівня обґрунтованості фінансових рішень учасників фінансових відносин;
- Посилення економічної і фінансової активності;
- Підвищення соціальної відповідальності учасників фінансових відносин;
- Формування інституційної і нормативно-правової бази фінансової освіти;
- Ресурсне забезпечення програм щодо формування фінансової культури і підвищення фінансової грамотності;
- Створення ефективної системи поширення інформації;
- Інституційне і нормативно-правове забезпечення захисту споживачів фінансових продуктів.

Рис. 1. Концепція розвитку фінансової грамотності в Україні*Складено автором*

– Підприємницькі структури, інститути фінансової системи держави, консалтингові організації.

– Цільові групи домогосподарств: молодь, індивіди з високим інвестиційним потенціалом (домогосподарства, які заощаджують, користуються банківськими послугами, цінними паперами), індивіди з високим інформаційним потенціалом (викладачі, фахівці-консультанти з економічних, фінансових, юридичних питань), проблемні верстви населення – «групи ризику» (безробітні, пенсіонери, інваліди).

– Засоби масової інформації.

Координуючу роль необхідно закріпити за Національним банком України.

Джерелами фінансування програм з підвищення фінансової грамотності населення можуть бути кошти державного бюджету, фінансових інститутів, роботодавців, громадських, міжнародних організацій.

Для оцінювання ефективності заходів з підвищення рівня фінансової грамотності необхідно на постійній основі проводити моніторинг цільових груп (вік, освіта, професія, рівень доходу, регіон). Основні результати програм повинні оцінюватися на підставі аналізу зміни поведінки домогосподарств і включати показники, які свідчать, по-перше, про динаміку рівня фінансової грамотності (заощадження домогосподарств, обсяг банківських, страхових послуг, обсяг операцій населення з цінними паперами, безготівково обігу); по-

друге, про фінансову активність населення (розвиток навиків фінансового планування і резервування; формування мислення у відповідності з економічними фінансовими можливостями; підвищення рівня довіри до фінансових інститутів, фінансових продуктів; зниження рівня очікування державної допомоги; посилення економічної активності, розвитку підприємництва).

Програми мають відповідати Стратегії національної безпеки України, Національній стратегії розвитку освіти в Україні на період до 2021 р., Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні.

2) Розроблення до Концепції фінансової грамотності Комплексної програми підвищення рівня фінансової грамотності населення України.

Забезпечення ефективності програм з підвищення рівня фінансової грамотності потребує комплексного підходу, тобто одночасної орієнтації на різні верстви населення, цільові групи, сегменти фінансової системи, спрямованості на виконання конкретного завдання. Це можливо реалізувати шляхом одночасного здійснення кількох програм на підставі об'єктивності, неупередженості, зворотного зв'язку, єдиної інформаційної політики, координація яких покладена на НБУ.

Класифікація програм з фінансової грамотності та їх головні характеристики наведені в табл. 1.

3) Пошук та розширення джерел фінансування реалізації Національної стратегії фінансової грамотності.

З огляду на стан вітчизняної економіки та проблеми бюджетного обмеження доцільно формувати фінансове забезпе-

чення на основі приватно-державного партнерства. Доцільно активно використовувати кошти міжнародних і національних економічних та фінансових організацій, суспільних некомерційних організацій.

Таблиця 1

Класифікація програм з підвищення фінансової грамотності

Ознака	Види	Характеристика	Інструменти
За терміном	Короткострокові	Забезпечують стабілізацію фінансів домогосподарств,	Круглі столи, наповнення Інтернет-ресурсів, брошури і буклети, тематичні заходи,
	Середньострокові	Формують навички, знання фінансової поведінки домогосподарств	Інтернет-портал з фінансової грамотності, центри економічної та фінансової освіти, програми підвищення кваліфікації, індивідуальне консультування з фінансових та інвестиційних питань, моніторинг
	Довгострокові	Формують економічну і фінансову культуру, створюють стереотипи масової фінансової поведінки	Інтернет-портал з фінансової грамотності, спецкурси, навчальні програми, підручник, практикум, моніторинг
За адресними групами	Населення країни у цілому	Формують фінансову культуру суспільства, забезпечують фінансову безпеку домогосподарств, стабілізацію національної фінансової системи	Інтернет-портал з фінансової грамотності, центри економічної та фінансової освіти, програми підвищення кваліфікації, телевізійні програми
	Студенти	Формують навички потенційно фінансово та інвестиційно активної групи населення, раціоналізують фінансову поведінку	Спецкурси, тренінги, конкурси, олімпіади; web-сайти, факультативи
	Школярі	Формують навички потенційно активної та ефективної фінансової поведінки	Спецкурси, фінансові і економічні ігри, тренінги, конкурси, олімпіади, web-сайти,
	«Ризик група» тощо	Забезпечують підвищення економічної і фінансової активності, стабілізацію та раціоналізацію фінансової поведінки	Центри економічної та фінансової освіти, програми підвищення кваліфікації, індивідуальне консультування з фінансових та інвестиційних питань
За інструментами реалізації заходів	Медійні	Реалізуються через засоби масової комунікації, мережу Інтернет	Інтернет-портал з фінансової грамотності, телевізійні програми, газети і журнали, соціальні ЗМІ
	Адміністративні	Координація і моніторинг системи фінансової просвіти, ресурсне забезпечення	Інструменти моніторингу рівня фінансової грамотності, груп ризику, центри економічної і фінансової грамотності при державних установах, Інтернет-портал з фінансової грамотності, програми підвищення кваліфікації, нормативно-правові акти, аудит
	Освітні	Забезпечують стандарти фінансової освіти, методичне та кадрове забезпечення	Підготовка викладачів з фінансової грамотності, впровадження спецкурсів, розроблення навчальних програм і методичних матеріалів, програми підвищення кваліфікації
	Роз'яснювальні	Доведення інформації до цільових груп, їх навчання, оволодіння навичками	Круглі-столи, семінари, тренінги, програми підвищення кваліфікації
	Інформаційні	Масове поширення об'єктивної, узгодженої, доступної інформації, її своєчасне оновлення.	Розповсюдження буклетів і брошур, тематичні фінансові заходи, соціальна реклама, впровадження Дня ощадливості або фінансової грамотності.

Складено автором

Список літератури:

1. Бонд, Р. Фінансова грамотність та обізнаність в Україні: Факти та висновки. / Роберт Бонд, Олексій Куценко, Наталія Лозицька. 2-е вид. – К., Грудень 2010. – 42 с.
2. Прохоренко, В. Фінансова грамотність населення сприяє стабільному та успішному розвитку фінансової системи нашої країни. / В. Прохоренко. // НБУ. – 3.7.2013.
3. Ломачинська, І. А. Фінансова грамотність як основа оптимізації фінансової поведінки в умовах глобальної трансформації. / І. А. Ломачинська. // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2011. – том 16, випуск 20. – С. 116-125.
4. Концепция государственной программы повышения финансовой грамотности населения Республики Беларусь на 2013-2018 годы. – Минск, 2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbrb.by/today/NPA_projects/Finliteracy.pdf
5. Концепция Национальной программы повышения уровня финансовой грамотности населения Российской Федерации. – М., 2009. – 81 с.
6. Указ Президента Республики Казахстан «О Концепции развития финансового сектора Республики Казахстан в посткризисный период». – № 923 от 1.01.2010 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.afn.kz/attachments/12/264/publish264-1633896258..pdf>
7. Развитие и новое поколение. Доклад о мировом развитии Всемирного банка. – М, 2007. – 378 с.
8. Програма розвитку фінансового сектору. – FINREP. Офіційний сайт USAID. http://finrep.kiev.ua/index_ua.php
9. Ковтун, О. А. Механізм підвищення освітнього рівня домогосподарств у фінансовій сфері. / О. А. Ковтун. // Сталій розвиток економіки. – 2012. – № 2. – С. 297-302.
10. В Украине появится национальная программа финансовой грамотности потребителей. // GlobalMoney. – 12.08.2013. – https://globalmoney.ua/ru/about/news/v_Ukraine_pojavitsja_nacionalnaja_programma_finansovoj_gramotnosti_potrebitelej.html
11. Подведены итоги внедрения курса финансовой грамотности в школах. // Мост. – 21.06.2013. <http://most-dnepr.info/news/society/88173.htm>

Драган О. А.

Украинский государственный университет финансов и международной торговли

ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В УКРАИНЕ

Резюме

В статье исследованы концептуальные основы развития финансовой грамотности населения. Предложена концепция разработки национальной стратегии повышения финансовой грамотности домохозяйств в Украине.

Ключевые слова: финансы домохозяйств, финансовое поведение, финансовая грамотность, финансовая культура.

Dragan O.O.

Ukrainian State University of Finance and International Trade

FORMATION OF THE CONCEPT OF DEVELOPMENT OF FINANCIAL LITERACY IN UKRAINE

Summary

The article explores the conceptual foundations of development of financial literacy of population. The concept of developing a national strategy to improve financial literacy of households in Ukraine is suggested.

