

ISSN 2413-0117

Ministry of Education and Science  
of Ukraine

Міністерство освіти і науки  
України

**BULLETIN**

**ВІСНИК**

of the Kyiv National  
University of Technologies  
and Design

Київського національного  
університету технологій  
та дизайну



№ 4 (101), 2016



Журнал розміщено в міжнародних наукометричних базах даних, репозитаріях та пошукових системах:



Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, WorldCat, РИНЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, OAJI, InfoBase Index, ISI, UIF, CiteFactor, Google Scholar

*Шановні колеги!*

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**  
серед  
**ТОП-100**  
кращих дизайнерських університетів світу\*

\* *CEOWORLD MAGAZINE (Сполучені Штати Америки)*

**CEOWORLD MAGAZINE**  
FASHION SCHOOL RANKINGS, 2016

This is to certify that

**Kyiv National University of Technologies and Design**  
Nemirovich-Danchenko Street, 2, Kyiv 01011, Ukraine

was ranked 88 among the  
top fashion schools in the world in CEOWORLD Magazine's 2016 survey.

The annual ranking of the "Top 100 Fashion Schools In The World,"  
not only represents glory of the institute, but also recognizes the positive impact that  
the institute has made on the education fraternity.

Maria Cich  
PRESIDENT

Leonard R. Smith  
PROMOTION CHAIRMAN

CEOWORLD Magazine  
276 Fifth Avenue, Suite 704, New York, NY, 10001, United States  
Tel: +1 347.983.5101 (USA) | Tel: +44 20 8123 4833 (UK) | Email: info@ceoworld.biz

Date: May 18, 2016

**CEOWORLD MAGAZINE**  
РЕЙТИНГ ШІЛ МОДИ ТА ДИЗАЙНУ, 2016

Цим засвідчує те, що  
**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**  
вул. Неміровича-Данченка, 2, Київ 01011, Україна

посів 88-ме місце серед найкращих світових шкіл  
моди та дизайну за результатами дослідження CEOWORLD Magazine у 2016 році

Щорічний рейтинг "Топ-100 найкращих шкіл моди та дизайну у світі"  
не тільки засвідчує високий статус університету, а також визнає його  
вагомий внесок у освітню співдружність

Maria Cich  
PRESIDENT

Leonard R. Smith  
PROMOTION CHAIRMAN

CEOWORLD Magazine  
276 Fifth Avenue, Suite 704, New York, NY, 10001, United States  
Tel: +1 347.983.5101 (USA) | Tel: +44 20 8123 4833 (UK) | Email: info@ceoworld.biz

Date: May 18, 2016

*www.knutd.com.ua*  
01011, м. Київ,  
вул. Неміровича-Данченка, 2,  
тел.: +38 (044) 256-29-86

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

# **ВІСНИК**

**КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

**№4 (101), 2016**

**Серія «Економічні науки»**

**Наукове фахове видання**

**Періодичність виходу: 6 разів на рік**

**Дата заснування: грудень 1999 р.**

*Київ 2016*

**Засновником журналу «ВІСНИК Київського національного університету технологій та дизайну» є**

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

Науковий фаховий журнал є правонаступником видання «Известия высших учебных заведений. Технология легкой промышленности», який видавався з березня 1958 року у Київському технологічному інституті легкої промисловості (СРСР).

**№4 (101), 2016** Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ №19330–9130 ПР від 08.08.2012р.  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 993 від 24.07.2002 р.

**Журнал входить до переліку наукових фахових видань.**

**Наказ МОН України від 13.07.2015 № 747 (додаток 17, рішення щодо подовження) – фаховість із технічних та економічних наук.**

Індекс журналу в каталозі передплатних видань України – 9144

---

**ISSN 2413-0117** Журнал зареєстровано в Міжнародному центрі періодичних видань (ISSN International Centre, Париж, Франція) 22.12.2004р.  
Журнал реферується та індексується у наступних міжнародних базах даних: Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, WorldCat, РИИЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, OAJI, InfoBase Index, ISI, UIF, CiteFactor, Google Scholar

---

**Засновник і видавець:** Київський національний університет технологій та дизайну  
Україна, 01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2

---

**Головний редактор:** **Грищенко І.М.**, д.е.н., професор, член-кореспондент НАПН України, Заслужений працівник освіти України

---

**Заступник головного редактора:** **Ганущак-Єфіменко Л.М.**, д.е.н., доц.

---

**Київський національний університет технологій та дизайну є членом Асоціації університетів текстильного профілю (Autex) з 2006 року**

**Київський національний університет технологій та дизайну – повний індивідуальний член Асоціації Європейських університетів (EUA) з 20 жовтня 2005 року**

Видання орієнтоване на науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також науково-практичних працівників і фахівців відповідних галузей промисловості.

**АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:**

01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 1, к. 250

тел./факс: +38 (044) 280-60-47

e-mail: [vistnuk@knutd.com.ua](mailto:vistnuk@knutd.com.ua)

[www.knutd.com.ua](http://www.knutd.com.ua)

---

**Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного університету технологій та дизайну, протокол №11 від 22.06.2016 р.**

---

Матеріали друкуються мовою оригіналу. Відповідальність за переклад, достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв, назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей. Передруки та переклади статей дозволяються лише за згодою автора (-ів) та редакції.

© Київський національний університет технологій та дизайну, 2016

**The owner of «BULLETIN of the Kyiv National University of Technologies and Design» is  
KYIV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGIES AND DESIGN**

This Scientific Specialized Journal is the successor of the edition «Proceedings of Higher educational establishments. Technology of the light industry», which was published by Kiev Technological Institute of Light Industry from March, 1958 (USSR)

**№4 (101), 2016** The state registration of print media is KB № 19330-9130 ПП, originating date 08.08.2012  
License for publishing activity is ДК №993, originating date 24.07.2002  
**The journal is listed & reregistered in Higher Attestation Commission of Ukraine:**  
**№ 747, originating date 13.07.2015. Fields: technological, economical.**  
The journal is in the Catalogue of subscription editions of Ukraine – 91443

---

**ISSN 2413-0117** The journal is registered in ISSN International Centre, Paris, originating date is 22.12.2004  
The journal is abstracted and indexed by Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, WorldCat, ПИИЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, OAJI, InfoBase Index, ISI, UIF, CiteFactor, Google Scholar

---

**Owner and Publisher:** Kyiv National University of Technologies and Design  
Ukraine, 01011, Kyiv, 2, Nemyrovych-Danchenka, Str.

---

**Editor-in-Chief:** **Ivan M. Gryshchenko** - Dr., professor, Corresponding Member of the NAPS of Ukraine, Honored worker of education of Ukraine

---

**Deputy Editor:** **Lyudmila M. Ganushchak-Efimenko** - Dr., associate professor

---

*Kyiv National University of Technologies and Design is the member of the Association of Universities for Textiles (AUTEX) since 2006*

*Kyiv National University of Technologies and Design is the general member of European University Association (EUA) since 20 October, 2005*

Economics & Business Management. Higher Education: progress, problems and prospects.

The journal is aimed at a wide range of researchers, professors, students, and graduate students and to bring the results of scientific research carried out under a variety of intellectual traditions and organizations of procedures to the attention of a specialized readership.

**EDITORIAL OFFICE:**

01011, Ukraine, Kyiv, 2, Nemyrovych-Danchenka, Str., office 1-250

Tel./fax: +38 (044) 280-60-47

e-mail: [vistnuk@knutd.com.ua](mailto:vistnuk@knutd.com.ua)

[www.knutd.com.ua](http://www.knutd.com.ua)

---

**Recommendations from Science Council of Kyiv National University of Technologies and Design, Protocol №11, of 22.06.2016**

---

Articles are published in the original language. The authors are responsible for the translation, authenticity of facts, quotations, proper names, geographic names, names of enterprises and other information.

The Editorial Office and author's consent needed prior to republishing or translating the articles.

**ВІДОМОСТІ ПРО ЧЛЕНІВ РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ**  
**наукового фахового журналу**  
**«Вісник Київського національного університету технологій та дизайну,**  
**Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design»**  
**СЕРІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»**

**Грищенко Іван Михайлович** – головний редактор, доктор економічних наук, професор, член-кореспондент Національної академії педагогічних наук України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки, Заслужений працівник освіти України.

**Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна** – заступник головного редактора, доктор економічних наук, доцент.

**Члени редакційної колегії**

**Денисенко Микола Павлович** – доктор економічних наук, професор.

**Куклін Олег Володимирович** - доктор економічних наук, професор.

**Крахмальова Ніна Анатоліївна** - кандидат економічних наук, доцент.

**Матюх Сергій Анатолійович** – кандидат економічних наук, доцент.

**Георгій Гавтадзе** – Повний професор Державного університету Акакія Церетелі, Повний професор Кутаїського університету економіки та права (Грузія).

**Тарасенко Ірина Олексіївна** – доктор економічних наук, професор.

**Чубукова Ольга Юріївна** – доктор економічних наук, професор.

**Щербак Валерія Геннадіївна** – доктор економічних наук, професор.

**Музиченко Анатолій Степанович** – доктор економічних наук, професор.

**Denis Ushakov** - PhD, професор (Бангкок).

**Dietmar Vahs** – PhD, професор (Німеччина).

**Hendrik S. Doss** – PhD, професор (Німеччина).

**Мазур Наталія Петрівна** – відповідальний секретар редакційної колегії.

**АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:**

01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 1, к. 250

тел./факс: +38 (044) 280-60-47

e-mail: [vistnuk@knutd.com.ua](mailto:vistnuk@knutd.com.ua)

[www.knutd.com.ua](http://www.knutd.com.ua)

---

Зміст

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

- 1 **Вітковський Ю. П.**  
Стан та напрями зміцнення продовольчої безпеки України в умовах економічних трансформацій 7
- 2 **Лісун Я. В.**  
Розвиток інвестиційного партнерства як дієвого механізму соціально-економічних перетворень 14
- 3 **Соловчук К. О.**  
Напрямки та задачі державної підтримки інноваційної діяльності в АПК 22
- 4 **Сержанов В. В., Штулер І. Ю.**  
Державне регулювання інноваційно-інвестиційного потенціалу АПК: спонукальний механізм 29

**МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ**

- 1 **Дудорова Л. Ю.**  
Компетентнісний підхід у туристичній освіті майбутніх фахівців 35
- 2 **Плисенко Г. П.**  
Брендинг і бренд-білдінг як найважливіші інструменти в конкуренції на ринку освітніх послуг 41

**СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ**

- 1 **Беляєва Н. С.**  
Розрахунок впливу елементів маркетингу довиробничого етапу на ведення бізнесу та забезпечення прибутковості 48
- 2 **Герасимчук А. А., Герасимчук Н. А.**  
Порівняльний аналіз категорій «підприємництво» і «підприємець» за матеріалами вітчизняних та зарубіжних джерел 58
- 3 **Гончаренко І. М.**  
Впровадження стратегії виживання в систему антикризового управління торговельних підприємств в Україні 69
- 4 **Ніфатова О. М.**  
Теоретичні основи брендингової діяльності в системі інтегрованих структур бізнесу 76
- 5 **Поклонська Л. С.**  
Аналіз витрат на збут промислових підприємств 83

**ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА**

- 1 **Демченко Г. В.**  
Аналіз інноваційної активності промисловості України в умовах інтенсивного розвитку світової економіки 98

---

---

TABLE OF CONTENTS

**PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY**

- 1 **Yurii P. Vitkovskyi**  
Current stage and directions of strengthening the food security of Ukraine under economic transformations 7
- 2 **Yanina V. Lisun**  
Enhancing the investment partnership as an effective mechanism of socioeconomic transformation 14
- 3 **Kateryna O. Solovchuk**  
Directions and objectives of state support of innovation activities in agroindustrial complex 22
- 4 **Vitaliy V. Serzhanov, Iryna Y. Shtuler**  
State regulation of innovation-investment potential of agroindustrial complex: incentive mechanism 29

**MODERNIZATION OF EDUCATION**

- 1 **Liudmyla Y. Dudorova**  
Competence-based education for future tourism professionals 35
- 2 **Halyna P. Plysenko**  
Branding and brand building as a crucial tool in the competitive market of education services 41

**MODERN TENDENCIES AND MANAGEMENT PROBLEMS**

- 1 **Nataliia S. Bieliaieva**  
Calculation of the marketing pre-production stage elements influence on doing business and ensuring profitability 48
- 2 **Andrii A. Gerasymchuk, Nataliia A. Gerasymchuk**  
Comparative analysis of "entrepreneurship" and "entrepreneur" categories according to Ukrainian and international sources 58
- 3 **Iryna M. Goncharenko**  
Implementing of survival strategy in system of crisis management trading companies in Ukraine 69
- 4 **Olena M. Nifatova**  
Theoretical framework of branding activities within integrated business structures system 76
- 5 **Liliia S. Poklonska**  
Marketing cost analysis at industrial enterprises 83

**INNOVATIVE-INVESTMENT POLICY**

- 1 **Anna V. Demchenko**  
Analysis of innovation activity in Ukrainian industry under intensive development of world economy 98

УДК 338.43-049.5(477)

**Юрій П. Вітковський***Харківський національний технічний університет**сільського господарства імені Петра Василенка***СТАН ТА НАПРЯМИ ЗМІЦНЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ  
В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

*У статті обґрунтовано теоретико-методичні та практичні аспекти зміцнення продовольчої безпеки України в умовах економічних трансформацій. Досліджено сутність та проаналізовано сучасний стан окремих індикаторів продовольчої безпеки країни. Запропоновано класифікацію загроз продовольчій безпеці країни з виокремленням їх макро-, мезо- та мікрорівнів. Визначено основні напрями вдосконалення аграрної політики України в частині зміцнення її продовольчої безпеки.*

**Ключові слова:** продовольча безпека, економічна безпека, загрози, споживання, продукти харчування, агропромисловий комплекс, сільське господарство.

**Юрий П. Витковский***Харьковский национальный технический университет**сельского хозяйства имени Петра Василенко***СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ  
БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ  
ТРАНСФОРМАЦИЙ**

*В статье обоснованы теоретико-методические и практические аспекты укрепления продовольственной безопасности Украины в условиях экономических трансформаций. Исследованы сущность и проанализировано состояние отдельных индикаторов продовольственной безопасности страны. Предложена классификация угроз продовольственной безопасности страны с выделением их макро-, мезо- и микроуровней. Определены основные направления совершенствования аграрной политики Украины в части укрепления ее продовольственной безопасности.*

**Ключевые слова:** продовольственная безопасность, экономическая безопасность, угрозы, потребление, продукты питания, агропромышленный комплекс, сельское хозяйство.

**Yurii P. Vitkovskyi***Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture***CURRENT STAGE AND DIRECTIONS OF STRENGTHENING THE FOOD  
SECURITY OF UKRAINE UNDER ECONOMIC TRANSFORMATIONS**

*The article grounds the theoretical-methodological and practical aspects of improving food security of Ukraine under economic transformations. The status of particular indicators of food security of the country and their nature are analyzed. Classification of threats to the national food security is offered, revealing their macro-, meso- and microlevels. The key directions of enhancing the agrarian policy of Ukraine in terms of strengthening its food security are suggested.*

**Keywords:** food security, economic security, threats, consumption, food products, agrarian complex, agriculture.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями** Одним із першочергових завдань, які розв'язує кожна країна, постає забезпечення в необхідній кількості та відповідної якості продовольчими ресурсами всіх

верств населення, яке проживає на її території, що є основною функцією агросфери. Виважена продовольча політика кожної держави повинна будуватися таким чином, щоб першочергово були задоволені внутрішні потреби та якомога більше надлишків ресурсів було реалізовано на зовнішніх ринках. З урахуванням цього вирішуватимуться всі інші питання державного життя [14].

За умов нестабільної політичної та економічної ситуації в Україні, питання продовольчої безпеки мають стати одними із ключових у системі зміцнення національної економічної безпеки.

Метою продовольчої безпеки є створення умов соціального, фізичного і економічного доступу кожного громадянина до продовольства в даний час і в довгостроковій перспективі. В цьому зв'язку стає необхідним провести дослідження продовольчої безпеки для виявлення можливої орієнтації не тільки на усунення недоліків харчування населення в поточному періоді, а й забезпечення відтворювального процесу, включаючи проведення ряду природоохоронних і відновлювальних програм, збалансоване використання земельних, лісових і водних ресурсів для екологічно стійкого розвитку. Це дозволить отримувати продовольство з необхідними екологічними показниками сучасному і майбутньому поколінню нації [10].

Отже, питання зміцнення продовольчої безпеки за сучасних умов є одними із найактуальніших у сучасній економічній науці.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Проблематику продовольчої безпеки держави досліджували багато вітчизняних вчених-економістів, серед яких значний внесок у розвиток цієї проблематики зробили В.Г. Андрійчук [1], В.Я. Амбросов [2], П.І. Гайдуцький [3], О.І. Гойчук [4], М.В. Калінчик [5], Б.І. Ковалюк [6], Ю.Я. Лузан [7], Л.Л. Мельник [8], В.В. Немченко [9], М.М. Одінцов [10-11], Б.В. Пасхавер [13], П.Т. Саблук [14-15], О.В. Шубравська [17]. Проте, окремі аспекти зміцнення продовольчої безпеки України за умов ринкових трансформацій розроблені не достатньо глибоко та потребують подальших досліджень.

**Метою статті є** аналіз сучасного стану та розробка напрямів зміцнення продовольчої безпеки України за умов економічних трансформацій.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування** Поняття продовольчої безпеки в світі виникло в 70-х роках минулого століття, коли слаборозвинуті країни відчували гостру нестачу продовольства. Ці країни перебували на стадії демографічного переходу, коли приріст населення почав випереджати темпи зростання виробництва продуктів харчування. Природна продуктивність сільськогосподарських угідь і тварин досягла межі розвитку продуктивних сил. Можливий ефект «Зеленої революції» також себе вичерпав. Для подолання виниклої кризи продовольчого забезпечення в 1973 р. Всесвітня сільськогосподарська організація при ООН (ФАО) створила комітет продовольчої безпеки (ПБ) Ради ФАО [10].

Вирішальну роль у забезпеченні продовольчої безпеки відіграє сільське господарство у системі підгалузей агропромислового комплексу.

Головними індикаторами розвитку агропродовольчого комплексу будь-якої країни є показники споживання основних продуктів харчування з розрахунку на одну особу за рік (табл. 1). Проведений аналіз показав негативну тенденцію по зниженню споживання більшості продуктів у 2014 р. порівняно із 2013 р. за винятком молока, хлібних продуктів та картоплі. Хоча, у порівнянні із 2000 р., обсяги споживання м'яса зросли на 21,3, молока – на 23,7, картоплі – на 5,6, овочів – на 61,5, риби – на 2,7, олії – на 3,7 кг. Виняток становлять хлібні продукти та цукор.

Найбільш важливими з точки зору поживності та хімічного складу, для людей є м'ясо та молоко. Нами здійснено порівняння середньорічних обсягів виробництва цих продуктів на одну особу у окремих країнах світу (рис. 1).

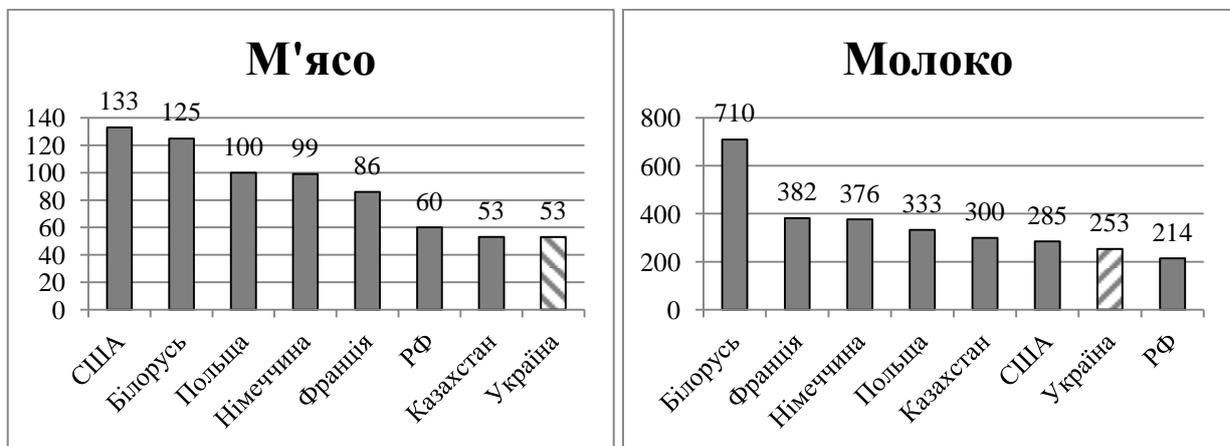
Таблиця 1

**Споживання основних продуктів харчування населенням України  
(на одну особу за рік; кілограмів)**

	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	2014
М'ясо та м'ясопродукти	32,8	39,1	49,7	52,0	51,2	54,4	56,1	54,1
Молоко та молочні продукти	199,1	225,6	212,4	206,4	204,9	214,9	220,9	222,8
Яйця (шт.)	166	238	272	290	310	307	309	310
Хлібні продукти	124,9	123,5	111,7	111,3	110,4	109,4	108,4	108,5
Картопля	135,4	135,6	133,0	128,9	139,3	140,2	135,4	141,0
Овочі та баштанні продовольчі культури	101,7	120,2	137,1	143,5	162,8	163,4	163,3	163,2
Плоди, ягоди та виноград (без переробки на вино)	29,3	37,1	45,6	48,0	52,6	53,3	56,3	52,3
Риба та рибні продукти	8,4	14,4	15,1	14,5	13,4	13,6	14,6	11,1
Цукор	36,8	38,1	37,9	37,1	38,5	37,6	37,1	36,3
Олія	9,4	13,5	15,4	14,8	13,7	13,0	13,3	13,1

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики [12].

Так, за виробництвом молока на одну особу за рік, Україна (253 кг) поступається Білорусі, Франції, Німеччині, Польщі, Казахстану та США, випередивши лише Російську Федерацію. Проте, ситуація по м'ясу набагато сумніша, оскільки із показником виробництва 53 кг на одну особу, Україна залишається на останньому місці поряд із всіма іншими досліджуваними країнами. Це є невтішним свідченням занепаду тваринницької галузі, бо Україна завжди вважалася досконалою за природно-кліматичними та організаційно-економічними ознаками для розведення худоби.



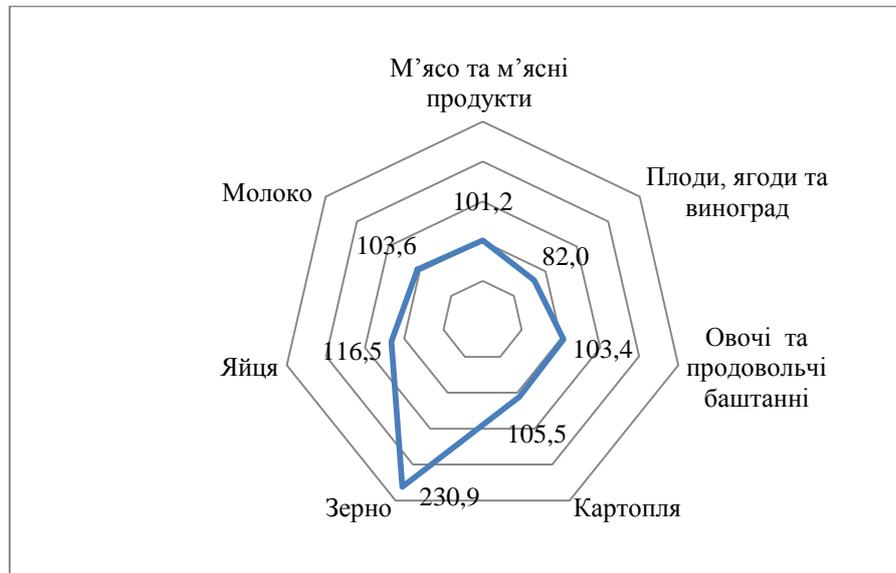
**Рис. 1. Виробництво м'яса та молока на одну особу в країнах світу  
(за рік, кг), 2015 р.**

Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики [12].

За рівнем забезпеченості основними видами продовольства (рис. 2), Україна має у своїх запасах понаднормативні запаси зерна (230,9%), яєць (116,5%), картоплі (105,5%), молока (103,6%), овочів (103,4%) та м'яса (101,2%). Проте, наявна недозабезпеченість України плодово-ягідною продукцією (82,0%), тому частину цих продуктів Україна вимушена імпортувати.

Влучною є думка академіка Б.Й. Пасхавера: «Сьогодні найбільш впливовою країною світу є США, отже маємо дороговказ на шляху у прийдешність. Тривалість життя середньостатистичного американця – 80 років, він споживає за добу 4 тис. кілокалорій,

витрачає на це 11 % свого доходу. У пересічного українця тривалість життя 71 рік, його добовий раціон становить 3 тис. кілокалорій, на що витрачається половина доходу» [13, с. 5]. Також автор зазначив, що драматичні події 2014 р. не зламали висхідного тренду сільського господарства України. За обсягами виробництва галузь дає відчутний плюс навіть порівняно з рекордно врожайним попереднім роком [13].



**Рис. 2. Рівень самозабезпеченості основними видами продовольства (виробництво до внутрішнього використання на території України) у 2015р., %**

*Джерело: Офіційний сайт Державної служби статистики [12].*

Таким чином, в Україні наявні як позитивні так і негативні тенденції у розвитку агропродовольчого комплексу, що свідчить про наявні резерви зростання виробничих обсягів у рослинництві і тваринництві, і як наслідок зміцнення продовольчої безпеки населення.

Продовольчу безпеку іноді пов'язують з національною, економічною безпекою. Вона залежить від багатьох факторів [9]:

- рівня розвитку аграрного сектора, включаючи особисті підсобні господарства;
- розвитку харчової промисловості;
- рівня експортно-імпортних операцій;
- рівня купівельної спроможності та культури населення;
- можливості використання інноваційних технологій;
- фінансових можливостей підприємств;
- матеріально-технічного забезпечення та інвестиційної привабливості підприємств АПК;
- підтримки держави, наданні підприємствам АПК пільг, ефективної фіскальної політики.

Думки вчених стосовно факторів, які загрожують продовольчій безпеці країни різноманітні. Наприклад, В.І. Ковалюк до загроз безпеці відносить зростання населення планети, економічні кризи, зміни клімату, природні катаклізми, зменшення посівних площ, використання продовольства в промислових цілях, військові дії [6].

На нашу думку, окрім макrorівня, загрози продовольчій безпеці також слід розглядати на рівні сільськогосподарських підприємств (рис. 3).

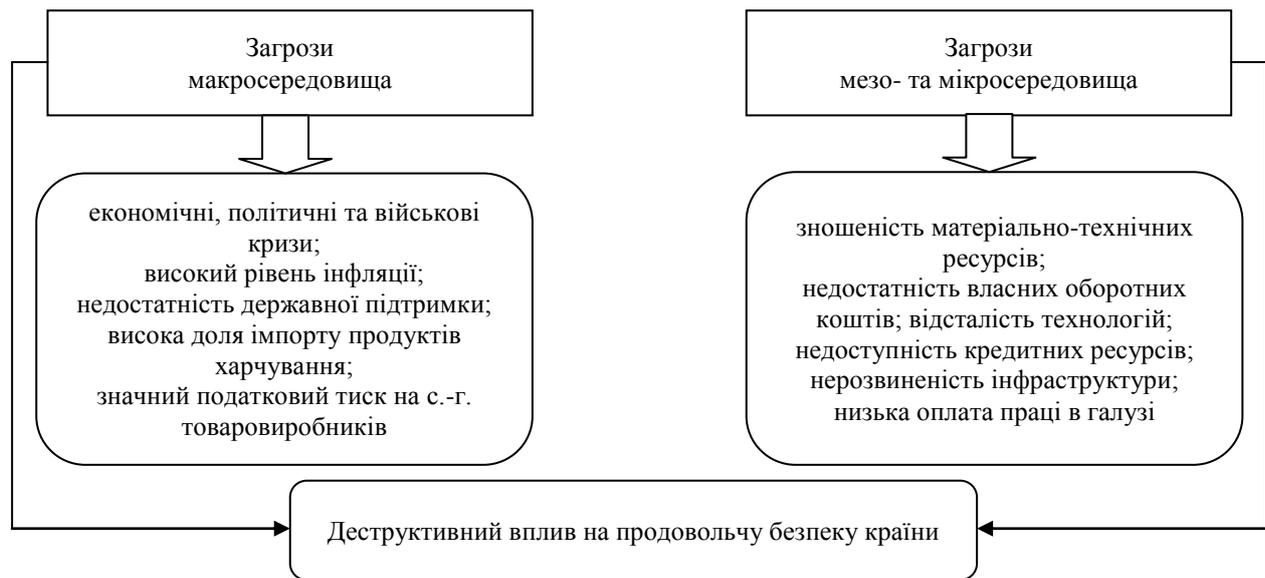


Рис. 3. Структура загроз продовольчій безпеці країни

Джерело: авторська розробка.

Вважаємо, що в Україні особливого значення набуває загроза заміни вітчизняних продуктів харчування низькоякісною імпоротною продукцією. Як наголошує Л.Л. Мельник, Україна імпортує «дешеві» продукти харчування, як правило, сумнівної якості. Усім, напевне, відомо про шкідливий вплив на здоров'я людей і особливо дітей різних консервантів, хімічних добавок, барвників, геномодифікованої продукції, фастфудів. І не випадково, що медико-демографічні показники в Україні за роки незалежності істотно погіршилися. Саме тут маємо той випадок, коли проблема добре відома усім, але мало що робиться для її вирішення. В першу чергу йдеться про усі гілки влади держави, відсутність належного законодавства, контролю за якістю продовольства. І це не може не хвилювати усе українське суспільство, істотна частина населення якого і передусім молодь уже не зможуть відновити своє здоров'я [8].

За таких умов протекціонізм держави по відношенню до вітчизняного виробника сільськогосподарської продукції має стати виключним кроком на шляху до зміцнення продовольчої безпеки. При чому, тенденція по галузі рослинництва не така критична, як у тваринництві, рівень розвитку якого нині знаходиться у «катастрофічному» стані.

**Висновки та перспективи подальших досліджень** Результати дослідження надають можливість зробити висновок про виняткову важливість продовольчої безпеки у системі національної безпеки країни. Споживання населенням основних продуктів харчування прямо залежить від обсягів виробництва сільськогосподарської продукції, за окремими видами якої Україна значно відстає від розвинених країн світу.