Keywords: finance of household, financial activity, financial competence, financial culture.

УДК 339.94:336.645

Ломачинська І. А.

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРЕДСТАВНИЦТВ ІНОЗЕМНИХ КОМПАНІЙ В УКРАЇНІ

У статті досліджено фінансові аспекти функціонування представництв іноземних компаній в Україні. Висвітлено умови організації грошового обороту. Визначено особливості організації податкових відносин представництв іноземних суб'єктів господарювання з державою.

Ключові слова: представництво іноземної компанії, некомерційні представництва, комерційні представництва, грошові рахунки представництва іноземної компанії, податкові зобов'язання іноземної компанії.

Постановка проблеми. Активізація різноманітних форм організації господарської діяльності є одним із головних етапів створення конкурентоспроможного підприємницького середовища в умовах інтеграції України у світовий економічний простір. Так іноземна компанія, яка має намір здійснювати підприємницьку діяльність в Україні, може діяти без створення будь-яких організаційно-правових утворень, реєструвати підприємство з іноземними інвестиціями, іноземне підприємство, представництво нерезидента. На етапі входження іноземної компанії на ринок будь-якої країни, у тому числі й України, особливу роль відіграє така форма як представництво іноземного суб'єкта господарської діяльності, кількість яких вже в 2013 р. в Україні становила біля 5 тис. одиниць. Вибір такої форми діяльності, на думку експертів [1], дозволяє використовувати торгову марку чи бренд іноземної компанії без укладання ліцензійного договору, працевлаштувати на даному представництві фізичні особи-нерезиденти без оформлення дозволів у центрі зайнятості, здійснювати безпосередній контроль за його діяльністю шляхом фінансування витрат. Окрім того, фактично клієнти матимуть у якості контрагента головну компанію, що іноді є особливо привабливим. Також створення представництва може бути доцільним у випадку необхідності захисту від можливого рейдерства конкурентів, встановлення більшого контролю за господарською діяльністю компанії в Укра-

їні [2]. Слід відзначити, що дана форма організації зовнішньоекономічної підприємницької діяльності у світовій практиці широко використовується у сфері маркетингу, технічної та інформаційної підтримки, консалтингу, фінансових послуг тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Не зважаючи на поширення даної форми організації діяльності іноземними суб'єктами господарювання в нашій країні, рівень наукового дослідження і обґрунтування господарської діяльності, зокрема її фінансових аспектів, залишається недостатнім. Більшість вітчизняних авторів (Л. Врублевська, А. Корецька, М. Кучерявенко, Г. Щолкіна), які досліджують діяльність представництв іноземних компаній в Україні, у своїх працях розкривають переважно правові особливості функціонування, що й обумовлює актуальність і мету даної статті: дослідження особливостей організації фінансової діяльності представництв іноземних суб'єктів господарювання в Україні.

Виклад основного матеріалу. Ст. 95 Цивільного кодексу України [3] визначає, що «представництвом є відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює представництво і захист інтересів юридичної особи». Щодо представництв нерезидентів, то окремо Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [4] зауважує, що «представництво іноземного суб'єкта господарської діяльності – установа або особа, яка пред-

ставляє інтереси іноземного суб'єкта господарської діяльності в Україні і має на це належним чином оформлені відповідні повноваження».

Окрім визначених вище переваг представництва як форми присутності іноземної компанії в Україні слід виокремити такі. По-перше, представництво надає офіційний статус для іноземної юридичної особи та його працівників-іноземців на території України. По-друге, дозволяє відкривати рахунки в уповноважених українських банках. По-третє, надає можливість ставити на облік у ДАІ автомобілі з «представницькими» номерами. По-четверте, такий статус дозволяє одержати візову підтримку МЗС для працівників представництва, членів їхніх родин, партнерів-іноземців. Окрім того, як особлива форма організації бізнесу у порівнянні з українськими підприємствами – резидентами, представництва мають ряд пільг, зокрема валютна виручка не підлягає обов'язковій конвертації; заробітна плата, премії працівникам резидентам можуть виплачуватись в іноземній валюті; кошти від імпорту товарів і послуг, отримані на рахунок представництва, можуть бути перераховані за межі України. Разом із цим, форма представництва є найдорожчою серед інших можливих форм присутності іноземної компанії на території України.

Реєстрація представництва іноземної компанії в Україні здійснюється, перш за все, центральним органом виконавчої влади з питань економічної політики, тобто Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, акредитація представництв іноземних банків – НБУ [5]. Також, статус представництва іноземних суб'єктів господарювання потребує обліку в Державному комітеті статистики, в державній фіскальній службі, в Пенсійному фонді, а для забезпечення життєдіяльності відкриття рахунків в банку. Крім того, у випадку необхідності митного оформлення вантажів, представництво повинно стати на облік у відповідному митному органі.

В залежності від того, яку діяльність планує здійснювати нерезидент України, тобто повноцінну чи виключно представ-

ницькі функції без отримання прибутку, представництва організуються або як комерційні (постійні), або як некомерційні.

Некомерційні представництва іноземних суб'єктів господарювання не здійснюють підприємницької діяльності та не отримують прибутку на території України. Відповідно пп. 14.1.193 Податкового Кодексу України (ПКУ) [5] вони не є постійним представництвом компанії і мають право використовувати споруди виключно з метою зберігання, демонстрації або доставки товарів чи виробів, що належать нерезиденту; зберігання запасів товарів або виробів, що належать нерезиденту, виключно з метою зберігання або демонстрації; зберігання запасів товарів або виробів, що належать нерезиденту, виключно з метою переробки іншим підприємством; утримання постійного місця діяльності виключно з метою закупівлі товарів чи виробів або для збирання інформації для нерезидента; направлення у розпорядження особи фізичних осіб у межах виконання угод про послуги з надання персоналу; утримання постійного місця діяльності виключно з метою провадження для нерезидента будь-якої іншої діяльності, яка має підготовчий або допоміжний характер.

Фінансово діяльність представництва іноземної компанії, що не має ознак постійного, забезпечується головною компанією. У цьому випадку кошти, які не можуть бути коштами від реалізації товарів, послуг, робіт, направляються на оплату оренди, комунальних платежів, придбання основних фондів для життєдіяльності, коштів на заробітну плату найманих працівників та податків, що мають бути сплачені відповідно до законодавства України з такої заробітної плати.

Комерційні представництва відповідно пп. 14.1.193 ПКУ [5] це форма організації підприємницької діяльності, що має ознаки постійного представництва, тобто постійне місце діяльності, через яке повністю або частково проводиться господарська діяльність нерезидента в Україні (місце управління, філія, офіс, фабрика, майстерня, установка або споруда для розвідки природних ресурсів, шахта, нафтова/ газова свердловина, кар'єр чи

будь-яке інше місце видобутку природних ресурсів, склад або приміщення, що використовується для доставки товарів). Отже, діяльність постійного представництва фінансово може підтримуватися як головною компанією, так і за рахунок доходу від господарської діяльності на території України.

Функціонування представництва іноземної компанії потребує організації грошового обороту. Відповідно діючому законодавству України для цього можуть бути відкриті гривневі рахунки типу «Н» і типу «П», а також валютні поточні рахунки в уповноважених банках України.

Гривневі рахунки типу «Н» відкривають представництва юридичної особи-нерезидента, які не займаються підприємницькою діяльністю на території України. На рахунок типу «Н» можуть бути зараховані кошти для ведення розрахунків, пов'язаних із утриманням представництва, зокрема, від продажу на міжбанківському валютному ринку іноземної валюти, отриманої від відповідної юридичної особи – нерезидента; отримані для компенсації витрати при страхових випадках; від нарахованих відсотків по залишкам коштів на цьому рахунку; від продажу на території України матеріальних цінностей, зокрема рухомого і нерухомого майна, що належать представництву. В свою чергу, кошти з рахунку типу «Н» можуть бути використані представництвом для проведення в Україні розрахунків, пов'язаних із утриманням представництва (у тому числі на оплату праці та пов'язаних із цим податків, орендну плату, купівлю та обслуговування обладнання, устаткування й транспортних засобів, поточний ремонт будівель або приміщень представництва тощо), страхування в Україні матеріальних цінностей і транспортних засобів, а також життя й здоров'я працівників, перерахування представництвом благодійних внесків на користь юридичних осіб – резидентів.