Зміцнення продовольчої безпеки пропонуємо здійснювати за допомогою наступних пріоритетів аграрної політики держави:

- протекціоністська політика по відношенню до вітчизняних сільськогосподарських товаровиробників;
- удосконалення підходів до управління стратегічними запасами продовольства країни;
- зменшення податкового тиску на суб'єктів господарювання аграрної галузі;
- підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних продуктів харчування та жорсткий контроль їх якості;

- нарощування обсягів державної підтримки галузі, зокрема у частині часткової компенсації вартості короткострокових позик та лізингових платежів за сільськогосподарську техніку;
- організаційні заходи з удосконалення взаємовідносин між сільськогосподарськими товаровиробниками та підприємствами промислової переробки.
- сприяння розвитку соціальної інфраструктури села та відродження депресивних сільських територій.

#### Література

1. Амбросов В.Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань / В.Я. Амбросов, Т.Г. Маренич // Вісник ХНАУ, серія «Економіка АПК і природокористування». – 2009. – № 10. – С. 23-28.
2. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В.Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2013. – 779 с.
3. Гойчук О.І. Продовольча безпека: монографія / О.І.Гойчук. – Житомир, Полісся, 2004. – 348 с.
4. Гайдуцький П.І. Структурні перекоси і ризики кризи в АПК / П.І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2014. – № 7. – С.38-45.
5. Калинчик Н.В. Экономическое обоснование минимальных по размерам сельскохозяйственных предприятий / Н.В.Калинчик, М.Б. Калинчик. –К.: ННЦ ІАЕ, 2009. – 266 с.
6. Ковалюк Б.І. Визначення основних параметрів продовольчої безпеки країни [Електронний ресурс] / Б.І. Ковалюк // Ефективна економіка. – 2014. - № 12. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3665>.
7. Лузан Ю.Я. Сучасні проблеми та основні фактори розвитку аграрного сектору України / Ю.Я. Лузан // Економіка АПК. – 2014. – № 6. – С.5-9.
8. Мельник Л.Л. Продовольча безпека у національному вимірі [Електронний ресурс] / Л.Л. Мельник // Режим доступу: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/184.pdf>.
9. Немченко В.В. Продовольча безпека України / В.В. Немченко // Збірник наукових праць ВНАУ. Економічні науки. – 2012. - № 4 (70). – Т. 2. – С. 179-183.
10. Одінцов М.М. Моделювання факторів формування продовольчої безпеки [Електронний ресурс] / М.М. Одінцов // Ефективна економіка. – 2010. - № 1. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=113>.
11. Одінцов М.М. Продовольча безпека в умовах трансформаційної економіки / М.М. Одінцов // Агросвіт. - № 5, березень, 2011. – С. 24-26.
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Пасхавер Б.Й. Тенденції та проблеми національного продовольчого споживання / Б.Й. Пасхавер // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С.5-13.
14. Саблук П.Т. Глобалізація і продовольство: монографія / П.Т. Саблук, О.Г. Білоус, В.І. Власов. – К.: ННУ ІАЕ, 2008. – 632 с.
15. Саблук П.Т. Стан і напрями розвитку аграрної реформи / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – 2015. – № 2. – С.10-17.
16. Стратегія розвитку сільського господарства України на період до 2020 року. Проект. – К.: Національна академія аграрних наук, науковий центр, Інститут аграрної економіки, 2012. – 19 с.
17. Шубравська О.В. Агропродовольчий сектор в умовах кризи: основні тенденції та виклики розвитку / Економіка і прогнозування. –№ 3. –2009. –С. 99-110.

---

**References**

1. Ambrosov V.Ya. Otsinka konkurentospromozhnosti ahroformuvan' / V.Ya. Ambrosov, T.H. Marenych // Visnyk KhNAU, seriya «Ekonomika APKi pryrodokorystuvannya». – 2009. – № 10. – S. 23-28.
2. Andriychuk V.H. Ekonomika pidpryyemstv ahropromyslovoho kompleksu: pidruchnyk / V.H. Andriychuk. – K.: KNEU, 2013. – 779 s.
3. Hoychuk O.I. Prodovol'cha bezpeka: monohrafiya / O.I.Hoychuk. – Zhytomyr, Polissya, 2004. – 348 s.
4. Hayduts'kyy P.I. Strukturni perekosy i ryzyky kryzy v APK / P.I. Hayduts'kyy // Ekonomika APK. – 2014. – № 7. – S.38-45.
5. Kalinchik N.V. Ekonomicheskoe obosnovanie minimal'nykh po razmeram sel'skokhozyaystvennykh predpriyatiy / N.V.Kalinchik, M.B. Kalinchik. –K.: NNTs IAE, 2009. – 266 s.
6. Kovalyuk B.I. Vyznachennya osnovnykh parametriv prodovol'choyi bezpeky krayiny [Elektronnyy resurs] / B.I. Kovalyuk // Efektyvna ekonomika. – 2014. - № 12. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3665>.
7. Luzan Yu.Ya. Suchasni problemy ta osnovni faktory rozvytku ahrarynoho sektoru Ukrayiny / Yu.Ya. Luzan // Ekonomika APK. – 2014. – № 6. – S.5-9.
8. Mel'nyk L.L. Prodovol'cha bezpeka u natsional'nomu vymiri [Elektronnyy resurs] / L.L. Mel'nyk // Rezhym dostupu: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.2/184.pdf>.
9. Nemchenko V.V. Prodovol'cha bezpeka Ukrayiny / V.V. Nemchenko // Zbirnyk naukovykh prats' VNAU. Ekonomichni nauky. – 2012. - № 4 (70). – T. 2. – S. 179-183.
10. Odintsov M.M. Modelyuvannya faktoriv formuvannya prodovol'choyi bezpeky [Elektronnyy resurs] / M.M. Odintsov // Efektyvna ekonomika. – 2010. - № 1. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=113>.
11. Odintsov M.M. Prodovol'cha bezpeka v umovakh transformatsiyanoi ekonomiky / M.M. Odintsov // Ahrosvit. - № 5, berezen', 2011. – S. 24-26.
12. Ofitsiyyny sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Paskhaver B.Y. Tendentsiyi ta problemy natsional'noho prodovol'choho spozhyvannya / B.Y. Paskhaver // Ekonomika APK. – 2014. – № 10. – S.5-13.
14. Sabluk P.T. Hlobalizatsiya i prodovol'stvo: monohrafiya /P.T. Sabluk, O.H. Bilous, V.I. Vlasov. – K.: NNU IAE, 2008. – 632 s.
15. Sabluk P.T. Stan i napryamy rozvytku ahrarynoyi reformy / P.T. Sabluk // Ekonomika APK. – 2015. – № 2. – S.10-17.
16. Stratehiya rozvytku sil'skoho hospodarstva Ukrayiny na period do 2020 roku. Proekt. – K.: Natsional'na akademiya ahrarynykh nauk, naukovyy tsentr, Instytut ahrarynoi ekonomiky, 2012. – 19 s.
17. Shubravs'ka O.V. Ahroprodovol'chyy sektor v umovakh kryzy: osnovni tendentsiyi ta vyklyky rozvytku / Ekonomika i prohnozuvannya. –№ 3. –2009. –S. 99-110.

УДК 330.332.01

**Яніна В. Лисун**

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПАРТНЕРСТВА ЯК ДІЄВОГО МЕХАНІЗМУ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

*У статті досліджено сутність категорій «інвестиції», «інвестиційна діяльність», «інвестиційне партнерство». Запропоновано механізм інвестиційного партнерства. Конкретизовано цілі інвестиційного партнерства, суб'єкти та об'єкти інвестиційної діяльності. Розглянуто моделі розподілу фінансових потоків в процесі інвестиційного партнерства з деталізацією характеру управління та характеру виплат.*

**Ключові слова:** *інвестиційна діяльність, інвестиційний проект, партнерство, державно-приватне партнерство*

**Янина В. Лисун**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**РАЗВИТИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПАРТНЕРСТВА КАК ДЕЙСТВЕННОГО  
МЕХАНИЗМА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ**

*В статье исследована сущность категорий «инвестиции», «инвестиционная деятельность», «инвестиционное партнерство». Предложен механизм инвестиционного партнерства. Конкретизированы цели инвестиционного партнерства, субъекты и объекты инвестиционной деятельности. Рассмотрены модели распределения финансовых потоков в процессе инвестиционного партнерства с детализацией характера управления и характера выплат.*

**Ключевые слова:** *инвестиционная деятельность, инвестиционный проект, партнерство, государственно-частное партнерство*

**Yanina V. Lisun**

*Kyiv National University of Technology and Design*

**ENHANCING THE INVESTMENT PARTNERSHIP AS AN EFFECTIVE MECHANISM  
OF SOCIOECONOMIC TRANSFORMATION**

*The article discusses the essence of the categories «investment», «investment activity» and «investment partnership». The mechanism of investment partnership has been suggested. Insights reveal the objectives of investment partnerships along with determining the subjects and objects of investment. The models of financial flows in the investment partnership with detailed management patterns and nature of payments are considered.*

**Keywords:** *investment, investment project, partnership, public-private partnership*

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Інвестиції в сучасних глобалізаційних умовах виступають найважливішим засобом економічної стабілізації та розвитку, активізації інноваційних процесів, підвищення якісних показників суспільства. У зв'язку з цим інвестиції є вирішальною умовою і важливим фактором планування та розвитку виробничої, комерційної та інноваційної діяльності.

Інвестиційні процеси в Україні ускладнюються нестабільністю економіки, що обумовлює необхідність розробки адекватного ринковим відносинам інвестиційного механізму активізації соціально-економічних перетворень. Актуальності набуває дієве поєднання форм державного і приватного інвестування, оптимізації взаємозв'язків різних суб'єктів інвестиційної діяльності з урахуванням факторів інвестиційної діяльності.

Ефективність використання інвестиційних інструментів з різним рівнем прибутковості та ризиків, обумовлює необхідність врахування ряду факторів, таких як: характер інвестора, економічний та інвестиційний клімат в країні, законодавчо-нормативна база, що регламентує інвестиційний процес, ліквідність підприємства, рівень інфляції [1, 2].

Можливості традиційних моделей форм та інструментів інвестиційної взаємодії держави та бізнесу є обмеженими. Тому актуальною проблемою залишається пошук інноваційних механізмів реалізації інвестиційних проектів державно-приватного партнерства, що дозволили б досягти оптимального розподілу соціально-економічних ефектів від інвестування та ризиків між державними та приватними учасниками.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Проблеми і перспективи розвитку державно-приватного партнерства розглядають у своїх працях такі вчені, як: В. Варнавський, Б. Винницький, С. Грищенко, М. Денисенко, А. Клименко, В. Корольов, М. Лендшел, Б. Онищук, П. Сегварі, Ф. Узунов, О. Тофанюк, І. Чалий [1-6, 9,10]. Однак рівень наукової розробки напрямків розвитку інструментарію інвестиційної взаємодії держави і бізнесу та впровадження нових інструментів фінансування інфраструктурних інвестиційних проектів на сучасному етапі є недостатнім.

**Невирішені частини дослідження.** Потребують подальшого дослідження складові механізму інвестиційного партнерства, такі як: цілі та орієнтири інвестиційного партнерства, суб'єкти інвестиційної діяльності (органи державного управління, фінансові інституції, підприємці, домогосподарства); об'єкти інвестиційної діяльності (об'єкти державного регулювання, реальні сектори економіки, фінансовий сектор, соціальний сектор); моделі взаємодії суб'єктів та об'єктів інвестиційної діяльності (моделі розподілу фінансових потоків і регуляторних дій).

**Мета дослідження** полягає у з'ясуванні концептуальних положень ефективної організації взаємодії держави та бізнесу, інвестиційних процесів в системі державно-приватного партнерства з урахуванням ризиків, проведенні аналізу моделей розподілу капітальних інвестицій та потоків доходів в системі державно-приватного партнерства з метою їх вдосконалення.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Інвестиції є пріоритетним ресурсом, що забезпечує прискорений розвиток економіки на основі впровадження соціально-економічних перетворень. Бізнес використовує різноманітні інвестиційні інструменти, які мають різні характеристики, рівень прибутковості, характеризуються різними ризиками. Як правило, вкладені кошти мають властивість втрачати свою купівельну спроможність з часом. Завдання інвесторів і інвестиційних менеджерів полягає у виборі найбільш привабливих і ефективних об'єктів інвестування.

Стрімке падіння обсягу інвестицій в Україні обумовлено: ускладненою та неоднозначною економічною та політичною ситуацією, дисбалансом економічної структури й грошово-кредитної системи, інфляцією, підвищенням цін, скорочення сукупного попиту.

В сучасних умовах недостатнім є залучення інвестицій під реалізацію окремих проектів та програм. Необхідно створити механізм прийняття політичних і економічних рішень, які формують інституційне середовище, де для більшості економічних суб'єктів було б вигідним форсоване створення індустріальної бази. Це відповідає вимогам забезпечення високого життєвого рівня населення, екологічної безпеки, раціонального і заощадливого використання природного потенціалу, достатньої обороноздатності.

На нашу думку, зміст поняття «інвестиційне партнерство» полягає у визначенні і дотриманні кожним його учасником відповідних погоджених правил і норм поведінки, здійснення яких закладає підґрунтя для формування сприятливого інвестиційного клімату та активізації інвестиційної діяльності.

Завданням інвестиційної співпраці є взаємовигідна взаємодія сторін – учасників інвестиційного процесу з метою реалізації спільного проекту та досягнення поставлених цілей. Довгостроковий ефект стійкого розвитку економіки може забезпечити певна критична маса заходів впливу на ситуацію з тим, щоб вивести економічну систему на траєкторію нового витка економічного зростання. Цього можна досягти за умови системного та цілеспрямованого вжиття таких заходів:

- залучення структурних чинників (нові технології у виробництві, освіті, сфері інформації);
- зміни споживчих переваг (стимулювання накопичення);
- приток іноземного капіталу, що створює нові вихідні умови для розвитку економіки.

Стрибокподібне посилення віддачі від капіталу й праці можливе за рахунок інвестицій в інформаційний, людський, основний капітал та технології, що сприятиме розвитку галузевої структури економіки. Реалізація принципу інвестиційного партнерства на відміну від колишньої практики інвестування передбачає координацію зусиль усіх учасників цього процесу з урахуванням їх інтересів і досягнення консенсусу у збільшенні інвестиційних ресурсів і підвищенні ефективності їх використання на всіх стадіях кругообігу (рис. 1).

Встановлення сфер і масштабів діяльності держави в структурних перетвореннях означає, що решту питань вирішують інші учасники партнерства (реальний і фінансовий сектори та домогосподарства) самостійно відповідно до програми дій у цілому щодо загальної координації оптимальної кількості партнерів. Партнерами в інвестиційній сфері стають: держава, суб'єкти реального та фінансового секторів, а також домогосподарства. Держава розробляє організаційні, економічні і правові засади інституту інвестування та підтримує сприятливий інвестиційний клімат через стимулюючу функцію податків, захист майнових прав стратегічних інвесторів, що створює сприятливі передумови для акумулювання коштів домогосподарств на інвестиційні цілі.

Реальний сектор має забезпечувати активізацію інвестиційної діяльності в узгоджених напрямках структурної перебудови; фінансовий сектор – підтримувати стабільність національної валюти та забезпечувати прийнятне кредитування пріоритетних напрямів розвитку економіки, а домогосподарства – активізувати накопичення коштів для інвестування.

За результатами дослідження встановлено наступні напрями участі держави в інвестиційному партнерстві [5, 7]:

- розробка загальних положень, правових і економічних засад інституту партнерства й відповідної інфраструктури;
- підтримка сприятливого інвестиційного клімату, в першу чергу – стійких, позитивних характеристик грошово-кредитної системи, усунення дефектів ринкового регулювання за напрямками економічної діяльності;
- модернізація і подальший розвиток виробничої й соціальної інфраструктур, запровадження сучасних інформаційних, виробничих, управлінських, освітніх технологій;
- інвестування перспективних науково-дослідних розробок, що виводять економіку країни на передові позиції;
- створення необхідних умов (пільгове фінансування й оподаткування) для високотехнологічних видів економічної діяльності;
- інвестиції у людський капітал із метою розвитку інноваційних спроможностей і підвищення конкурентоспроможності кадрів;
- управління інвестиційними, фінансовими потоками на макрорівні, налагодження механізму накопичення інвестицій.

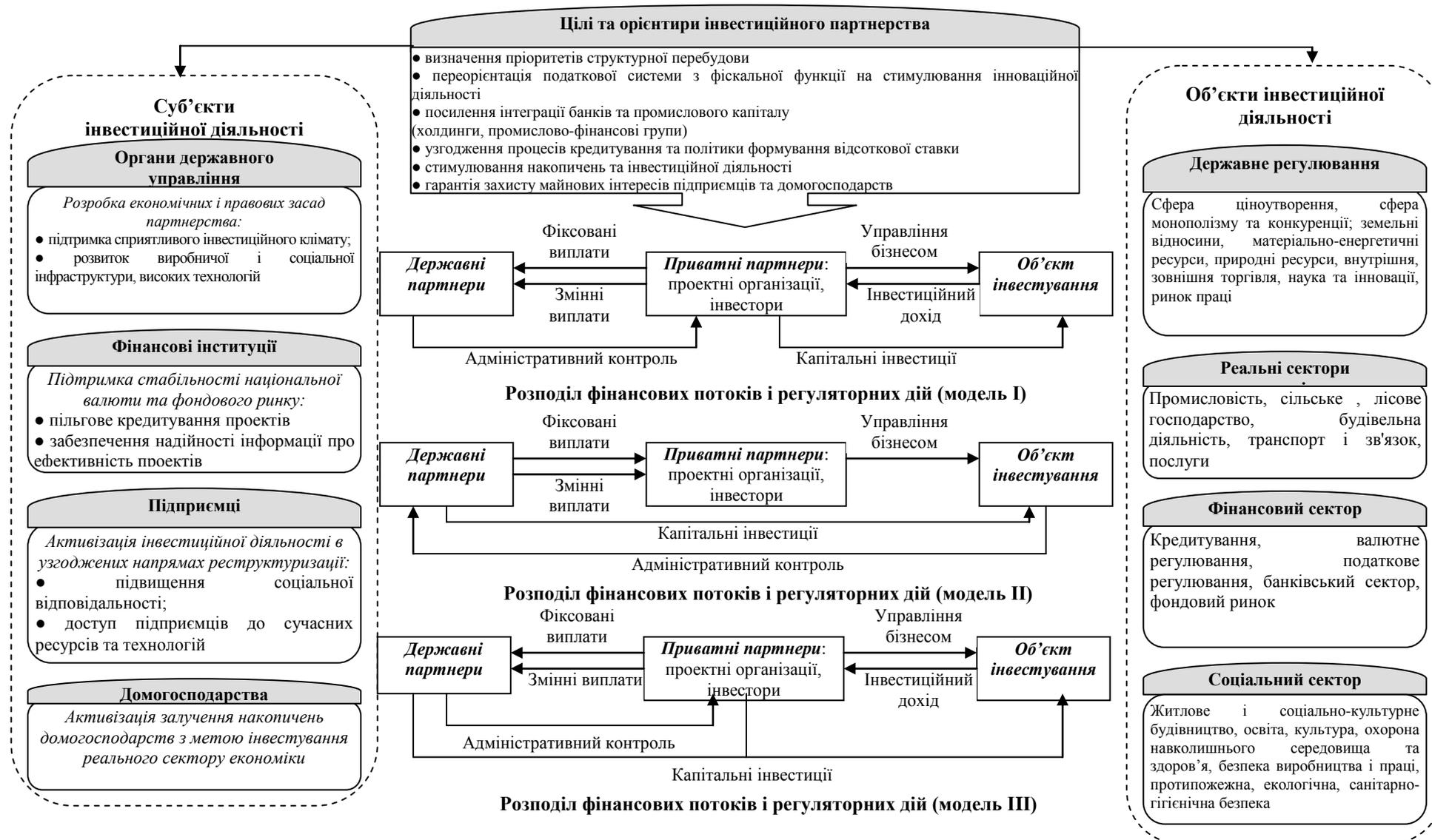


Рис. 1. Основні складові механізму інвестиційного партнерства (розробка автора на основі [2,3,8])

Ієрархія управління подіями в інвестиційному процесі виглядає таким чином: *попит – інвестиції – гроші*. Тобто першим завданням є усунення деформацій попиту й створення умов для його нормалізації, що сприяє збільшенню інвестицій. Відповідно до позитивної динаміки інвестицій і попиту допустима розширена пропозиція грошей. Варто застерегти, що йдеться про етап стабілізації макроекономічних показників і поживлення економіки, коли потік інвестиційних коштів порівняно невеликий і в наявності ненавантажені потужності підприємств, фактично готові до роботи. За мірою поживлення виробництва об'єктивно мають бути створені умови для того, щоб зростаючий потік інвестицій було спрямовано на вдосконалення галузевої й технологічної структур економіки. Тільки в такому разі можна очікувати на мультиплікативний ефект від додаткових інвестицій.

Порядок *попит – інвестиції – гроші* передбачає здійснення державою або за її допомогою значних інвестиційних проектів або програм.

Ключовим принципом побудови моделей розподілу фінансових потоків у інвестиційних проектах державно-приватного партнерства є оптимальне співвідношення ризику та прибутку від інвестування. При цьому прибуток має бути пропорційний ризику відповідного партнера у рамках партнерських відносин з приводу реалізації інвестиційних проектів або програм [2,3].

Світова економічна практика використовує декілька моделей розподілу фінансових потоків при реалізації інвестиційних проектів державно-приватного партнерства.

Модель I базується на допущенні, що приватний партнер має можливість профінансувати проект та управляти ним незалежно від інтервенцій представників державного сектора. Державний та приватний партнери взаємодіють протягом обмеженого періоду часу [2, с. 31].

На практиці можливе використання також двох модифікацій зазначеної моделі: при наявності лише фіксованих чи лише змінних виплат державі [2, с. 32]. Для впровадження цієї моделі необхідним є розробка та використання ефективного моніторингу та оцінки ефективності державно-приватного інвестування. Приватні партнери при цьому співпрацюють з об'єктом інвестування та державними партнерами на основі спеціальної угоди, що регламентує рівень наданих послуг об'єкту інвестування та участі у доходах від функціонування останнього. Саме виконання норм такої угоди відслідковується державним партнером через ефективну систему моніторингу та оцінки. Крім того, у межах даної моделі можуть бути реалізовані проекти типу електронних закупок при організації системи державних закупівель. Така модель є прийнятною за умови доступного рівня капітальних інвестицій, що сприяє попиту інвесторів.

У моделі II капітальні вкладення, що здійснюються державою і бізнесом (об'єктом інвестування), перебувають у приватного партнера (*рис. 1*). Ця модель особливо корисна у забезпеченні постачання важливих послуг для громадян і забезпечує поєднання можливостей уряду щодо інвестування значних фінансових ресурсів разом зі здатністю ефективного приватного управління проектом.

Весь фінансовий ризик у цій моделі приймається державою. Крім того, державні партнери беруть на себе адміністративний ризик невдачі проекту та подальшої втрати довіри серед громадян. Таким чином, модель II передбачає укладання жорсткої угоди з приватними партнерами щодо рівня задоволення соціальних потреб, заради яких організується державно-приватне партнерство, а також очікуваних соціальних ефектів.

Держава є основним одержувачем інвестиційного доходу у моделі II та здійснює його перерозподіл на користь приватних партнерів у вигляді фіксованих та змінних платежів. Обсяги фіксованих та змінних платежів приватним партнерам також визначаються величиною очікуваних соціально-економічних ефектів та відповідності

фактичної ефективності інвестицій прогнозними оцінками. Фіксовані виплати – це частка приватних партнерів у отриманих економічних ефектах від реалізації інвестиційних проектів, а змінні – додаткові платежі, що виникають, якщо фактичні соціальні ефекти є вищими, ніж очікувалось. Масштабні об'єкти у сфері готельного господарства, охорони здоров'я, транспорту можуть ефективно керуватися за допомогою зазначеної моделі [2, с. 32-33].

**Модель III** (рис. 1) найбільше відповідає базовим принципам взаємодії держави і бізнесу, оскільки передбачає розподіл ризику і соціально-економічних ефектів між партнерами рівними частинами. Обидві сторони партнерських відносин – держава і бізнес – вкладають інвестиційний капітал у фінансування проекту. Прибуток розподіляється відповідно до початкового обсягу капіталовкладень, а також відповідно до рівня ризику, прийнятого відповідним партнером. Бажаємо, щоб проект знаходився під управлінням приватного інвестора для того, щоб використовувати його ефективність та минулий досвід ведення подібного бізнесу. За допомогою такої моделі найбільш доцільно організувати фінансування проектів державно-приватного партнерства, що вимагають значного обсягу капіталу, такі як, наприклад, нафтопереробка, газовидобування, електроенергетика.

Ця модель орієнтована на рівномірний розподіл ризиків й інвестиційного доходу серед партнерів. Приватні партнери мають бути зацікавлені в участі у такого типу проектах, що дозволяє державі надавати приватним партнерам достатній рівень автономії в процесі прийняття управлінських рішень щодо діяльності об'єктів інвестування [2, с. 34].

Розглянуті моделі можуть стати основою для структурування фінансових потоків та розподілу ризиків при реалізації інвестиційних програм та проектів на умовах державно-приватного партнерства в Україні. Їх впровадження, на нашу думку, забезпечить чіткий зв'язок отриманих партнерами вигод від інвестування з обсягами наданих ними капіталовкладень, рівнем прийнятого на себе інвестиційного ризику, якістю виконання зобов'язань щодо задоволення суспільних потреб. На цій основі створюються можливості для справедливого розподілу соціально-економічних ефектів, генерованих у рамках реалізації інвестицій у системі державно-приватного партнерства.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, інвестиційне партнерство – це процес здійснення інвестиційної політики, що передбачає узгодження суб'єктами інвестиційних відносин цілеспрямованої інвестиційної діяльності щодо забезпечення її активізації якісних зрушень у національній економіці. Реалізація ідеї партнерства сприяє збільшенню довіри до урядової політики і дій партнерів щодо реалізації спільних проектів.

Державні інвестиційні програми надають можливості розширити «вузькі» місця економіки (підтримка галузей, які мають мультиплікативний вплив на сукупний попит, відповідна економічна й соціальна інфраструктура). Проте найефективніший напрям державної діяльності щодо нормалізації інвестиційного процесу полягає не тільки у формальному створенні сприятливого інвестиційного клімату, а й підтримці функціонуючої виробничої та інвестиційної інфраструктури за яких інвестиції стають імпульсом до позитивних соціально-економічних перетворень.

Соціальні ефекти від інвестування складають сферу економічних інтересів держави, а не бізнесу і є виключно суспільним надбанням. Тому необхідно збільшити частку приватних інвесторів у розподілі економічних ефектів, що забезпечить рівну участь сторін у розподілі цілісного соціально-економічного ефекту державно-приватних інвестицій.

В моделях реалізації інвестиційної взаємодії держави та бізнесу основну увагу слід приділяти системі розрахунку, структурування та перерозподілу фінансових потоків за інвестиційними проектами державно-приватного партнерства, яка має задовольняти інтереси усіх стейкхолдерів та забезпечувати зв'язок між отриманням очікуваного соціально-економічного ефекту та наданням інвестиційних ресурсів. Інвестиційне партнерство держави та бізнесу підвищує гнучкість та адаптивність процесу інвестування державних програм, стратегічних та пріоритетних інвестиційних проектів, забезпечує економічний порядок та дозволяє розподілити очікуваний дохід з приватними партнерами на паритетній основі.

### Література

1. Государственно-частное партнерство : теория и практика : учебное пособие / В. Г. Варнавский, А. В. Клименко, В. А. Королев и др. Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. – 287 с.
2. Грищенко Л.Л. Актуальні напрямки розвитку інструментарію інвестиційної взаємодії держави і бізнесу // Бізнес-Інформ. – № 8. – 2012. – С. 31-35.
3. Денисенко М.П. Основи інвестиційної діяльності / М.П. Денисенко. – К. : Алерта, 2001. – 338 с.
4. Досвід та перспективи впровадження державно-приватних партнерств в Україні та за кордоном / Винницький Б., Лендзел М., Онищук Б., Сегварі П. – К. : «К.І.С.» – 2008. – 146 с.
5. Підготовка та реалізація проектів публічно-приватного партнерства : практичний посібник для органів місцевої влади та бізнесу / С. Грищенко. – К. : ФОП Москаленко О. М., 2011. – 140 с.
6. Зимовець В. Акумуляція фінансових ресурсів та економічний розвиток : монографія / В. Зимовець. – К. : Ін-т економіки НАНУ – 2003. – 314 с.
7. Роль держави у довгостроковому економічному зростанні / За ред. д-ра екон. наук Б. Є. Кваснюка. – К. : Ін-т економ. прогноз. НАНУ, Харків : Форт. – 2003. – 424 с.
8. Лісун Я. В. Трансфер технологій як інноваційно-інтеграційна складова взаємодії держави, бізнесу, науки та освіти // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки». – 2015. – № 5 (91) – С. 23–32.
9. Узунов Ф.В. Інвестиційне партнерство держави та приватного сектору в галузях інфраструктури України // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 19. – С. 104-107.
10. Тофанюк О.В., Чалий І.Г. Застосування механізмів державно-приватного партнерства в бюджетному регулюванні регіонального розвитку // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2011. – №4 (16). – С. 41–52.

### References

1. Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo : teoriya i praktika : uchebnoe posobie / V. G. Varnavskiy, A. V. Klimenko, V. A. Korolev i dr. Gos. un-t – Vysshaya shkola ekonomiki. – M. : Izd. dom Gos. un-ta – Vysshey shkoly ekonomiki, 2010. – 287 s.
2. Hrytsenko L.L. Aktual'ni napryamky rozvytku instrumentariyu investytsiynoyi vzayemodiyi derzhavy i biznesu // Biznes-Inform. – № 8. – 2012. – S. 31-35.
3. Denysenko M.P. Osnovy investytsiynoyi diyal'nosti / M.P. Denysenko. – K. : Alerta, 2001. – 338 s.