Представництва іноземної компанії, через яке повністю або частково здійснюється підприємницька діяльність на території України, тобто постійні, відкривають гривневі рахунки типу «П», який

використовується відповідно до правил, установлених для поточних рахунків резидентів України, крім випадків купівлі іноземної валюти на міжбанківському валютному ринку України. Кошти з рахунку типу «П» можуть бути використані представництвом юридичної особи – нерезидента для купівлі на міжбанківському валютному ринку України іноземної валюти з метою її перерахування або на рахунок юридичної особи – нерезидента, якого представляє на території України це представництво, або на власний рахунок в іноземній валюті в уповноваженому банку України. В першому випадку іноземна валюта купується у разі необхідності конвертації доходів, отриманих у результаті проведення в Україні операцій купівлі-продажу товарів, робіт, послуг, а також залишку на рахунку після сплати обов'язкових податків і платежів у випадку завершення діяльності на території України, що підтверджується відповідними документами, в іншому випадку – на оплату праці працівників-нерезидентів, виплату коштів для відрядження за кордон, представницькі витрати за кордоном відповідно до діючого законодавства України. Здійснення інвестицій в Україні з рахунку типу «П» не дозволяється.

Крім поточного рахунку в національній валюті представництво може відкривати в уповноважених банках України поточні валютні рахунки. Поточний валютний рахунок необхідний, перш за все, для перерахування коштів із-за кордону для покриття витрат, пов'язаних з утриманням самого представництва.

Важливим аспектом фінансової діяльності представництв є податкові відносини з державою.

Відповідно діючому законодавству некомерційні представництва, тобто ті, що не здійснюють господарську діяльність в Україні та не підпадають під визначення постійного представництва, прямо не зобов'язані ставати на облік в податкових органах. Разом із цим, як свідчить практика, нормальне функціонування такого представництва так чи інакше потребує це робити. По-перше, одним із документів, необхідним для відкриття поточного рахунку типу «Н» або «П» є підтверджен-

ня взяття представництва на податковий облік, тобто довідка за формою 4-ОПП [7]. По-друге, у випадку використання найманої праці відповідно до ПКУ [5] виникають податкові зобов'язання, зокрема, за податком на доходи фізичних осіб, а також перед Пенсійним фондом України. По-третє, у разі володіння землею або нерухомістю в Україні тимчасово до подальшого відчуження нерезиденти іноземного юридичної особи повинні обліковуватися в органах ДПС за місцезнаходженням відповідного об'єкту. Разом із цим, некомерційні представництва не є платниками податку на прибуток і податку на додану вартість. Так кошти, які надходять від головної компанії на утримання представництва, не є об'єктом оподаткування цими податками. Однак, у випадку необхідності, наприклад продажу майна, що прирівняється до господарської діяльності, взяття на облік відокремленого підрозділу нерезидента не звільняє такий підрозділ від обов'язку реєстрації платником податку на прибуток.

З метою оподаткування термін «постійне представництво» включає будівельний майданчик, будівельний, складальний або монтажний об'єкт чи пов'язану з ними наглядову діяльність, якщо тривалість робіт, пов'язана з таким майданчиком, об'єктом чи діяльністю, перевищує 6 місяців; надання послуг (крім послуг з надання персоналу), у тому числі консультаційних, нерезидентом через співробітників або інший персонал, найнятий ним для таких цілей, але якщо така діяльність провадиться (в рамках одного проекту або проекту, що пов'язаний з ним) в Україні протягом періоду або періодів, загальна тривалість яких становить більш як 6 місяців, у будь-якому дванадцятимісячному періоді; резидентів, які мають повноваження діяти від імені виключно такого нерезидента, що тягне за собою виникнення у цього нерезидента цивільних прав та обов'язків (укладати договори (контракти) від імені цього нерезидента; утримувати (зберігати) запаси товарів, що належать нерезиденту, із складу яких здійснюється поставка товару від імені нерезидента, крім резидентів, що мають статус складу тимчасового збе-

рігання або митного ліцензійного складу) [5, ст. 14].

Отже, постійне представництво іноземної компанії, яке провадить свою діяльність на території України, оподатковуються в загальному порядку [6, с. 160], а, отже, повинно бути зареєстрованим як платник податку на прибуток і податку на додану вартість. Постійне представництво, яке розпочало свою господарську діяльність до реєстрації у податковому органі, вважається таким, що ухиляється від оподаткування, а одержані ним прибутки вважаються прихованими від оподаткування (п.133.3 ПКУ [5]).

Законодавством України передбачено три основні способи оподаткування прибутку комерційних представництв [5; 8]. По-перше, якщо представництво здійснює господарську діяльність незалежно від резидента, то воно оподатковується в загальному порядку. По-друге, у випадку, коли нерезидент провадить свою діяльність не лише в Україні, а й за її межами, і при цьому не визначає прибуток від своєї діяльності, що ведеться ним через постійне представництво в Україні, сума прибутку, що підлягає оподаткуванню в Україні, визначається на підставі складення нерезидентом відокремленого балансу фінансово-господарської діяльності, погодженого з контролюючим органом за місцезнаходженням постійного представництва. Оподатковуваний прибуток визначається у даному випадку як різниця між відокремленими доходами та понесеними представництвом витратами. І, по-третє, у разі неможливості визначити джерело походження прибутку нерезиденту шляхом прямого розрахунку, оподатковуваний прибуток визначається контролюючим органом як різниця між доходом та витратами, визначеними шляхом застосування до суми отриманого доходу коефіцієнта 0,7. Проте варто зазначити, що головна компанія має надавати щорічно довідку про резидентство в країні, де вона зареєстрована, для уникнення оподаткування податком на прибуток коштів, що надходять на утримання представництва в Україні [8]. Саме останній спосіб використовується частіше за інші.

Суми прибутків нерезидентів, які провадять свою діяльність на території України через постійне представництво, оподатковуються в загальному порядку. При цьому таке постійне представництво прирівнюється з метою оподаткування до платника податку, який провадить свою діяльність незалежно від такого нерезидента. [5, ст. 160.8]. Суми податку на прибуток, отриманий з іноземних джерел, що сплачені суб'єктами господарювання за кордоном, зараховуються під час сплати ними податку в Україні [5, ст. 161.4], за виключенням податку на капітал/майно та приріст капіталу, поштових податків, податків на реалізацію (продаж), інших непрямих податків незалежно від того, підпадають вони під категорію прибуткових податків чи оподатковуються окремими податками згідно із законодавством іноземних держав.

Відповідно діючому законодавству дохід, отриманий нерезидентом, із джерела походження в Україні, що є об'єктом оподаткування, включає: проценти, дисконтні доходи, що сплачуються на користь нерезидента, у тому числі проценти за позиками та борговими зобов'язаннями, випущеними (виданими) резидентом; дивіденди, які сплачуються резидентом; роялті; фрахт та доходи від інжинірингу; лізингова/орендна плата, що сплачується резидентами або постійними представництвами на користь нерезидента – лізингодавця/орендодавця за договорами оперативного лізингу/оренди; доходи від продажу нерухомого майна на території України, яке належить нерезиденту; прибуток від операцій із торгівлі цінними паперами, деривативами або іншими корпоративними правами; доходи, отримані від провадження спільної діяльності на території України, доходи від здійснення довгострокових контрактів на території України; винагорода за провадження нерезидентами або уповноваженими ними особами культурної, освітньої, релігійної, спортивної, розважальної діяльності на території України; брокерська, комісійна або агентська винагорода, отримана від резидентів або постійних представств інших нерезидентів стосовно брокерських, комісійних або агентських послуг,

наданих нерезидентом або його постійним представництвом на території України на користь резидентів; внески та премії на страхування або перестрахування ризиків в Україні або страхування резидентів від ризиків за межами України; доходи, одержані від діяльності у сфері розваг (крім діяльності з проведення державної грошової лотереї); доходи у вигляді благодійних внесків та пожертв на користь нерезидентів; інші доходи від провадження постійним представництвом господарської діяльності на території України, за винятком доходів у вигляді виручки або інших видів компенсації вартості товарів/виконаних робіт/наданих послуг, переданих/ виконаних/наданих резиденту від такого постійного представництва, у тому числі вартості послуг із міжнародного зв'язку чи міжнародного інформаційного забезпечення [5, ст. 160.0].

Якщо інше не передбачено міжнародними угодами, то при виплаті постійним представництвом нерезидента доходів, зазначених вище, на користь нерезидента або уповноваженої ним особи (крім постійного представництва нерезидента на території України) у бюджет України сплачується податок за ставкою 15% [5, ст. 160.2]. Разом з цим, прибутки нерезидентів, отримані у вигляді доходів від безпроцентних (дисконтних) облігацій чи казначейських зобов'язань, оподатковуються за ставкою 18% [5, ст. 151.1]. Також, особливі ставки застосовуються до фрахту – 6% у джерела виплати таких доходів за рахунок цих доходів, страхування і перестрахування – 0, 4, 12%, виробництво і розповсюдження реклами – 20%. Доходи у вигляді процентів (дисконту) на державні цінні папери, облігації місцевих позик, боргові цінні папери, виконання зобов'язань за якими забезпечено державними або місцевими гарантіями не оподатковуються [5, ст. 160.4].