- 
4. Dosvid ta perspektyvy vprovadzhennya derzhavno-pryvatnykh partnerstv v Ukrayini ta za kordonom / Vynnyts'kyy B., Lend'el M., Onyshchuk B., Sehvari P. – K. : «K.I.S.» – 2008. – 146 s.
  5. Pidhotovka ta realizatsiya proektiv publichno-pryvatnoho partnerstva : praktychnyy posibnyk dlya orhaniv mistsevoyi vlady ta biznesu / S. Hryshchenko. – K. : FOP Moskalenko O. M., 2011. – 140 s.
  6. Zymovets' V. Akumulyatsiya finansovykh resursiv ta ekonomichnyy rozvytok : monohrafiya / V. Zymovets'. – K. : In-t ekonomiky NANU – 2003. – 314 s.
  7. Rol' derzhavy u dovhostrokovomu ekonomichnomu zrostanni / Za red. d-ra ekon. nauk B. Ye. Kvasnyuka. – K. : In-t ekonom. prohnozuv. NANU, Kharkiv : Fort. – 2003. – 424 s.
  8. Lisun Ya. V. Transfer tekhnolohiy yak innovatsiyno-intehratsiyna skladova vzayemodiyi derzhavy, biznesu, nauky ta osvity // Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu tekhnolohiy ta dizaynu. Seriya «Ekonomichni nauky». – 2015. – № 5 (91) – S. 23–32.
  9. Uzunov F.V. Investytsiynе partnerstvo derzhavy ta pryvatnoho sektoru v haluzyakh infrastruktury Ukrayiny // Investytsiyni: praktyka ta dosvid. – 2013. – № 19. – S. 104-107.
  10. Tofanyuk O.V., Chalyy I.H. Zastosuvannya mekhanizmiv derzhavno-pryvatnoho partnerstva v byudzhetnomu rehulyuvanni rehional'noho rozvytku // Ekonomika ta upravlinnya pidpryyemstvamy mashynobudivnoyi haluzi: problemy teorii ta praktyky. – 2011. – №4 (16). – S. 41–52.

УДК 330.341.1

**Катерина О. Соловчук**

***Вищий навчальний заклад «Національна академія управління»***  
**НАПРЯМКИ ТА ЗАДАЧІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ**  
**ДІЯЛЬНОСТІ В АПК**

*У статті досліджено роль інновацій у підвищенні ефективності і стійкості функціонування АПК. Встановлено фактори, що перешкоджають активізації процесів впровадження інновацій агропромисловими підприємствами. Доведено, що основною складовою державної інноваційної політики в аграрній сфері, як і для національної економіки загалом, має стати створення і підтримка відповідних інститутів і механізмів, що забезпечують просування у виробництво ресурсозберігаючих проектів та розробок, податкових послаблень, зваженої митно-тарифної політики, створення об'єктів із високим науковим і виробничим потенціалами. Визначено, що система державного регулювання й підтримки сільськогосподарських товаровиробників стане ефективною, коли на всіх її рівнях буде гарантовано дотримання принципу самофінансування, а заходи з їх підтримки є додатковими в забезпеченні нормальних економічних умов господарювання.*

**Ключові слова:** *інновації, інноваційна політика, інноваційний розвиток, агропромисловий комплекс, державне управління, механізм управління, етапи, аналіз, ефективність.*

**Екатерина О. Соловчук**

***Высшее учебное заведение «Национальная академия управления»***  
**НАПРАВЛЕНИЯ И ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ**  
**ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АПК**

*В статье исследована роль инноваций в повышении эффективности и устойчивости функционирования АПК. Установлены факторы, препятствующие активизации процессов внедрения инноваций агропромышленными предприятиями. Доказано, что основной составляющей государственной инновационной политики в аграрной сфере, как и для национальной экономики в целом, должны стать создание и поддержка соответствующих институтов и механизмов, обеспечивающих продвижение в производство ресурсосберегающих проектов и разработок, налоговых льгот, взвешенной таможенно-тарифной политики, создание объектов с высоким научным и производственным потенциалом. Определено, что система государственного регулирования и поддержки сельскохозяйственных товаропроизводителей станет эффективной, когда на всех ее уровнях будет гарантировано соблюдение принципа самофинансирования, а меры по их поддержке являются дополнительными в обеспечении нормальных экономических условий хозяйствования.*

**Ключевые слова:** *инновации, инновационная политика, инновационное развитие, агропромышленный комплекс, государственное управление, механизм управления, этапы, анализ, эффективность.*

**Kateryna O. Solovchuk**

***Higher Education Institution «National Academy of Management»***  
**DIRECTIONS AND OBJECTIVES OF STATE SUPPORT OF INNOVATION**  
**ACTIVITIES IN AGROINDUSTRIAL COMPLEX**

*The article examines the role of innovations in improving the efficiency and sustainability of agriculture. The factors that hinder the innovation processes at agroindustrial enterprises are identified. It is proved that the main component of the state innovation policy in the agrarian*

*sphere, as well as in the national economy overall, should be establishment and support of appropriate institutions and mechanisms for the promotion of the resource-saving projects and developments in production, implementation of tax incentives, balanced customs and tariff policy, the creation of objects with high scientific and production potential. It was determined that the system of state regulation and support of agricultural producers will become effective when all levels will be guaranteed respect for the principle of self-financing, while measures to support them are complementary in ensuring favourable economic environment.*

**Keywords:** *innovations, innovation policy, innovative development, agriculture, public administration, management mechanism, stages, analysis, efficiency.*

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями** Інноваційна діяльність стає неодмінною умовою модернізації всього АПК, відновлення його матеріально-технічної бази, повсюдного освоєння передових технологій, сучасних методів організації виробництва і управління, розвитку ринків сільськогосподарської продукції.

Інноваційний процес в АПК має специфіку, обумовлену особливостями агропромислового виробництва. Інноваційний розвиток АПК підкріплений значним науковим потенціалом і на сучасному етапі серйозною проблемою є залучення результатів наукових досліджень у сільськогосподарське виробництво.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Українськими та зарубіжними вченими приділяється значна увага питанням інновацій в АПК та управлінню ними. Ці аспекти досить детально розглянуто в дослідженнях О. Абдулмалікова, Н. Ліпчіу, Л. Могильної, П. Дідерена, Г.Федера та ін. Серед українських учених, які внесли свій вклад в формування теоретичного і практичного базису дослідження присвячено праці відомих вітчизняних учених: Л. Ганущак-Єфіменко, Н. Герасимчук, С. Єрохіна, М. Єрмошенка, В. Черняка, В. Шевчука та ін.

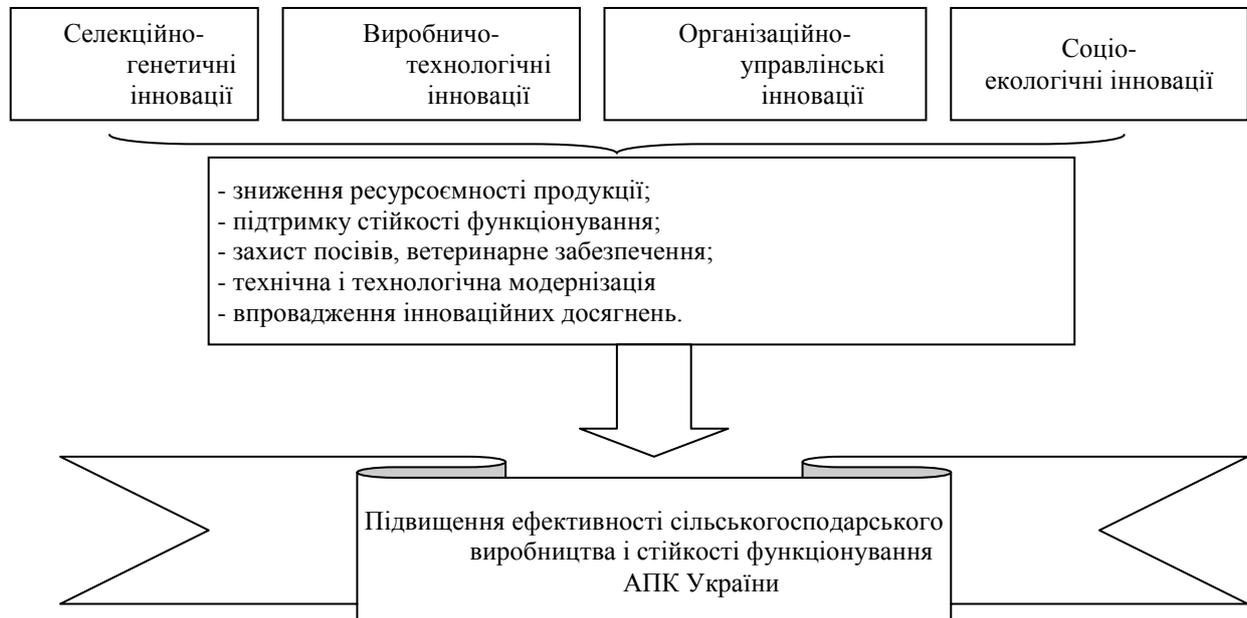
**Невирішена раніше частина загальної проблеми** полягає в тому, щоневирішеними на державному рівні залишаються питання формування дієвої та результативної інноваційної політики в агропромисловому комплексі. Створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно безпечних енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництво та реалізація нових видів конкурентоспроможної продукції агропромислового комплексу мають стати пріоритетними напрямками державної підтримки інноваційної діяльності в АПК.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Основними напрямками розвитку інновацій в агропромисловому комплексі є: селекційно-генетичний; виробничо-технологічний; організаційно-управлінський; соціо-екологічний. У доступній для огляду перспективі для України актуальні всі чотири сфери. Але в найближче десятиліття особливе значення будуть мати селекційно-генетичні інновації, необхідні для введення у виробництво сортів і гібридів, стійких до несприятливих умов, хвороб і шкідників. У тваринництві – створення порід м'ясної худоби, у птахівництві – нових кросів птахів високої продуктивності. У технологічній сфері найважливішими будуть ресурсозберігаючі технології.

Виділяючи роль інновацій у підвищенні ефективності і стійкості функціонування АПК можна побудувати наступну схему (рис. 1).

Таким чином, на сьогоднішній день інновації є важливим і пріоритетним напрямком для вирішення економічних і екологічних проблем, а також проблем продовольчої безпеки України.

У галузі необхідний інноваційний прорив для завоювання нових ринків збуту сільськогосподарської продукції, сировини і продовольства [7, с. 114].



**Рис. 1. Роль інновацій у підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції і стійкості АПК**

[складено автором]

Стосовно впровадження інновацій агропромисловими підприємствами, то основними факторами, що перешкоджають активізації цих процесів в науковій літературі виділяють наступні:

*фактори зовнішнього середовища:*

- нормативно-правові: недосконала нормативно-правова база регулювання інноваційної діяльності; невирішеність земельного законодавства; відсутність цільових регіональних програм;
- організаційні: відсутність інформаційно-консультаційних центрів; недосконалість роботи спеціалізованих ринкових структур (агротехпарки, агротехнополіси; інкубатори); відсутність чіткої інноваційної політики в аграрній сфері);
- економічні: гострий ціновий диспаритет; високі ставки за кредити; мінімальний обсяг бюджетних дотацій та інноваційні проекти; недосконаласистема оподаткування;

*фактори внутрішнього середовища:*

- соціально-економічні: відсутність внутрішніх фінансових ресурсів; застарілість технічної бази; вдосконалення розвитку лізингових операцій; наявність економічного ризику; низький рівень прибутковості;
- організаційні: невідповідність методів управління сільськогосподарським підприємством вимогам зовнішнього середовища; низький рівень корпоративної культури; відсутність оперативної інформації про відсутність оперативної інформації про кон'юнктуру ринків; слабка розвиненість маркетингових технологій.

Важливе значення для сталого інноваційного розвитку відіграє інституційно-правове забезпечення. Саме воно регулює поведінку відповідних суб'єктів діяльності у процесі інноваційної діяльності. В Україні прийнята відповідна законодавча база, яка

визначає права і обов'язки сторін у системі створення інноваційного продукту, функціонування прав на інтелектуальну власність.

Загалом Україна має потенційні можливості для успішного здійснення інноваційної діяльності, однак на рівні держави необхідно виконати ряд заходів:

- забезпечити стабільність економічного розвитку країни для залучення інвестицій в агропромисловий комплекс;
- надати пільги підприємствам, які створюють інноваційний продукт, що дозволить збільшити фінансові ресурси для реалізації інноваційної програми підприємства;
- зорієнтувати фінансово-кредитні установи на надання кредитів підприємствам, що займаються інноваційною діяльністю. [10, с. 27]

Основною складовою державної інноваційної політики в аграрній сфері, як і для національної економіки, має стати створення і підтримка відповідних інститутів і механізмів, що забезпечують просування у виробництво ресурсозберігаючих проектів та розробок, податкових послаблень, зваженої митно-тарифної політики, створення об'єктів із високим науковим і виробничим потенціалом.

На нашу думку, можна виділити наступні фактори, що стримують інноваційний розвиток АПК України:

- слабе управління НТП, відсутність тісної взаємодії держави і приватного бізнесу;
- недостатній обсяг витрат на аграрну науку;
- невідповідність кадрів;
- низька маркетингова робота;
- низький рівень платоспроможного попиту на інноваційну продукцію;
- різке зниження фінансування заходів щодо освоєння науково-технічних досягнень у виробництві і відповідних інноваційних програмах.
- дотепер не розроблені механізми, що стимулюють розвиток інноваційного процесу в АПК тощо.

Для успішного здійснення інноваційної діяльності в АПК необхідно здійснення наступних зовнішніх та внутрішніх умов.

Зовнішні умови здійснення: соціально-економічна ситуація в Україні; інституціональна основа діяльності; стан світових, національних і регіональних продовольчих ринків; рівень інноваційних розробок у тваринницькому сегменті АПК; аграрна політика і заходи державної підтримки інноваційних і інвестиційних процесів та ін.

Внутрішні умови організації: сучасний рівень конкурентоспроможності підприємства (галузі); його фінансовий стан; забезпеченість кадрами; положення підприємства на ринку відповідної продукції; системи споживачів, постачальників, конкурентів, посередників, груп впливу; рівень інтеграції в різні виробничо-торговельні структури і ін.

Підтримка і стимулювання розвитку інноваційної системи АПК на рівні країни, регіонів і господарюючих суб'єктів має свої особливості.

На національному рівні особливо важливе значення має нормативно-правове забезпечення інноваційної діяльності, а також фінансове, кадрове і матеріально-технічне забезпечення аграрної науки.

На регіональному рівні поряд зі збереженням високої значимості загальнонаціональних критеріїв оцінки зростає роль інформаційного, інфраструктурного і організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку АПК.

На рівні господарюючих суб'єктів лімітуючими факторами інноваційного розвитку в сучасних умовах є фінансове, кадрове і матеріально-технічне забезпечення. Все це вимагає побудови багаторівневої системи забезпечення інноваційного розвитку АПК відповідно до змісту і особливостей управління інноваційною діяльністю на всіх ієрархічних рівнях.

Особливої уваги вимагає залучення в активну інноваційну діяльність безпосередніх сільгоспвиробників. Поки що сформовані в органах державної влади вимоги по посиленню інноваційного характеру розвитку АПК і заходи, розроблювальні в управлінських структурах, слабо проникають у виробничу сферу. Керівники і фахівці господарств залишаються осторонь від проголошеної інноваційної стратегії розвитку. Найчастіше їм невідомо, що робиться верхами. Стратегічний курс інноваційного розвитку слабо підкріплюється на рівні господарств фінансовими, матеріально-технічними ресурсами і заходами організаційно-економічного забезпечення.