Представництво іноземної компанії в Україні в процесі діяльності може отримувати доходи, які звільнені від оподаткування відповідно до норм міжнародних договорів, укладених з Україною і, якщо такі доходи отримуються від операцій, що не підпадають під визначення «по-

стійне представництво», вони не підлягають оподаткуванню в Україні. Це доходи від діяльності підготовчого чи допоміжного характеру, доходи від діяльності, що здійснюється на будівельному майданчику, монтажному та складальному об'єкті [1].

Що стосується податку на додану вартість, то постійні представництва реєструються платниками ПДВ в загальному порядку і за загальними правилами:

- обов'язково – у разі якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів (послуг), що підлягають оподаткуванню, нарахована (сплачена) протягом останніх 12 календарних місяців, сукупно перевищує 300000 гривень (без урахування податку на додану вартість);

- добровільно – у разі здійснення хоча б однієї операції оподатковуваного постачання.

У випадку, коли нерезидент, що надає послуги на митній території України, не зареєстрований платником податку, відповідальність за розрахунок і сплату податку на додану вартість несе отримувач послуг [5, ст. 180.2].

Датою виникнення податкових зобов'язань з податку на додану вартість у випадку, коли місцем надання нерезидентом послуг є митна територія України, є дата списання коштів з банківського рахунка платника податку в оплату послуг або дата оформлення документа, що засвідчує факт постачання послуг нерезидентом, залежно від того, яка з подій відбулася раніше [5, ст. 187.7]. Крім того, відповідно національному законодавству нерезиденти мають право на повернення ПДВ.

Висновки. Отже, дослідження особливостей організації фінансової діяльності

представництв іноземних суб'єктів господарювання в Україні свідчить про достатній рівень розвитку її правової регламентації, що є результатом поступового приведення національного законодавства у відповідності до Модельної конвенції ОЕСР (Організації економічного співробітництва та розвитку) на доходи і капітал [9], а також Модельної конвенції Організації Об'єднаних Націй про уникнення подвійного оподаткування [10]. Разом із цим, подальша інтернаціоналізація та глобалізація світових ринків, зокрема інформаційних технологій, електронної комерції, фінансових послуг, а також зростаючий інтерес до них з боку України, невизначеність політичної та економічної ситуації в країні для іноземних інвесторів потребує і далі удосконалювати практичну організацію фінансової діяльності представництв іноземних компаній на митній території України. Зокрема доцільним є подальше уточнення в контексті оподаткування сутності і відмінностей на практиці постійних представництв «основного виду», «агентського виду», «постійного представництва для надання послуг»; упорядкування практики організації фінансово-господарської діяльності представництв іноземних компаній в контексті Коментарів до Модельної Податкової Конвенції ОЕСР; впровадження чітких правил і процедур участі такої форми організації бізнесу в тендерних проектах; оптимізація державного регулювання трансфертного ціноутворення, що дозволить з одного боку захистити податкову базу, запобігти виведенню прибутку з країни, а з іншого – уникнути підстав для подвійного оподаткування, перешкод для прямих іноземних інвестицій, розвитку зовнішньої торгівлі.

Список літератури:

1. Vrublevska L. Registration, Operation, and Taxation of Representative Offices of Foreign Companies in Ukraine / Larysa V. Vrublevska. [Електронний ресурс]. The Ukrainian Journal of Business Law. – 2014. – № 1-2. – Режим доступу: <http://www.ujbl.info/article.php?id=424>
2. Представительство фармацевтической компании в Украине или полноценное юридическое лицо: что выбрать? // PHARMA. – 27.03.2014. <http://old.pharma.net.ua/predstavitelstvo-farmaceuticheskoy-kompanii-v-ukraine-vs-polnocennoe-yuridicheskoe-lico-chto-vybrat/>
3. Цивільний Кодекс України. Редакція від 06.11.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>
4. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність». Редакція від 26.10.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
5. Податковий Кодекс України. Редакція від 1.11.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/ed20141101>

6. Інструкція про порядок реєстрації представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності в Україні. Редакція Наказу Міністерства економіки № 179 від 15.06.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0034-96>
7. Інструкція про порядок відкриття, використання і закриття рахунків у національній та іноземних валютах. Редакція від 18.08.2014. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1172-03>
8. Порядок розрахунку податкових зобов'язань з податку на прибуток нерезидентів, які провадять діяльність на території України через постійне представництво. Наказ Міністерства фінансів України № 610 від 25.06.2013 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1205-13>
9. Model convention with respect to taxes on income and on capital. – OECD, 2014. – 44 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/ctp/treaties/2014-model-tax-convention-articles.pdf>
10. United Nations Model Double Taxation Convention between Developed and Developing Countries. New York, 2001. – 383 p.

Ломачинская И. А.

Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ ИНОСТРАННЫХ КОМПАНИЙ В УКРАИНЕ

Резюме

В статье рассмотрено финансовые аспекты функционирования представительств иностранных компаний в Украине. Освещены условия организации денежного оборота. Определены особенности организации налоговых отношений представительств иностранных субъектов хозяйствования с государством.

Ключевые слова: представительство иностранной компании, некоммерческие представительства, коммерческие представительства, денежные счета представительств иностранных компаний, налоговые обязательства иностранных компаний.

Lomachynska I. A.

Odessa I. I. Mechnikov National University

FEATURES OF FINANCIAL ACTIVITY OF REPRESENTATIVE OFFICES OF FOREIGN COMPANIES IN UKRAINE

Summary

The article deals with the financial aspects of the operation of foreign companies in Ukraine. It illuminates conditions of the organization of monetary circulation. The features of the organization of tax relations of representative offices of foreign business entities with the state are determined.

Keywords: representative office of foreign company, non-commercial representative offices, commercial representative offices, cash accounts of foreign companies, tax liabilities of foreign companies.

РОЗДІЛ 5

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 303.447.22

Podvysotska T. O.

National University «Kyiv-Mohyla Academy»

MATHEMATICAL MODELS FOR HEALTH CARE REFORMS EFFICIENCY ESTIMATION IN CIS AND CEE COUNTRIES

In the article we analyze the methods of health-care system efficiency estimation. The further analysis would be provided for a set of over 50 countries, with special analysis of CEE (Central and Eastern Countries) and CIS (Commonwealth of Independent States) countries, and special focus on Ukraine. On the second step efficiency will be analyzed as a function of policy variables such as number of physicians per 1000 population and introduction of mandatory medical insurance. It is expected that our research would provide relevant implications for health-care system reformers in CIS countries, analysts and experts in health care sector reforms.

Keywords: mathematical models, efficiency estimation methods, healthcare reform.

Introduction. Ukraine and several other countries in the region recently initialized reforms of their health-care system. The need for reform is obvious, given high ratio of health-care expenditures (as ratio of GDP) accompanied by relatively low health output. For example, in Ukraine life expectancy at birth is by 10 years lower than in EU, mortality from tuberculosis is 20 times higher, than in EU, and child mortality is 2,5 times higher (Program of Economic Reforms for 2010-2014 in Ukraine). Therefore of top priority task is determination effective policy instruments to use for health-care system reform, as well as tools for health-care reform outcome measurement. In our paper we aim to provide relevant outcomes for both issues.

Measuring efficiency in health care is not a simple task, as health outcomes are not directly related to health expenditure (Nemec, J., Chubarova T., 2008) There have been several attempts to evaluate the efficiency of healthcare systems, focusing on various aspects and using different methods. The last one was done by WHO in 2001, focusing on main performance dimensions – equitable access (fairness), health status of inhabitants and costs, but Ukraine was not in the focus. Now when

after 20 years of independence Ukraine started its reforms, assessing the outcomes of health reforms is very important, both in terms of evaluation of current situation and for adjusting further steps of reform.

Objectives:

- Estimate the efficiency of health-care systems in countries of CEE, CIS and compare them against the results for other European nations;
- Identify important policy-relevant instruments to increase efficiency of health-care systems;
- Estimate outcomes of the projected health-care reform in Ukraine.

Practical contribution of research. Evaluation of CEE and CIS health-care efficiency against other European countries could uncover additional peculiarities and specific features of the region, which could be relevant for policymakers.

Besides, we will analyze the relation between efficiency of health-care systems and state of controllable health-care policy variables, such as density of hospitals, surgeons, percentage of private health expenses, introduction of mandatory health insurance etc.

Empirical investigation of such issues would be of interest to Ukrainian policy-

makers as well as policy-makers from other CIS and CEE countries.

Hypotheses. We developed initial set of hypothesis which we are going to test in our investigation:

- Efficiency of health-care systems in CEE and CIS is somewhat lower than in Western European countries, due to inefficient use of financial resources;
- Switching from general taxation to health insurance improves/deteriorates efficiency of health-care system;
- Relation between number of doctors and number of hospitals and health-care efficiency is non-linear;

As our investigation proceeds, we will add additional hypothesis into our analysis.