Державна підтримка інноваційної діяльності в АПК може і повинна здійснюватися як непрямыми методами, у вигляді створення сприятливих умов для її розвитку, так і при прямій участі держави.[1, с. 321]

Земля - це основне багатство нашої держави, єдине, яке поки що до кінця не розтрачене. Проте розпоряджаємось ми ним не по-господарськи. Розширення площ ріллі залишається єдиним способом збільшення виробництва продукції рослинництва. Унаслідок цього розораність сільськогосподарських угідь спричинила небувалі ерозійні процеси; збільшуються щорічні втрати ґрунтів і площі деградованих ґрунтів, як результат, - зростають втрати чистого доходу сільгоспвиробників.

Серед факторів, які зумовили зниження родючості землі, порушення сівозмін, значне розширення посівів рапсу, соняшнику, інших технічних культур, недостатнє внесення мінеральних та органічних добрив. Сьогодні, як і раніше, землеробство ведеться з повним ігноруванням закону повернення в ґрунт поживних елементів. Екстенсивні шляхи вичерпані, а відтак, треба поліпшувати ґрунти, що залишаються в обробітку. Головним показником родючості ґрунтів є врожайність зернових, інших посівних культур. Зниження родючості ґрунту призводить до зниження не тільки врожайності, а й вмісту білків. Метою агропромислового виробництва має бути виробництво якісних, екологічно чистих, високобілкових продовольчих продуктів та необхідної сировини для промисловості.

Вийти з глухого кута, в якому опинився агропромисловий комплекс, - значить запровадити такі форми володіння землею і використання її, які б, зберігаючи та примножуючи продуктивність, справляли оздоровлюючий вплив на соціальну інфраструктуру села, формували нові покоління ефективних власників і дбайливих господарників. Навряд чи прискорене перетворення землі на товар приведе до таких результатів. Через це варто відмовитись від настирної ідеї перетворення землі на товар і продовжити мораторій на купівлю-продаж землі. Спекуляція земельними ділянками приведе до повної некерованості у сфері природокористування, масового безробіття в сільській місцевості. У разі вільного продажу землі тваринництво стане ще менш продуктивним. Завершення земельної реформи має враховувати інтереси насамперед селян-землевласників, землекористувачів і держави. А отже, необхідно:

- підтримати виробниче, фінансове і споживче кооперування, яке спроможне підняти рівень сільського господарства; забезпечити дбайливе ставлення до землі, підвищити ринкову спроможність господарств різних форм власності;
- наполегливо шукати шляхи подолання диспаритету цін на промислову і сільськогосподарську продукцію;

- заборонити неконтрольований експорт і звести до мінімуму імпорт сільськогосподарської продукції;
- створити сприятливі умови для розвитку та стабілізації тваринництва, збільшення поголів'я худоби, виробництва тваринницької продукції, удосконалити інвестиційно-кредитне забезпечення аграрного сектору шляхом створення ринкової інфраструктури, яка гарантуватиме виконання контрактів і майнову відповідальність суб'єктів господарювання через запровадження іпотечного кредитування;
- удосконалити оподаткування сільськогосподарських підприємств.

На невідкладне вирішення проблем агропромислового комплексу мають бути спрямовані такі заходи, як:

- цінова підтримка сільськогосподарського виробництва, зокрема, підтримка державою реальних закупівельних цін на сільгосппродукцію;
- банківська і бюджетна підтримка аграрної галузі;
- розширення ринку сільськогосподарської продукції;
- державна підтримка експорту сільськогосподарської продукції;
- захист прав власності товаровиробників на сільгосппродукцію;
- чіткий правовий порядок укладання та виконання державних контрактів на закупівлю сільськогосподарської продукції.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Перетворення агропромислового комплексу на високоефективний, експортоспроможний стабільний сектор економіки та забезпечення національної продовольчої безпеки є головним напрямом державної агропромислової політики. Сільське господарство має стати відкритою, привабливою галуззю для інвестування. Гнучка система його підтримки державою - обов'язкова умова оновленої аграрної політики, спрямованої не тільки на відновлення вітчизняного виробництва, а й на збереження природного середовища, на закріплення населення в сільській місцевості та підтримку здорових традицій селянського способу життя.

Система державного регулювання й підтримки сільськогосподарських товаровиробників тоді стане ефективною, коли на всіх її рівнях буде гарантовано дотримання принципу - вони працюють на основі самофінансування, а заходи з їх підтримки є додатковими в забезпеченні нормальних економічних умов господарювання. Субсидії, дотації, пільги та інші регуляторні важелі й інструменти покликані орієнтувати товаровиробників на ефективніше господарювання і застосовуватись диференційовано.

#### Література

1. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств аграрного комплексу: підручник [Текст] / В. Г. Андрійчук. - К.: КНЕУ, 2013. - 779 с.
2. Ганущак-Єфіменко Л. М. Моделювання організації взаємодії учасників процесу управління інноваційним розвитком підприємства / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 90–100.
3. Ганущак-Єфіменко Л. М. Бізнес-модель управління інноваційно-активними підприємствами / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7. – С. 81–94.
4. Ганущак-Єфіменко Л. М. Концептуальні засади управління інноваційно-інвестиційною діяльністю промислових підприємств / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 10. – С. 93–99.
5. Герасимчук Н. А. Методологія державного регулювання в інституційній структурі агробізнесу : [Текст] / Н. А. Герасимчук // Вісник Сумського національного аграрного університету. – Сер.: Фінанси і кредит. – 2012. – № 2 (33). – С. 128–133.

6. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління/ А.В.Гриньов. - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. - 305 с.
7. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України: Монографія/ О.І.Дацій. - К.: ННЦІАЕ, 2004. - 428 с.
8. Петрина М. Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України / М.Петрина// Економіка України - 2006. - №8. - С. 35.
9. Федулова Л.І. Інноваційна система аграрної сфери України / Л.І. Федулова // АгроІнком. - 2012. - №1-3. - С. 53 - 62.
10. Шубравська О. Інноваційний розвиток аграрного сектора економіки України: теоретико-методологічний аспект / О. Шубравська // Економіка України . - 2012. - №1. - С. 27 - 35.

#### References

1. Andriychuk V.H. Ekonomika pidpryyemstv ahrarnoho kompleksu: pidruchnyk [Tekst] / V. H. Andriychuk. - K.: KNEU, 2013. - 779 s.
2. Hanushchak-Yefimenko L. M. Modelyuvannya orhanizatsiyi vzayemodiyi uchasnykiv protsesu upravlinnya innovatsiynym rozvytkom pidpryyemstva / L. M. Hanushchak-Yefimenko // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2011. – № 1. – S. 90–100.
3. Hanushchak-Yefimenko L. M. Biznes-model' upravlinnya innovatsiyno-aktyvnymy pidpryyemstvamy / L. M. Hanushchak-Yefimenko // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2010. – № 7. – S. 81–94.
4. Hanushchak-Yefimenko L. M. Kontseptual'ni zasady upravlinnya innovatsiyno-investytsiynoyu diyal'nisty promyslovykh pidpryyemstv / L. M. Hanushchak-Yefimenko // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2013. – № 10. – S. 93–99.
5. Herasymchuk N. A. Metodolohiya derzhavnogo rehulyuvannya v instytutsiyniy strukturі ahrobiznesu : [Tekst] / N. A. Herasymchuk // Visnyk Sums'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu. – Ser.: Finansy i kredyt. – 2012. – № 2 (33). – S. 128–133.
6. Hryn'ov A.V. Innovatsiynyy rozvytok promyslovykh pidpryyemstv: kontseptsiya, metodolohiya, stratehichne upravlinnya/ A.V.Hryn'ov. - Kh.: VD «ІNZhEK», 2003. - 305 s.
7. Datsiy O.I. Rozvytok innovatsiynoi diyal'nosti v ahropromyslovomu vyrobnytstvi Ukrayiny: Monohrafiya/ O.I.Datsiy. - K.: NNTsIAE, 2004. - 428 s.
8. Petryna M. Bazovi umovy stvorennya innovatsiynoi modeli rozvytku ekonomiky Ukrayiny / M.Petryna// Ekonomika Ukrayiny - 2006. - №8. - S. 35.
9. Fedulova L.I. Innovatsiyna systema ahrarnoyi sfery Ukrayiny / L.I. Fedulova // AhroInkom. - 2012. - №1-3. - S. 53 - 62.
10. Shubravs'ka O. Innovatsiynyy rozvytok ahrarnoho sektora ekonomiky Ukrayiny: teoretyko-metodolohichnyy aspekt / O. Shubravs'ka // Ekonomika Ukrayiny . - 2012. - №1. - S. 27 - 35.

УДК 351: 338.432

**Віталій В. Сержанов***Ужгородський національний університет***Ірина Ю. Штулер***Вищий навчальний заклад «Національна академія управління»***ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО  
ПОТЕНЦІАЛУ АПК: СПОНУКАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ**

*У статті розкрито спонукальний механізм розвитку інновацій в агропромисловий комплекс. Визначено роль держави в інноваційній діяльності, а також першочергові проблеми, що заважають руху інвестиційного капіталу. Досліджено вектори науково-технічного прогресу в АПК та доведено, що успішне їх застосування можливо лише в тому випадку, якщо будуть враховані та узгоджені різноманітні та суперечливі інтереси всіх задіяних сторін. Запропонований підхід до оцінки інноваційного потенціалу АПК, що базується на виділенні окремих елементів інноваційного процесу, надасть змогу передбачити можливі відхилення в управлінні інноваційною діяльністю і регулювати відносини задіяних суб'єктів господарювання.*

**Ключові слова:** *інновації, інвестиції, інноваційно-інвестиційна політика, потенціал, агропромисловий комплекс, державне регулювання, оцінювання, ефективність.*

**Віталій В. Сержанов***Ужгородский национальный университет***Ирина Ю. Штулер***Высшее учебное заведение «Национальная академия управления»***ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-  
ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА АПК: ПОБУДИТЕЛЬНЫЙ МЕХАНИЗМ**

*В статье раскрыт побудительный механизм развития инноваций в агропромышленный комплекс. Определена роль государства в инновационной деятельности, а также первоочередные проблемы, которые мешают движению инвестиционного капитала. Исследованы векторы научно-технического прогресса в АПК и доказано, что успешное их применение возможно только в том случае, если будут учтены и согласованы различные и противоречивые интересы всех задействованных сторон. Предложенный подход к оценке инновационного потенциала АПК, основанный на выделении отдельных элементов инновационного процесса, позволит предусмотреть возможные отклонения в управлении инновационной деятельностью и регулировать отношения задействованных субъектов хозяйствования.*

**Ключевые слова:** *инновации, инвестиции, инновационно-инвестиционная политика, потенциал, агропромышленный комплекс, государственное регулирование, оценка, эффективность.*

**Vitaliy V. Serzhanov***Uzhhorod National University***Iryna Y. Shtuler***Higher Education Institution "National Academy of Management"***STATE REGULATION OF INNOVATION-INVESTMENT POTENTIAL OF  
AGROINDUSTRIAL COMPLEX: INCENTIVE MECHANISM**

*The article examines the incentive mechanism of innovation development in the agroindustrial complex. The role of the state in innovation activities and priority issues that hinder the investment capital movement. The key vectors of scientific and technological progress*

*in agriculture have been identified, revealing that their successful application might be possible only in the case of consideration and compliance of various conflicting interests of all the parties involved. The proposed approach to the evaluation of innovative potential of agroindustrial complex, based on the allocation of the individual elements of the innovation process, will enable to forecast possible deviations to innovation activities management and to regulate the relationships between business entities.*

**Keywords:** *innovations, investment, innovative-investment policy, agroindustrial complex potential, state regulation, evaluation, efficiency.*

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Умовою стабільного функціонування і розвитку національної економічної системи, як на регіональному рівні так і у глобальному вимірі є стрімкий та ефективний розвиток агропромислового комплексу. Можливим такий розвиток є за умов активної участі держави в цьому процесі. Роль держави не має бути контролюючою в цьому процесі, а скоріш за все спонукальною в напрямку його регулювання. Результат виробництва національного господарства, його стан, конкурентоспроможність та перспективи розвитку мають вплив на масштаб, структуру та ефективність використання інвестицій. На сьогодні держава має низку перешкод для безперервних грошових потоків в агропромисловий комплекс.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Серед вчених, які займалися вивченням структурних змін в народному господарстві, можна виділити таких зарубіжних авторів, як: Ф. Кене, Дж. Б. Кларк, В. Леонт'єв, Р. Лукас, К. Маркс, А. Маршалл, А. Сміт, Й. Шумпетер. Серед українських учених, які внесли свій вклад в дослідження розвитку національного господарства, економічного потенціалу та інноваційного розвитку секторів економіки присвячено праці відомих вітчизняних учених: В.М. Гейця, С.А. Єрохіна, М.М. Єрмошенка, В.К. Черняка, Г.К. Ялового, В.Я. Шевчука та ін.

**Невирішена раніше частина загальної проблеми** полягає в тому, що агропромисловий комплекс будь-якої країни є джерелом поповнення для харчової промисловості та запорукою продовольчої безпеки. Тому беззаперечною є необхідність державного регулювання інноваційно-інвестиційного потенціалу АПК. Дана проблематика відображалася в працях вітчизняних науковців, але спонукальний механізм держави не знайшов свого належного відображення у наукових дослідженнях.

**Вклад основних результатів та їх обґрунтування.** Постійне зростання попиту на продукти харчування в світі не залишає українському агропромислому комплексу вибору — вказаний комплекс повинен безперервно розвиватися і приносити прибуток. Для цього потрібне постійне вкладення коштів. За дослідженнями проведеними фахівцями ННЦ Інституту аграрної економіки УААН існує потреба в інвестиціях. Зокрема, під запроєктовані обсяги виробництва продукції до 2015 р. потреба в основних засобах визначена у обсязі близько 529 млрд. грн., з цих коштів половину необхідно спрямувати на оновлення машино-тракторного парку. Отже, дефіцит інвестиційних ресурсів очевидний. Наразі фінансування агропромислового комплексу формуються за рахунок класичних джерел: прибутку, амортизаційних відрахувань та інвестицій. Відповідно, виникає необхідність, на державному рівні, розробки програми реалізації інноваційно-інвестиційного потенціалу агропромислового комплексу [4, с.19].

Під потенціалом розуміють здатність суб'єкта підприємництва найбільше ефективно реалізовувати те або інше функціональне завдання, при максимальному використанні наявних економічних ресурсів [2, с. 132]. Відповідно під інноваційно-інвестиційним потенціалом галузі маються на увазі її можливості по залученню фінансових коштів та нових технологій у господарську діяльність.

Інновація – це новий спосіб вирішення існуючої проблеми з приростом корисного ефекту, що базується на досягненнях науки. Інноваційний процес не закінчується впровадженням, а триває і після нього, тому що в міру поширення в економіці нововведення удосконалюється, робиться більш ефективним, здобуває нові споживчі властивості [3, с.66].

У першу чергу, спонукальним механізмом держави в напрямку розвитку інновацій є конкуренція. Підприємства АПК при використанні застарілої техніки одержують збитки, а ті з них, які першими імплементували інновації, зміцнюють свої позиції в боротьбі за ринок.