Literature review. Evans David, Tandon Ajay, Murray Christopher et al. (2000) were among the first to analyze efficiency of health-care system in the way comparable across countries and periods [2-3]. They adapted stochastic “error components” frontier model, firstly introduced by Aigner et al. (1977) and Meeusen and van den Broeck (1977) for determining economic efficiency of health-care systems across 191 countries. Authors used disability-adjusted life expectancy (DALE) as the output of health-care system; health-care expenditures per capita was used as controllable input into health-care system, education (years of schooling) was used as controllable variable outside health-care system. Although this paper started comparable efficiency-analysis of health-care systems, it is difficult to infer policy-relevant conclusions to support reforms from their approach [1].

Tandon et al. (2001) introduced composite index as a measure of health-care system output. Their index included the following components (weights in parenthesis): health as measured by DALE – disability-adjusted life expectancy (25%), health inequality (25%), responsiveness level (12.5%), responsiveness-distribution (12.5%), fair-financing (25%). This paper is basically an extension of the previous one, as it replaces a single-variable output (DALE) with a composite index. The problem about lack of inference for policy-makers remains [8].

Kok Renske and Koolman Xander (2003) analyze process utility, as opposed to (health) outcome utility. Main argument in favor of process utility is that a large share of overall health care expenditures is used to satisfy patients’ wishes, even though it may have no direct health outcomes. The authors use WHO Multi-country Survey Study on Health and Responsiveness 2000-2001 (data on 67 countries available), and apply hierarchically ordered probit (HOPIT) model to estimate the responsiveness score for the countries in the dataset. The paper concentrates on responsiveness of health-care system, which is a vital health-care output, although it is based on data which is not available on regular basis, and hence cannot be used to analyze dynamics of a health-care system efficiency and control outcomes of health-care reforms [3].

McGlynn Elizabeth et al. (2008) is a comprehensive overview of micro-level outputs and inputs relating to health-care system elements (hospitals, physicians, surgeons etc.) Specific and vigorous approaches presented in this paper could be applied specifically to Ukraine and other CIS countries in case relevant micro-level data is available [6].

Our investigation is aimed to contribute policy-relevant analysis on macro-level (and, probably, on micro-level). as it concentrates on the dependence of economic efficiency and controllable health-care policy variables.

Methodology

Data

Types of variables

For our investigation, four types of variables are required. The first three types of variables are needed, following Evans et al., 2000, to estimate the frontier function: first are outcome indicators that represent output of the health system; second are health-system inputs used to produce the outputs; third are controllable non-health-system (or external to health care system) determinants of health.

Also we add the fourth type of variables into our investigation – policy variables, which relate to the health-care system and could explain efficiency differentials among countries and across time-periods.

Table 1

Suggested indicators by group of variables

Outcomes	Inputs	External determinants	Policy variables
– Disability-adjusted life expectancy – Standardized death rate – Infant mortality rate – Child mortality rate – Maternal mortality rate – Incidence of tuberculosis – Composite index	– Total health expenditure per capita – Public health expenditure per capita – Private health expenditure per capita – Expenditures by item (salaries, medicine, capital expenditures)	– Education – Ecology – Political stability	– Model of financing (insurance-based VS general taxation) – Ratio of public to private expenditures – Ratio of out-of-pocket payments – Number of doctors per 100000 population – Number of hospital beds per 100000 population – Average hospital stay period

Source: compiled by the author

Outcomes. We plan to estimate separate equation for each of the outcomes (the list of outputs from Nemec and Chubarova, 2007), as well as for composite index (equally-weighted or weights based on expert estimations), constructed from several outcomes.

Inputs. According to Evans et al, 2000, health expenditure per capita has an advantage, as it allows us to interpret efficiency more broadly – as both technical and allocative efficiency, which are jointly referred to as ‘economic efficiency’.

External to health system variables. Education – proxied by average years of schooling; ecology – by volume of CO² emissions; political stability – by Index of political instability.

Policy variables. Will be used to explain efficiency differentials. Most are readily available from selected data-sources.

Sources of data. Main sources of data are the European ‘Health for All’ (HFA) database of WHO and TransMONEE dataset of United Nations Children’s Fund (UNICEF).

‘Health for All’ database 2009, prepared by World Health Organization, includes data on 50 European countries over period of 40 years (years 1970 to 2009). Database includes both output and input health-care variables, as basic main socio-economic and demographic indicators. Database is ready to use for the efficiency analysis outlined in this proposal.

TransMONEE data-base includes data on CEE and CIS countries, covers broader range of socio-economic and demographic data for the region.

There are options on micro –level data-sets:

Demographic and Health Survey 2007 (Ukraine) – a nationally representative survey of 6841 working-age women and 3178 working-age men covering various health, fertility, demographic and other socio-economic issues.

Medstat official operating data on Ukrainian hospitals – covers data on more than 250 hospitals for time-span above 10 years. Data is not readily available, requires commercial contract with the responsible agency.

Theoretical Model

We design analysis based on SFA – stochastic frontier analysis (also known as “error component” model), as related to health-care system by Evans et al. (2000):

$$Y_{it} = \alpha + X'_{it}\beta + v_{it} - u_i, \quad (1)$$

Where X_{it} is a vector of inputs and v_{it} is the error term with mean zero. The term $u_i \geq 0$ is a random variable representing country-specific technical efficiency, and is constrained to be always non-negative. Technical efficiency is defined as ratio of expected value of observed output to the expected value of output when $u_i = 0$:

$$TE_i = \frac{E(Y_{it}|u_{it}, X_{it})}{E(Y_{it}|u_{it} = 0, X_{it})}, \quad (2)$$

The denominator represents the frontier since technical inefficiency term takes the value of zero. It is usually assumed, given that the joint term $(v - u)$ is observed, that non-negative u ’s come from half-normal distribution (alternatively – truncated normal, exponential or gamma).

Equation (1) can be rewritten as:

$$Y_{it} = \alpha_i + X'_{it}\beta + v_{it}, \quad (3)$$

where the intercept $\alpha_i = (\alpha - u_i)$ is country-specific, its estimates can be found using fixed-effects. In order to provide that all estimated u_i 's are positive, the country with the maximum α_i is assumed to be the reference and is deemed fully efficient. In other terms:

$$\hat{\alpha} = \max(\hat{\alpha}_i), \quad (4)$$

$$\hat{u}_i = \hat{\alpha} - \hat{\alpha}_i, \quad (5)$$

Estimation

Macro-Level Estimation

We plan to apply two-stage analysis in our paper in order to estimate efficiency of health-care systems of different countries with focus on Central and Eastern Europe (CEE) and Commonwealth of Independent States (CIS) countries (the two steps are detailed below):

Step 1: estimate of stochastic frontier analysis model, calculate efficiencies. Proposed estimation model (developed from Evans et al., 2000):

$$H_{it} = \alpha_i + \bar{\gamma}\bar{D} + \bar{\beta}_1 F_{it}\bar{D} + \bar{\beta}_2 E_{it}\bar{D} + \bar{\beta}_3 (F_{it})^2 \bar{D} + \bar{\beta}_4 (E_{it})^2 \bar{D} + \bar{\beta}_5 F_{it} E_{it} \bar{D} + \nu_{it} \quad (7)$$

Where H_{it} – is an output of health-care system (e.g. disability-adjusted life expectancy – DALE), F_{it} – input into health-care system proxied by health-care expenditures per capita, E_{it} – controllable variable outside health care system, effecting health outcome (e.g. education). D – a vector of dummies for CIS and CEE countries. – variable that is a combination of true intercept and inefficiency term, as in (5).

The equation is a translog model, which is a second-order Taylor-series approximation of an unknown functional form; can be used to estimate both Cobb-Douglas and Constant Elasticity of Substitution production functions.

After estimation, we will obtain efficiencies for each observation in the sample, using formulas (4) and (5).

Step 2: regress efficiencies, obtained with step 1, on policy-relevant variables. Proposed estimation equation (fixed-effects model):

$$e_{it} = F(X_{it}; Y_{it}; \nu_{it}), \quad (8)$$

Where, e_{it} is efficiency of health-care system of country i in period t ; X_{it} – here vector of health-care policy relevant variables; Y_{it} – vector of other factors which are determinants of health outside the health-care system, such as for example education.

Expected research outputs

It is hoped that outcomes would help to test hypotheses presented above, and thus provide factual evidence for policy-makers as for usefulness of certain planned elements of health-care reform.

We expect that the significance and signs of the estimated coefficients will be consistent in most cases with those observed in other EU and CEE countries. It is expected, however, that some specific features of the CIS and CEE health care systems adjustment will also be reflected in this study, and thus we expect to contribute to the debate about the difference of the CEE and the CIS countries and to the careful health-care policy design in Ukraine.

References:

1. Aigner D, Lovell K, Schmidt P. (1977). Formulation and Estimation of Stochastic Frontier Production Function Models. *Journal of Econometrics*. 1977; 6: 21-37.
2. Evans David, Tandon Ajay, Murray Christopher et al. (2000). The Comparative Efficiency of National Health Systems in Producing Health: an Analysis of 191 countries. Geneva, Switzerland. WHO, 2000. Available at www.who.int/entity/healthinfo/paper29.pdf
3. Kok Renske and Koolman Xander (2003). Health Care System Process Utility Compared: A Hierarchical Ordered Probit Regression Analysis. Erasmus University Medical Center, Rotterdam.. Working paper available at http://www.rivm.nl/vtv/object_binary/o6646_DHPCR_TechnicalPaper2_RKXXK.pdf
4. Lekhan Valeria, Rudyi Volodymyr, Nolte Ellen. (2004). Health Care Systems in Transition: Ukraine. Copenhagen. WHO Regional Office for Europe. Available at http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0010/96418/E84927.pdf
5. Meeusen W, van den Broeck J. Technical Efficiency and Dimension of the Firm: Some Results on the Use of Frontier Production Functions. *Empirical Economics* 1977; 2 (2): 109-122.
6. McGlynn Elizabeth et al. (2008). Identifying, Categorizing, and Evaluating Health Care Efficiency Measures. AHRQ Publication No. 08-0030. RAND Corporation under contract to the Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ). Available at www.ahrq.gov/qual/efficiency/efficiency.pdf
7. Nemec Juraj and Chubarova Tatiana (2007). Health Policies in CEE region: Selected Constraints. Matej Bel University Banska Bystrica, Slovakia, Academy of Sciences, Moscow. Working paper.
8. Tandon Ajay et al. (2001). Measuring Overall Health System Performance for 191 Countries. WHO. Available at www.who.int/entity/healthinfo/paper30.pdf
9. Ukrainian Center for Social Reforms (UCSR), State Statistics Committee (SSC) [Ukraine], Ministry of Health (MOH) [Ukraine], and Macro International Inc. (2008). Ukraine Demographic and Health Survey 2007. Calverton, Maryland, USA: UCSR and Macro International. Available at <http://www.measuredhs.com/pubs/pdf/FR210/FR210.pdf>
10. Програма економічних реформ на 2010-2014 роки: Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава. – К.: Комітет з економічних реформ при Президенті України. Available at http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_2.pdf

Подвисоцька Т. О.

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕФОРМ СЕКТОРУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В КРАЇНАХ СНД ТА ЦСЄ

Резюме

У статті розглянуто методи оцінки ефективності систем охорони здоров'я. Для аналізу використані дані країн ЦСЄ (Центральної і Східної Європи) та СНД (Співдружність Незалежних Держав). Особливу увагу приділено Україні. Проаналізовано ефективність систем охорони здоров'я в залежності від відповідних контрольованих змінних охорони здоров'я, таких як число лікарів на 1000 населення і наявність у країні обов'язкового медичного страхування. Очікується, що результати дослідження, представлені у статті, будуть корисними для реформаторів систем охорони здоров'я, аналітиків та експертів з реформ охорони здоров'я.

Ключові слова: математичні моделі, методи оцінки ефективності, реформа охорони здоров'я.

Подвысоцкая Т. А.

Национальный университет «Киево-Могилянская академия»

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕФОРМ СЕКТОРА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В СТРАНАХ СНГ И ЦСЕ

Summary

В статье рассмотрены методы оценки эффективности систем здравоохранения. Для анализа использованы данные стран ЦВЕ (Центральной и Восточной Европы) и СНГ (Содружество Независимых Государств). Особое внимание уделено Украине. Проведен анализ эффективности систем здравоохранения в зависимости от соответствующих контролируемых переменных здравоохранения, таких как число врачей на 1000 населения и наличие в стране обязательного медицинского страхования. Ожидается, что результаты нашего исследования будут полезными для реформаторов систем здравоохранения в странах СНГ, аналитиков и экспертов по реформе здравоохранения.

Ключевые слова: математические модели, методы оценки эффективности, реформа здравоохранения.

УДК [004.048+004.074]:519.17

Матвийчук А.В.**Скнар И.И.**

Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана

**ВЫБОР ФОРМЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ДАННЫХ
БИОЛОГИЧЕСКИ ПОДОБНОЙ НЕЙРОННОЙ СЕТИ**

В статье проведен сравнительный анализ основных форм математического представления ориентированных графов, что может быть использовано для хранения данных биологически подобной нейронной сети, характеризующейся наличием огромного количества структурных элементов и связей между ними. В результате проведенного анализа сделан вывод о неэффективности использования матричного представления для заданной цели – установлено, что хранение параметров нейронной сети в виде списков значительно эффективнее альтернативных вариантов в разрезе необходимого объема памяти. Таким образом, стало возможным оптимизировать способ хранения графов очень большой размерности, например, при построении биологически подобной нейронной сети, во многих технических и экономических задачах, в задачах коммивояжера с большим количеством вершин и т.д.

Ключевые слова: граф, представление графа, биологически подобная нейронная сеть, нейрон, синапс.

Вступление. История человечества знает много примеров, когда в том или ином виде человек создавал технических помощников. С появлением ЭВМ развитие этой отрасли стало невероятно стремительным. Увы, даже столь мощный инструмент показал свою ограниченность в определенных областях: распознавании образов, принятии решений и т.д. Для преодоления этого ограничения был использован созданный в первой половине XX-го в. инструмент искусственных нейронных сетей. Несмотря на многочисленную критику (самая известная работа по этому вопросу у М. Минского [1]), искусственные нейронные сети с 70-х гг. непрерывно развиваются.

Вместе с вычислительным потенциалом нейронные сети привнесли в мир науки надежду, что их можно будет в определенный момент использовать и для моделирования мозговых структур, что крайне важно и в медицинских целях, и в задачах управления сложными системами (в том числе социально-экономическими), и для дальнейшего понимания и развития нейросетевой концепции. Самой многообещающей в этом вопросе считается концепция спайкинг-нейронных сетей.

Анализ последних исследований и публикаций. Начиная с 2000-х гг., попыт-

ки моделирования нейронных структур мозга получили новое развитие. В 2004 г. Е. Ижикевич описывает более 20 типов поведения нейронов и более десятка различных моделей спайковых нейронных сетей, создав таким образом унифицированную модель [2, с. 1067]. На основе модели Е. Ижикевича стартуют грандиозные проекты: в 2005 г. Манчестерский проект SpiNNaker [3], в 2008 г. – SyNAPSE [4; 5]; в 2009 г. – симулятор спайковых нейронных сетей CARLsim, который учитывает краткосрочную и долгосрочную синаптическую пластичность и даже 4 разных типа ионных каналов (AMPA, NMDA и 2 GABA) [6; 7]. Каждая модель строится на основе определенной конструкции нейронов и определенного метода их соединения и взаимодействия. Одним из наиболее претенциозных проектов является стартовавший в 2005 г. совместный проект компании IBM и Швейцарского федерального технического института Лозанны (EPFL) – Blue Brain Project, который заключается в компьютерном моделировании неокортекса человека.

Постановка проблемы. Отметим, что человеческий неокортекс состоит из порядка 86 млрд нейронов [8], каждый из которых в среднем имеет 10 тыс. синаптических связей. Моделирование структуры подобного масштаба накладывает

жесткие требования и к вычислительной мощности, и к памяти. Оптимизация таких процессов является критичной для подобных исследований.

Выделение не решенных ранее частей общей проблемы. Одним из не решенных вопросов является выбор способа эффективного хранения данных при работе с нейросетью. Основываясь на приведенной выше информации, а также учитывая авторскую концепцию создания биологически подобной искусственной нейронной сети [9, с. 204], которая может быть использована для моделирования в масштабах мозговых макроструктур, можно сформулировать цель и задачи статьи.

Цель статьи – выбор оптимальной формы хранения информации о структуре биологически подобной нейронной сети.

Задачи статьи – анализ существующих методов, выбор оптимального, а также его модификация или создание нового для оптимизации хранения данных биологически подобной нейронной сети.

Изложение основного материала. Для решения поставленных задач прежде всего необходимо определиться с типами информации, которая подлежит хранению. Во-первых, это информация, определяющая межнейронные (синаптические) связи. Это необходимо для четкой идентификации каждого нейрона и его взаимодействия с другими нейронами. В биологическом мире два нейрона могут иметь между собой несколько связей. При моделировании можно упростить до использования одной связи с изменяемой силой. Это вполне допустимо, поскольку появление дополнительных связей обусловлено биологической ограниченностью пропускной способности синапсов в передаче нейромедиаторов в связи с достаточно малой поверхностью пресинаптических и постсинаптических мембран.

Таким образом, во-вторых, нам необходимо хранить информацию о синаптических связях, например о их весовых коэффициентах или пропускной способности и т.д. В-третьих, должна существовать возможность сделать неактивным существующий синапс или же создать новый синапс. Каждый хранимый параметр можно представить самым различ-

ным образом – хранить в виде отдельных переменных, массивов, подмассивов, матриц и т.д. Чтобы выбрать оптимальный способ хранения данных, следует рассмотреть суть представления нейронной сети.