Звичайно, в інноваційній діяльності суттєва роль належить державі, адже держава:

- визначає вибір пріоритетів в інноваційній сфері;
- здійснює стратегічне планування;
- визначає перелік товарів і послуг, які можуть стати предметом державного замовлення,
- створює механізм самоорганізації в інноваційній сфері,
- формує умови заохочення інвесторів для участі в інноваційних проектах;
- фінансує інноваційні проекти;
- здійснює експертизу і аналіз інноваційних проектів [9, с.8].

Однак, до перешкод які слід подолати державі для безперебійних грошових потоків в агропромисловий комплекс належать: коливання процентних ставок, збільшення яких, за теоретичними дослідженнями, повинне приводити до припливу інвестиційного капіталу в країну. Так, як в Україні репутація стабільності економічних процесів підірвана, ця теорія буде працювати радше навпаки — високе значення процентної ставки слугуватиме фактором, що відлякує іноземних інвесторів. Крім процентної політики, в країні існує низка інших проблем, що заважають рухатись інвестиційному капіталу:

- нераціональне використання поливних земель через нестачу мінеральних добрив, гербіцидів, паливно-мастильних матеріалів, а також зносу меліоративного фонду, скорочення парку дощувальної техніки;
- низька ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств і як наслідок деформацій у співвідношенні цін на сільськогосподарську продукцію та матеріально-технічні ресурси, що споживаються в сільському господарстві;
- фізичний і моральний знос основних виробничих фондів;
- нестача власних фінансових оборотних коштів і складності доступу до кредитних ресурсів, як внаслідок відсутності застави;
- слаборозвинена ринкова інфраструктура, зокрема, система збуту і зберігання сільськогосподарської продукції;
- занепад соціальної сфери в сільській місцевості;
- недосконала нормативно-правова база (неефективне регулювання використання електроенергії, паливних ресурсів, неправильне зберігання сільгосппродукції та ін.) [7, с.320].

Необхідними умовами інноваційної діяльності є моніторинг нововведень, а також розвинена інноваційна інфраструктура, яка сприяє оперативному доведенню до підприємств інформації про результати науково-технічної діяльності, конкретних рекомендацій з різних аспектів агропромислового виробництва.

Науково-технічний прогрес – основа інтенсифікації агропромислового виробництва. Впровадження в галузі досягнень науки і техніки надає широкі можливості для зростання агропромислового виробництва, підвищення його стійкості, зниження собівартості, поліпшення якості продукції і збільшення рентабельності.

Основними векторами науково-технічного прогресу в галузі АПК належать:

- створення нових, більш економічних та продуктивних способів виробництва;
- впровадження ресурсозберігаючих технологій виробництва;
- розробка безвідходних технологій переробки сировини;
- розробка таких способів зберігання продукції, що надасть змогу до мінімуму скоротити її втрати і продовжити терміни споживання продукції у свіжому виді;
- використання ефективних та безпечних засобів захисту продукції на всіх етапах;
- селекція високоврожайних, імунних і високоефективних сортів сільськогосподарських культур;
- розведення порід худоби, які володіють комплексом коштовних біологічних і корисних якостей;
- поглиблення спеціалізації виробництва і удосконалення мотивації високопродуктивної праці;
- розвиток та інтеграція різних форм власності і господарювання в сфері АПК [5, с.9].

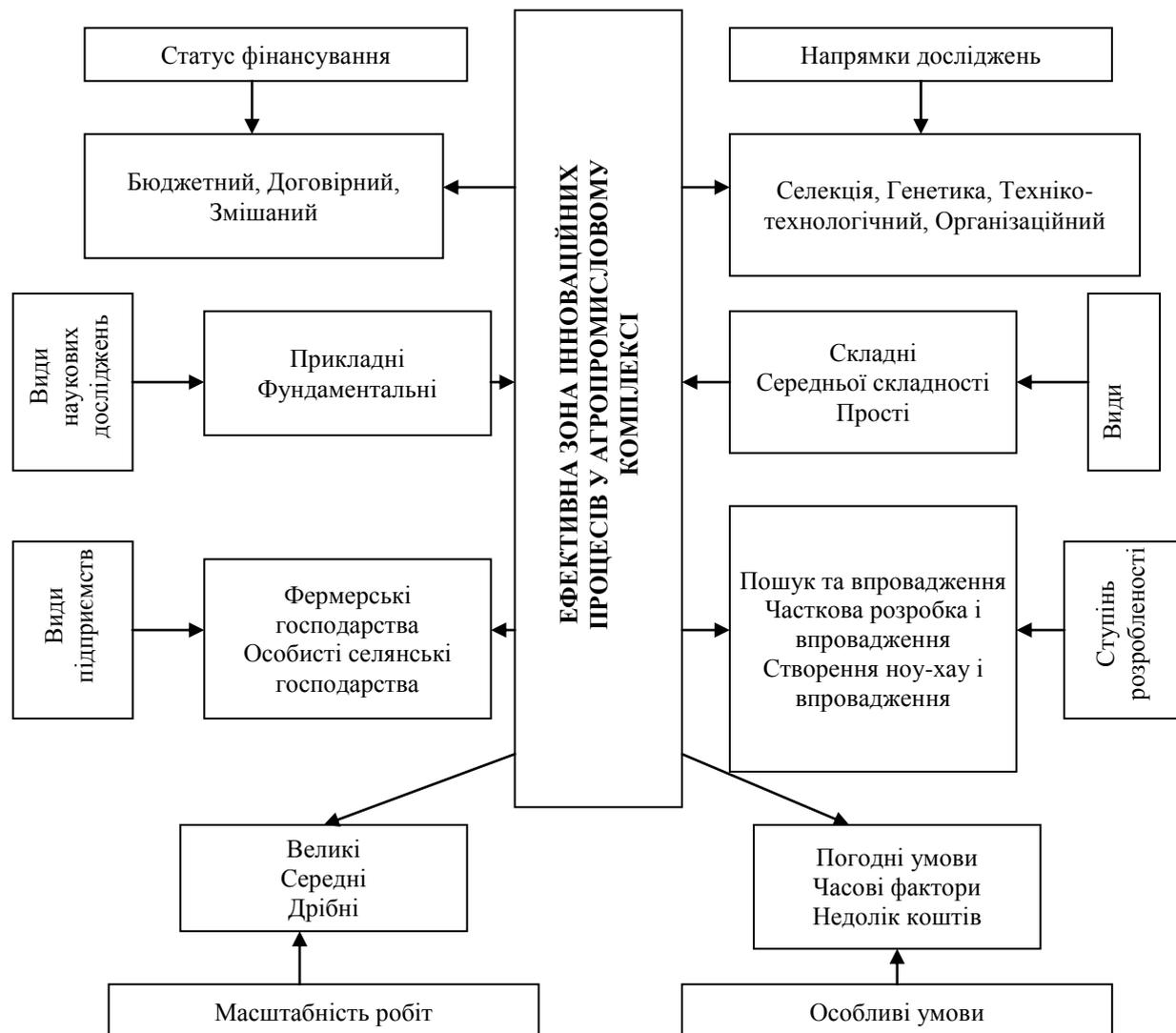
Використання закономірностей НТП в масштабі країни можливо лише в тому випадку, якщо вони будуть враховані в механізмі управління науково-технічним розвитком України на основі узгодження різноманітних і суперечливих інтересів всіх задіяних сторін. У сформованій системі управління інноваційна діяльність поки не використовує механізми відторгнення технічних новинок аграрним виробництвом і гальмування фундаментальних досліджень. Сьогодні особливо гостро проявляються негативні тенденції, обумовлені збереженням монопольних структур в аграрній науці і управлінні нею, відсутністю цілісної системи законів, що регулюють взаємини суб'єктів науково-технічної діяльності. Організація наукових досліджень впливає на ефективність їх функціонування і якісного використання досягнутого наукового потенціалу.

Особливо варто приділити увагу оцінці організаційно-управлінської діяльності в циклі «наука – виробництво» по таким складовим, як аналіз ефективності результатів інноваційної діяльності і використання науково-технічного потенціалу, що визначають стимулювання інноваційних процесів в АПК. Різноманіття економічних методів і форм, використовуваних у розвитку інноваційної діяльності викликає об'єктивну необхідність оцінки інноваційного потенціалу стосовно до аграрної сфери. Одним з критеріїв такої оцінки може служити ефективність інноваційного процесу, що впливає на виробництво кінцевих продуктів агропромислового комплексу, наповнення споживчого ринку, зниження цін як наслідок конкурентних основ організації наукових досліджень, розробок і виробництва сільськогосподарської продукції.

Для того, щоб здійснити оцінку інноваційного потенціалу необхідно виділити елементи інноваційного процесу. Вони можуть бути представлені в такий спосіб:

- споживачі: агропромислові підприємства різних організаційно-правових форм, селянсько-фермерські і особисті підсобні господарства;
- виконавці: науково-дослідні організації, навчальні заклади, промислові, малі інноваційні фірми та інші організації;
- напрямки досліджень: технологічному, економічні, генетико-селекційні, управлінсько-організаційні та інші;
- фінансування: бюджетне, позабюджетне, змішане;
- ефективність інновацій: термін впровадження, витрати на впровадження, строк окупності, економічна доцільність [8, с.136].

Всі доданки розкривають, властиву кожному з них, змістовну частину і можуть бути представлені у вигляді ефективної зони інноваційного процесу в агропромисловому виробництві (рис. 1).



**Рис. 1. Ефективна зона інноваційних процесів в агропромисловому комплексі**  
 [авторська розробка]

Пропонований підхід надасть змогу заздалегідь передбачити, можливі відхилення в управлінні інноваційною діяльністю і регулювати відносини суб'єктів господарювання: в цілях подальшого росту ефективності агропромислового виробництва, наповнення ринку, розвитку інноваційної інфраструктури.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, інноваційно-інвестиційний потенціал АПК України визначається неоднозначно, оскільки він підданий впливу численних факторів. В економічній літературі немає єдиної методики визначення досліджуваного показника, дискусійними є напрямки його підвищення, необхідні для подальшого розвитку економіки сільського господарства. Розробку способів оцінки інноваційного потенціалу, так само як і заходів, у результаті яких може відбутися його збільшення, доцільно включити в основні напрямки інноваційно-інвестиційної політики у зв'язку з новітніми ринковими механізмами і способами державної підтримки підприємництва в аграрній сфері.

**Література**

1. Анфиногентова Л., Крылатых Э. Стратегия развития АПК с учетом инновационных факторов / А.Афиногентова, Э. Крылатых // Экономика и управление в АПК.-2005. -№10. - С. 5
2. Аньшин В.М. Инновационный менеджмент: Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития: Учеб. пособие / Под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. - 3-е изд., перераб., доп. - М.: Дело, 2007. - 584 с.
3. Гельман Л. М. Модели инновационных процессов (обзор зарубежной литературы)/ Л. М.Гельман, М. И.Левин // Экономика и математические методы. - 1989. - № 6.
4. Дементьев В.В. Чому Україна не інноваційна держава: інституційний аналіз / В.В. Дементьев, В.П. Вишневикий// Економічна теорія. - 2011. -№3. - С. 5 - 20.
5. Зубець М.В. Наукові засади розвитку агропромислового виробництва в сучасних умовах / М.В. Зубець // Економіка АПК. - 2011. - С. 3 - 11.
6. Лунева В.А. Научное обеспечение аграрного производства Украины: состояние, особенности и проблемы / В.А.Лунева // «Вестник АПК Ставрополья» - 2014. - № 3 (15). - С. 269 - 272.
7. Лупенко Ю.О. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи /Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. - К.: ННЦ ІАЕ, 2014. - 514 с.
8. Онегіна В.М. Складові інноваційної моделі розвитку аграрного виробництва в Україні / В.М. Онегіна // Вісник Сумськ. нац. аграр. унту. - 2010. - Вип 9/2 (44) - С. 135 - 139.
9. Трегобчук В. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями і механізми/ В.Трегобчук// Економіка України. -2006. - №2. - С. 4-12.

**References**

1. Anfinogentova L., Kryladykh E. Strategiya razvitiya APK s uchetom innovatsionnykh faktorov / A.Afinogentova, E. Kryladykh // Ekonomika i upravlenie v APK.-2005. -№10. - S. 5
2. An'shin V.M. Innovatsionnyu menedzhment: Kontseptsii, mnogourovnevye strategii i mekhanizmy innovatsionnogo razvitiya: Ucheb. posobie / Pod red. V.M. An'shina, A.A. Dagaeva. - 3-e izd., pererab., dop. - M.: Delo, 2007. - 584 s.
3. Gel'man L. M. Modeli innovatsionnykh protsessov (obzor zarubezhnoy literatury)/ L. M.Gel'man, M. I.Levin // Ekonomika i matematicheskie metody. - 1989. - № 6.
4. Dement'yev V.V. Chomu Ukrayina ne innovatsiyana derzhava: instytutsiyunnyy analiz / V.V. Dement'yev, V.P. Vyshnevskyy// Ekonomichna teoriya. - 2011. -№3. - S. 5 - 20.
5. Zubets' M.V. Naukovi zasady rozvytku ahropromyslovoho vyrobnytstva v suchasnykh umovakh / M.V. Zubets' // Ekonomika APK. - 2011. - S. 3 - 11.
6. Luneva V.A. Nauchnoe obespechenie agrarnogo proizvodstva Ukrainy: sostoyanie, osobennosti i problemy / V.A.Luneva // «Vestnik APK Stavropol'ya» - 2014. - № 3 (15). - S. 269 - 272.
7. Lupenko Yu.O. Innovatsiyne zabezpechennya rozvytku sil's'koho hospodarstva Ukrayiny: problemy ta perspektyvy /Lupenko Yu.O., Malik M.Y., Shpykulyak O.H. ta in. - K.: NNTs IAE, 2014. - 514 s.
8. Onehina V.M. Skladovi innovatsiyanoi modeli rozvytku ahrarnoho vyrobnytstva v Ukrayini / V.M. Onehina // Visnyk Sums'k. nats. ahrar. un-tu. - 2010. - Vyp 9/2 (44) - S. 135 - 139.
9. Trehobchuk V. Innovatsiyno-investytsiyunnyy rozvytok natsional'noho APK: problemy, napryamy i mekhanizmy/ V.Trehobchuk// Ekonomika Ukrayiny. -2006. - №2. - S. 4-12.