Наиболее наглядным образом нейронную сеть можно представить в виде ориентированного графа, где вершины отображают нейроны, а ребра – синаптические связи. Но стоит помнить, что в отличие от искусственных нейронных сетей (например перцептрона), биологические нейронные сети имеют относительно небольшое количество связей каждого нейрона в сравнении с общим числом нейронов, т.е. их можно представить в виде малосвязного графа. Биологические нейронные сети представляют собой ориентированные графы, где информация по каждому ребру (аксону) передается только в одну сторону. Поэтому будут рассмотрены соответствующие формы представления.

Определим основные понятия. Граф G – пара (V, E) , где $V = \{v_1, v_2, \dots, v_n\}$ – множество вершин, а $E = \{(u, v) | u \in V, v \in V\}$ – множество ребер графа. Если множество ребер состоит из неупорядоченных пар (т.е. $(u, v) = (v, u)$), то граф называется неориентированным, а если пары (u, v) упорядоченные (т.е. в общем случае $(u, v) \neq (v, u)$), то граф называется ориентированным или орграфом. В таком графе ребра принято называть дугами, а граф обозначать $\vec{G}$ [10]. Среди известных математических способов представления графов можно выделить списки ребер и смежности, матрицы инцидентности и смежности.

Матрица инцидентности ориентированного графа $\vec{G}(V, E)$ – матрица $B(\vec{G})$ порядка $n \times m$ ($n=|V|$, $m=|E|$), элементы которой определяются так: $b_{ij} = 1$, если v_i – начало дуги e_j , $b_{ij} = -1$, если v_i – конец дуги e_j ; $b_{ij} = 0$, если v_i и e_j не инцидентны [10].

Размер матрицы $B(\vec{G})$ в памяти можно определить по формуле:

$$M_{\text{inc}} = |V| * |E| * \log_2 3, \quad (1)$$

где выражение $\log_2 3$ (округляется до целого в большую сторону) используется для оценки занимаемой матрицей памяти в двоичном виде, т.к. хранимыми значениями могут быть $\{-1; 0; 1\}$, т.е. три возможных значения.

Для задачи хранения нейросети, состоящей из почти 100 млрд нейронов ($|V| \approx 10^{11}$), имеющих в среднем по 10 тыс. синаптических связей, т.е. $|E| \approx 10^{15}$, размер матрицы $B(\bar{G})$ в памяти составит $\approx 2 \cdot 10^{26}$ bit или же $\approx 20,68$ YB ($1 \text{ YB} = 2^{80}$ byte).

Нужно учитывать, что при использовании матрицы инцидентности для хранения синаптических связей в памяти, подавляющая часть матрицы будет представлена нулями. Определим количество нулей в матрице инцидентности:

$$M_{incZero} = |V| * |E| - 2 * |E|, \quad (2)$$

где $2 * |E|$ – это суммарное количество исходящих и входящих вершин всех дуг графа $\bar{G}$, что при $|V| = 10^{11}$ и $|E| = 10^{15}$ в случае с синаптическими связями даст 99,99% от всей матрицы, а это говорит о крайней неэффективности использования такой матрицы.

Более эффективной с точки зрения хранения информации является матрица смежности. Матрица смежности ориентированного графа $\bar{G}(V, E)$, – квадратная матрица $A(\bar{G})$ порядка n ($n = |V|$), элементы которой определяются так: a_{ij} равен числу дуг, ведущих из вершины v_j в вершину v_i (в случае с взвешенным графом), или $a_{ij} = 1$ при наличии дуги из вершины v_i в вершину v_j и $a_{ij} = 0$ при ее отсутствии (для невзвешенного графа) [10].

Матрица смежности по определению имеет меньшую размерность по сравнению с матрицей инцидентности. Также хранимая информация представлена только единицами и нулями даже для направленного графа (2 возможных хранимых значения).

Таким образом, размер матрицы смежности в памяти можно определить по формуле:

$$M_{sm} = |V|^2 * \log_2 2, \quad (3)$$

что для задачи хранения биологически подобной нейросети говорит о необходимости $\approx 1.00114 \cdot 10^{22}$ bit или $\approx 1,06$ ZB ($1 \text{ ZB} = 2^{70}$ byte) памяти для одной матрицы. То есть использование матрицы смежности вместо матрицы инцидентности экономичнее в 20 тыс. раз.

Для малосвязного графа, как в случае с представлением синаптических связей, большая часть матрицы будет также представлена нулевыми значениями.

Определим размер матрицы, который хранит нули:

$$M_{smZero} = |V|^2 - |E|, \quad (4)$$

где $|E|$ – общее количество хранимых синаптических связей.

Таким образом, большая часть матрицы (99,99%) снова представлена нулями.

Учитывая существенно меньший объем требуемой памяти, можно сделать вывод, что использование матрицы смежности является более эффективным решением, чем матрицы инцидентности.

Список смежности $Ssm(\bar{G})$ – это список, где номеру каждой строки соответствует исходящая вершина, а в строке записаны порядковые номера всех смежных вершин.

Если представить, что максимально возможное хранимое значение равно общему количеству нейронов (вершин), то объем памяти, используемый для хранения списка смежности, будет равен:

$$Ssm = \sum_{i=1}^{|V|} |E_i| * \log_2 |V|, \quad (5)$$

где $|E_i|$ – количество выходных синапсов (связей) i -го нейрона (вершины).

Если $|E_i|$ принять равным в среднем 10^4 , то список смежности займет в памяти $\approx 3,7 \cdot 10^{16}$ bit или $\approx 4,11$ PB ($1 \text{ PB} = 2^{50}$ byte), что в 270 тыс. раз меньше, чем для матрицы смежности.

Список смежности имеет компактное представление в памяти, но также обладает существенным недостатком – неодинаковой длиной строк. Это существенно усложняет работу с данными, к примеру, в случае, когда необходимо найти вершину орграфа, из которой направлена связь по известной вершине, в которую эта связь входит.

Решить эту проблему возможно, например, создав дубликат списка смежности, но с обратным представлением данных. Так, если первый список по номеру строки будет кодировать вершину с исходящими связями, а в строку записывать перечень вершин, куда эти связи направлены, то второй список будет по номеру строки кодировать вершину с входящими связями, а в строку записывать вершины, из которых эти связи направлены. Таким образом, один список может быть получен из другого простым преобразованием. Но хранение двух списков хотя и удваивает

необходимый объем памяти, при этом обеспечивает более быструю и удобную работу с графом (нейросетью), тем самым повышая скорость работы с данными.

Список ребер графа $Sr(\bar{G})$ – это список, в каждой строке которого записаны две смежные вершины. В отличие от списка смежности, в списке ребер номера нейронов, из которых выходит связь, могут повторяться множество раз – если у вершины больше одного исходящего ребра (а для биологических нейронов в среднем таких соединений больше десяти тысяч), то для хранения каждого последующего ребра необходимо заново записать номер определенной вершины. Если представить, что максимальное хранимое значение равно общему количеству нейронов (вершин), то объем памяти, используемый для хранения списка ребер, будет равен:

$$Sr = 2 * |E| * \log_2 |V|. \quad (6)$$

То есть фактически список ребер графа требует ровно вдвое больше памяти, чем список смежности. Но ранее мы уже упоминали, что для задачи хранения информации о синаптических соединениях и нейронах удобно создавать дополнительный список смежности. А значит, оба решения (2 списка смежности и список ребер) будут занимать равнозначный объем в памяти и оба решения можно считать эффективными. Выбор будет зависеть скорее от удобства использования определенного варианта для решения конкретной задачи.

Иная ситуация складывается, когда для функционирования нейросети необходимо хранить не только факт наличия связи между определенными нейронами, но и вес связи, например, в случае с перцептроном Розенблатта, или даже несколько значений, необходимых для определения переходной функции, например в случае со спайковыми или биологически подобными нейронными сетями [9, с. 204]. В таком случае матрица инцидентности вместо двух единиц с разным знаком должна хранить два одинаковых весовых значения, но также с разными знаками (в случае орграфа), определяющими, входящей или исходящей является связь.

Для хранения же нескольких параметров переходной функции по каждому синапсу нужно хранить дополнительную матрицу инцидентности для каждого дополнительного параметра (вещественного или булевого). Таким образом, объем памяти, необходимый для хранения всех матриц инцидентности, вырастает на величину, рассчитанную по формуле (1) для каждого дополнительного параметра.

Матрица смежности может хранить вместо единицы весовое значение синапса, которое также предполагает представление в вещественной форме. Но для каждого дополнительного весового значения необходимо хранить дополнительную матрицу, в результате чего размер матрицы смежности вырастает на величину, рассчитанную по формуле (3) для каждого дополнительного параметра.

Для списка смежности ситуация аналогичная – необходимо создавать дополнительные списки для каждого следующего хранимого весового коэффициента или параметра переходной функции. Причем если мы используем два списка смежности, как упоминалось выше, то и для каждого хранимого весового коэффициента нужно хранить два списка, что будет занимать в памяти удвоенную величину, рассчитанную по формуле (5). Несмотря на это, такой способ представления данных является достаточно удобным и при этом экономичным.

Список ребер графа может хранить весовые значения в любом количестве в виде дополнительных столбцов. Только в случае со списком ребер не возникает необходимости в создании дополнительных матриц или списков. Благодаря этому размер списка ребер возрастает наиболее медленно: каждый дополнительный хранимый параметр будет занимать

$$Srd = |E| * \log_2 |V|, \quad (7)$$

то есть половину от исходного размера списка ребер и половину от памяти, используемой списком смежности для хранения того же объема данных. Таким образом, список ребер можно считать оптимальной формой хранения информации о структуре биологически подобной нейронной сети.

Другой способ решить проблему хранения нескольких параметров переходной функции для одного синапса – хранить в ячейке рассмотренных выше матриц или списков ссылку на вектор (массив), в котором будут храниться все необходимые параметры определенного синапса. В таком случае можно рекомендовать использовать список ребер или список смежности для хранения ссылок, как наиболее компактные методы из всех рассмотренных.

Выводы. Проведенный анализ основных форм математического представления ориентированных графов позволил показать, что при решении задач хранения графов очень большой размерности, например для хранения данных биологически подобной нейронной сети, наиболее эффективными формами являются список смежности и список ребер графа. Проведенная оценка необходимого объема памяти для хранения отдельных параметров биологически подобной нейронной сети в масштабе целого человеческого мозга показывает, что для хранения информации обо всех существующих синапсах мозга необходимо минимум $\approx 4,11$ РВ при использовании одного списка смеж-

ности. Но более удобное представление займет вдвое больше памяти.

Использование матричного представления для такой цели значительно менее эффективно и требует в десятки тысяч раз большего объема памяти.

В случае необходимости хранения многих параметров нейронной сети в вещественном выражении наиболее эффективным решением является список ребер графа, где для хранения дополнительных параметров используются дополнительные столбцы, что минимизирует занимаемый объем памяти. Также эффективным для решения этой задачи может быть метод, при котором матрица или список хранит ссылки на вектора, которые, в свою очередь, хранят множественные параметры синапса.

Практическая ценность предложенной концепции заключается в возможности оптимизировать способ хранения графов очень большой размерности, например при построении биологически подобной нейронной сети, во многих технических и экономических задачах, в задачах коммивояжера с большим количеством вершин и т.д.

Список литературы:

1. Minsky, M., Papert, S., 1972. *Perceptrons: An Introduction to Computational Geometry* (2nd edition with corrections). The MIT Press, Cambridge MA, 258 p.
2. Izhikevich, E., 2004. Which Model to Use for Cortical Spiking Neurons. *IEEE Transactions on Neural Networks*, vol. 15(5), pp. 1 063–1 070.
3. Furber, S., Temple, S., 2007. Neural systems engineering. *J.R. Soc. Interface*, vol. 4, pp. 193–206.
4. SyNAPSE: IBM Cognitive Computing Project. [online] Available at: <<http://researchweb.watson.ibm.com/cognitive-computing>>.
5. HRL Laboratories, LLC. Center for Neural and Emergent Systems. [online] Available at: <http://www.hrl.com/laboratories/cnes/cnes_main.html>.
6. Carlson, K., Beyeler, M., Dutt, N., Krichmar, J., 2014. GPGPU Accelerated Simulation and Parameter Tuning for Neuromorphic Applications. *IEEE Design Automation Conference (ASP-DAC)*. pp. 570–577.
7. Nageswaran, J., Dutt, N., Krichmar, J., Nicolau, A. and Veidenbaum, A., 2009. A configurable simulation environment for the efficient simulation of large-scale spiking neural networks on graphics processors. *Neural Networks*, vol. 22, pp. 791–800.
8. Azevedo, F.A., Azevedo, F.A., Carvalho, L.R., Grinberg, L.T., Farfel, J.M., Ferretti, R.E., Leite, R.E., Jacob Filho, W., Lent, R. and Herculano-Houzel, S., 2009. Equal numbers of neuronal and nonneuronal cells make the human brain an isometrically scaled-up primate brain. *J. Comp. Neurol*, 513, pp. 532–541.
9. Скнар И.И. Концепция построения биологически правдоподобной искусственной нейронной сети / Скнар И.И. // *Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці*. – 2014. – № 3. – С. 188–218.
10. Элементы теории графов : учебное пособие. / [В.И. Носов, Т.В. Бернштейн, Н.В. Носкова, Т.В. Храмова]. – Новосибирск, 2008. – 107 с.

Матвійчук А.В.

Скнар І.І.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ВИБІР ФОРМИ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ДАНИХ НЕЙРОННОЇ МЕРЕЖІ, ЩО ПОДІБНА ДО БІОЛОГІЧНОЇ

Резюме

У статті проведено порівняльний аналіз основних форм математичного представлення орієнтованих графів, що може бути використано для збереження даних штучної нейронної мережі, подібної до біологічної, яка характеризується наявністю величезної кількості базових структурних елементів і зв'язків між ними. В результаті проведеного аналізу зроблено висновок про неефективність використання матричного представлення для заданої мети – встановлено, що зберігання параметрів нейронної мережі у вигляді списків значно ефективніше, ніж альтернативні варіанти в розрізі необхідного об'єму пам'яті. У такий спосіб стало можливим оптимізувати збереження графів дуже великої розмірності, наприклад при побудові нейронної мережі, що подібна до біологічної, при вирішенні багатьох технічних і економічних завдань, у завданнях комівояжера з великою кількістю вершин і т.д.

Ключові слова: граф, представлення графа, біологічно подібна нейронна мережа, нейрон, синапс.

Matviychuk A.V.

Sknar I.I.

Kyiv National Economic University named after V. Hetman

CHOOSING OF THE REPRESENTATION FORM FOR THE DATA OF BIOLOGICALLY INSPIRED NEURAL NETWORK

Summary

In this article, a comparative analysis of the main forms of mathematical representation of directed graphs, which can be used for storage of biologically inspired neural networks (that is characterized by the presence of a huge number of structural elements and the relationships between them), was performed. The analysis concluded that matrix form of the graph representation is ineffective for a given purpose. The list form of representation is more efficient than the alternatives in the context of the required amount of memory. Thus, it has become possible to optimize the method for storing large-dimension graphs, which could be used for example, for constructing the biologically inspired neural network, for solving many technical and economic problems, in the traveling salesman problem with a large number of vertexes etc.

Keywords: graph, graph representation, biologically inspired neural network, neuron, synapse.

НАШІ АВТОРИ

1. **Алданькова Галина Василівна** – старший викладач Київського національного торговельно-економічного університету
2. **Аршевська Марія Володимирівна** – здобувач ПНВЗ «Європейський університет»
3. **Ванієва Аліме Рустемівна** – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки і менеджменту Кримського інженерно-педагогічного університету
4. **Горняк Ольга Василівна** – доктор економічних наук, завідувач кафедри економічної теорії та історії економічної думки, професор Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
5. **Гудзенко Ірина Сергіївна** – здобувач ПНВЗ «Європейський університет»
6. **Данильченко Ростислав Володимирович** – здобувач Миколаївського національного аграрного університету
7. **Драган Оксана Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі
8. **Кармишкін Юрій Анатолійович** – здобувач Миколаївського національного аграрного університету
9. **Ломачинська Ірина Анатоліївна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
10. **Матвійчук Андрій Вікторович** – доктор економічних наук, професор Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
11. **Ніколаєв Юрій Олегович** – кандидат економічних наук, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
12. **Подвисоцька Тамара Олександрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Національного університету «Києво-Могилянська Академія»
13. **Прокофєва Ана Сергіївна** – аспірант Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
14. **Пугачова Ірина Миколаївна** – аспірант Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
15. **Скнар Ілля Іванович** – аспірант кафедри економіко-математичного моделювання Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана
16. **Скороход Ірина Петрівна** – кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та історії економічної думки Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
17. **Толпигіна Наталія Вікторівна** – аспірант Одеського національного університету імені І.І. Мечникова
18. **Шлебат Ал-Хакіма** – аспірант ПНВЗ «Європейський університет»

ДЛЯ НОТАТОК

Відповідальний за випуск
Горняк Ольга Василівна

Українською, російською та англійською мовами

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 11465–338Р від 07.07.2006 р.

Науковий вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Серія «Економіка»
включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу МОН України від 15 квітня 2014 року № 455

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
вченою радою Одеського національного університету імені І. І. Мечникова
на підставі Протоколу № 4 від 23.12.2014 р.

Адреса редколегії:
65082, м. Одеса, вул. Дворянська, 2
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Тираж 100 прим.
Надруковано: ФОП Головка О.А.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4871 від 24.03.2015.