УДК 378.147.73

**Liudmyla Y. Dudorova**

*Kyiv National University of Technologies and Design*

### COMPETENCE-BASED EDUCATION FOR FUTURE TOURISM PROFESSIONALS

*The article reveals the methodological framework of the competence-based approach in education and training of future tourism professionals. The study is based on literature survey, analysis and synthesis of the information obtained using the method of pedagogical design patterns. A universal structure of professional competence of future professionals in the tourism industry has been suggested, which consists of the following components: value-motivational, cognitive, praxiological, psychological and subjective. The evaluation of these components allows to define the integrated level of competence formation among future professionals in the tourism sector.*

**Keywords:** *competence-based approach, requirements, tourism education, future professionals.*

**Людмила Ю. Дудорова**

*Київський національний університет технологій та дизайну*

### КОМПЕТЕНТНІСНИЙ ПІДХІД У ТУРИСТИЧНІЙ ОСВІТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

*У статті розкрито методологічні вимоги компетентнісного підходу в підготовці майбутніх фахівців туристичної галузі. Дослідження проводилося на основі вивчення літературних джерел, аналізу і синтезу отриманої інформації з використанням методу педагогічного проектування. Визначено універсальну структуру професійної компетентності майбутніх фахівців туристичної індустрії, що складається з таких компонентів: ціннісно-мотиваційного; когнітивного; праксеологічного; індивідуально-психологічного; суб'єктного. Оцінка цих компонентів дозволить визначити комплексний рівень сформованості компетентності майбутнього фахівця туристичного бізнесу.*

**Ключові слова:** *компетентнісний підхід, вимоги, туристична освіта, майбутні фахівці.*

**Людмила Ю. Дудорова**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

### КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ТУРИСТИЧЕСКОМ ОБРАЗОВАНИИ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ

*В статье раскрыты методологические требования компетентностного подхода в подготовке будущих специалистов туристической сферы. Исследование проводилось на основе изучения литературных источников, анализа и синтеза полученной информации с использованием метода педагогического проектирования. Определена универсальная структура профессиональной компетентности будущих специалистов туристической индустрии, состоящая из следующих компонентов: ценностно-мотивационного; когнитивного; праксеологического; индивидуально-психологического; субъектного. Оценка этих компонентов позволит определить комплексный уровень сформированности компетентности будущего специалиста туристического бизнеса.*

**Ключевые слова:** *компетентностный подход, требования, туристическое образование, будущие специалисты.*

**Introduction.** The modernisation of higher education launched in Ukraine on the basis of a competitive approach, has changed the whole system of higher pedagogical education

dramatically, posing the demands to the formation of a new paradigm and the level of a student's thinking.

Future professionals should be able not only to find, estimate and analyze the necessary information, but also creatively use it in practical, quickly evolving professional work [15].

The key outcomes of education institutions activity are directed to developing the following basic competences: intellectual, methodological, civil, communicational, informational and pedagogical [1, 2, 14].

It demands from a modern pedagogical science accumulation of theoretical knowledge concerning the formation of a competent person, generalisation of available practice of the educational process arrangement yielding expected results, the opportunity for their adjustment to new social realities, harmonization with the international standards, development of a methodological toolkit of building up socially competent behaviour of students at different educational stages [3, 5, 12, 13].

**Recent research and publications analysis.** There is a number of psychological and pedagogical studies focusing on application of the competitive approach in education: the main directions of the competitive approach implementation have been explored by V. Bolotov, E. Zeer, V. Lugovoj, N. Nikandrov, N. Nichkalo, V. Serikov, J. Tatur etc.); competence-based perspectives are shared by such scholars as I. Zimnjaja, G. Selevko, A. Hutorsky, T. Shamova, V. Jagupov etc.; attempts to substantiate the «professional competence» concept were made by V. Bezduhov, M. Voloshin, V. Lugovoj, A. Markova, S. Mishina, P. Tretjakov, S. Shishov and others; modelling of foundations of competences with regard to the subjects of a pedagogical process have been developed by V. Bolotov, A. Dahin, V. Serikov, V. Jagupov, O. Yarygin and others. The analysis of these researches and other publications has shown that professional competence of a professional covers a set of mental processes, properties, conditions and terms, motives, abilities, knowledge, experience, professionally important, subjective and personal qualities and is an integrated indicator of his or her professional readiness.

Following the Decision of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On the support of the State program of tourism development for 2002-2010» the principles of training specialists for the tourism industry were determined [signed by the Cabinet of Ministers of Ukraine on 29.04.2002, №583].

**Research goal, problem statement, methods and the research arrangement.**

*The research goal* is to define methodological framework for a competitive approach in education and training of future tourism industry professionals.

*Within the research problem set* the authors attempts to provide the following insights:

1. To specify methodological requirements of the competitive-based approach to tourism education of future professionals.
2. To prove pedagogical support of the tourism education of future professionals and evaluate its outcomes.

*Methods and the research arrangement.* The study is based on literature survey, analysis and synthesis of the information obtained using the method of pedagogical design patterns.

**Key research findings.**

In the modern psychological and pedagogical literature the basic directions of implementing a competitive-based approach in education are actively discussed, the concept of a "competence" in particular is proved, a range of different interpretations and definitions of competence are offered, identifying key, professional and special competences, their types and components [4, 6, 7].

For targeted application of the competitive approach in the professional tourism education it is necessary to develop a methodological framework, specifying its various intersubject, integrated, dynamic, multipurpose and subject character, along with presenting key

---

ideas, rules and principles. They can be unified with reference to the future professionals and grouped by semantic meaning, i.e. the task is to formulate a set of methodological requirements of the competitive approach in the professional tourism education and training.

*Motivational requirements* to future professionals within the system of professional tourism education are focused on the one hand on actualisation of their motivational sphere in the course of professional pedagogical training, and on the other – are aimed at gingering up internal mechanisms of students whilst mastering the professional tourism competences and secrets of the pedagogical skills. A key rule in the realisation of this requirement is gradual introduction of graduates into the trade world, enhancing their motivation, creating values of the professional activity in the field of tourism. Formation of professional etiquette by tourism graduates is the result of its realisation.

*Subject-oriented requirements* within the professional tourism education. An overall objective of the professional tourism training is the formation of the subject of professional work [16, 19]. For this purpose it is necessary to adhere to a rule of reflexivity which provides orientation of educational process participants - the tutor and students - on an operational and objective estimation of a course and outcomes of the formation of basic components which makes a professional tourism competence, revealing the gaps and problems in the professional tourism training and their subsequent elimination, on the development of mechanisms of a subject's adaptation in the educational and professional environments.

*Practice-oriented requirements* to the professional tourism education of graduates. Practice-oriented requirements are realised first of all through the ability to solve a range of various business focused tasks by the future professionals. The most effective are such business-related tasks which promote mastering of various tourist models based on the principles of pedagogic, thus developing information searching activity, forming practical thinking and professionally important qualities needed in future career.

*Universality and specificity* of professional tourism training should represent its didactic adapted expertise in solving a wide range of global, information, moral, social as well as professional problems in the future professional activity in tourism industry. J. Raven in the competence maintenance includes the specific ability of the person necessary for effective performance of discrete activity in a certain subject field. This ability covers highly specialised knowledge, special type of subject skills, ways of thinking, and also understanding of responsibility for the actions [8].

The maintenance of the professional tourism education should be guided by the model of professional training in which a graduate is provided the basic components of professional competence, and also the requirements of competitive approach to the professional tourism education.

*Requirements of organizational-pedagogical maintenance* of professional tourism education realisation. One from the major forms within the paradigm of professional tourism training is students' independent activity, the important role of which is not completely realised by many specialists. Creative independent work in the framework of methodical maintenance and support can serve as a good platform in the formation of the professional tourism competence of the future professionals. For this purpose it is necessary to aspire to:

- 1) setting precise goals of students' activities in each kind of creative independent work;
- 2) working out a professionally-focused approach to the system of the tasks modelling of creative activity of students and facilitating the formation of the professional tourism competence;
- 3) integration of tasks in the education system with consideration of educational and professional maintenance;

4) formation of the basic requirements to the system of the tasks related to the developing functions and promoting students to overcome difficulties while mastering professional tourism-related abilities to be used in their career;

5) application of accurate system of pedagogical monitoring and performance assessment, including students' stimulation.

*Standardization of tourism training of the future specialists.* This requirement is realised by means of the state educational standard. [11, 18]. The professional tourism competence is defined by us, as well as at the majority of researchers, as integrative formation (as the psychological term) of professionals, including their professional knowledge, skills, abilities, professionally important qualities and the positive relation to the future pedagogical activity [5, 10]. Accordingly, this structure provides the formation of both professional, and special competence which are characterised by such displays as motivation, sociality, culture consistence, objectiveness, interdependence, systemic character, orientation to practice, situation dynamism and subjectivity.

*Possibility of objective diagnostics of the results related to the tourism competence of future professionals.* For this purpose we suggest a framework guided by a universal structure of the professional tourism competence of the future specialists and diagnostics of the level of each component formation. Accordingly we offer such criteria: motivational; cognitive; praxeological; individual psychological (professionally important qualities); subjective. This minimum number of criteria can be specified, supplemented and improved (for example, communicative, emotional or strong will criteria). On the basis of the identification of their discrete level it is possible to assess the level of the professional tourism competence formation. For example, it is possible to identify such five levels.

*Low level:* future professionals do not use knowledge on tourism and disciplines of regional studies, are not able to use the professional tourism-related knowledge in the dangerous situations.

*Below average:* future specialists have the superficial knowledge, insufficient level of possession of the professional tourism-related skills, manage some elements of tourism work, are not able to build logic structure of activity independently.

*The average level:* future specialists can independently model the system of professional tourism and special knowledge at sufficient level of skills, however do not manage the actions necessary for students' tourism work.

*Above average:* future specialists manage the system of general professional and tourism knowledge, skills of students tourism work, possess creative practical thinking; apply the system approach to solving various situations in tourism.

*High level:* future specialists have the entire set of general professional and tourism-related knowledge, good skills for tourism activity, creatively solve professional problems in the field of tourism.

### **Conclusions.**

The universal structure of tourism competence of the future professionals consists of the following components: *motivational* (semantic, motivational and personal attitude of the future specialist to the professional-pedagogical activity); *cognitive* (the professional theoretical and practical knowledge yielding representation what it is necessary to do and how to do); *praxiologocal* (the ability to practical realisation and actualisation of this knowledge, skills, abilities, the personal and professional potentials in pedagogically significant result); *individual psychological* (formation of individual social and psychological qualities); *subjective* (self-determination, self-control, self-reflexion, self-check and professional work of self-assessment). The evaluation of these components allows to define the integrated level of forming the tourism competence of a future professional.

*Prospects for further research* in this direction will be realised through the practical implementation of requirements of the competitive approach in the professional tourism activity for future specialists.

### Література

1. Зимняя И. Ключевые компетентности – новая парадигма результатов образования / И. Зимняя // Высшее образование сегодня. – 2003. – №5. – С.3-7.
2. Ильязова М. Д. К вопросу о структуре компетентности будущего специалиста / М. Д. Ильязова // Знание. Понимание. Умение. – 2008. – № 1. – С. 67–71.
3. Ильязова М. Д. Компетентностный подход к результатам высшего образования: сущность, анализ, реализация: монография / М. Д. Ильязова, Л. Ю. Бусурина, Т. В. Жилиева; Астрахан. гос. техн. ун-т. – Астрахань: Изд-во АГТУ, 2006. – 120 с.
4. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи / під заг. ред. Овчарук О. В. – К.: К.І.С., 2004. – 112 с.
5. Луговой В. І. Застосування системного підходу до визначення компетентностей як основи кваліфікацій / В. І. Луговой, О. М. Слюсаренко // Вища освіта України: теоретичний та науково-практичний часопис – К.- Запоріжжя.: 2010. – № 1. – С. 151-159.
6. Луговой В. І. Інформаційно-компетентнісний підхід до розвитку особистості в освіті (теоретико-методологічний аспект) / В. І. Луговой // Психолого-педагогічні засади розвитку особистості в освітньому просторі: матеріали методологічного семінару АПН України 19 березня 2008 р. – К., 2008. – С. 64-72.
7. Пометун О. Компетентнісний підхід – найважливіший орієнтир розвитку сучасної освіти / О. Пометун // Рідна школа. – 2005. – №1.–С. 65-69.
8. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие, реализация / Дж. Равен; пер. сангл. – М.: Когнито-Центр, 2002. –396 с.
9. Education at a Glance 2011: OECD Indicators. Glossary. –Paris: OECD Publications, 2011. –497 p.
10. Khalid Malik. Human Development Report. 2010, New York, USA, 2010. –216 p.
11. International Standard Classification of Education. ISCED 1997, UNESCO. 1997. –48 p.
12. Ruchen Dominique S. Key Competencies for a Successful Life and a Well-Functioning Society. Hogrefe & Huber Publishers, Germany, 2003. –206 p.
13. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on the establishment of the European Qualifications Framework for lifelong learning (Text with EEA relevance). Official Journal of the European Union, 2008, vol.111, pp. 1-7.
14. Research-based Education at BA, MA and PhD Level / Thematic Seminar for Higher Education Reform Experts 9-10 July 2012 [Text] // Reader. –Yerevan, Armenia: Yerevan State Linguistic University “Bryusov”, 2012. –24 p.
15. Research-based Education: Strategy and Implementation / Seminar for Bologna and Higher Education Reform Experts 5-7 November 2012 [Text] // Reader. –Budapest: Eotvos Lorand University (ELTE), 2012. –29 p.

### References

1. Zimnyaya I. Klyuchevye kompetentnosti – novaya paradigma rezul'tatov obrazovaniya / I. Zimnyaya // Vysshee obrazovanie segodnya. – 2003. – №5. – С.3-7.
2. I'yazova M. D. K voprosu o strukture kompetentnosti budushchego spetsialista / M. D. I'yazova // Znanie. Ponimanie.Umenie. – 2008. – № 1. – S. 67–71.

3. Il'yazova M. D. Kompetentnostnyy podkhod k rezul'tatam vysshego obrazovaniya: sushchnost', analiz, realizatsiya: monografiya / M. D. Il'yazova, L. Yu. Busurina, T. V. Zhilyaeva; Astrakhan. gos. tekhn. un-t. – Astrakhan': Izd-vo AGTU, 2006. – 120 s.
4. Kompetentnisnyi pidkhid u suchasni osviti: svitovyi dosvid ta ukrainski perspektyvy / pid zah. red. Ovcharuk O. V. – K.: K.I.S., 2004. – 112 s.
5. Luhovyi V. I. Zastosuvannia systemnoho pidkhodu do vyznachennia kompetentnostei yak osnovy kvalifikatsii / V. I. Luhovyi, O. M. Sliusarenko // Vyshcha osvita Ukrainy: teoretychni ta naukovo-praktychni chasopys – K.- Zaporizhzhia.: 2010. – № 1. – S. 151-159.
6. Luhovyi V. I. Informatsiino-kompetentnisnyi pidkhid do rozvytku osobystosti v osviti (teoretyko-metodolohichni aspekt) / V. I. Luhovyi // Psykholoho-pedahohichni zasady rozvytku osobystosti v osvitnomu prostori: materialy metodolohichnoho seminaru APN Ukrainy 19 bereznia 2008 r. – K., 2008. – S. 64-72.
7. Pometun O. Kompetentnistnyi pidkhid – naivazhlyvishyi oriientyr rozvytku suchasnoi osvity / O. Pometun // Ridna shkola. – 2005. – №1.–S. 65-69.
8. Raven Dzh. Kompetentnost' v sovremennom obshchestve: vyyavlenie, razvitie, realizatsiya / Dzh. Raven; per. s angl. – M.: Kognito-Tsentr, 2002. –396 s.

УДК 334.027:37.07

**Галина П. Плисенко**

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**БРЕНДИНГ І БРЕНД-БІЛДІНГ ЯК НАЙВАЖЛИВІШІ ІНСТРУМЕНТИ В  
КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

*У статті розглянуто теоретико-методологічну сутність дефініцій категорій брендингу, бренд-білдингу, ребрендингу. Узагальнено основні конкурентні переваги, якими повинен володіти вищий навчальний заклад для підвищення рівня конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг. Обґрунтовано роль концепції брендингу в конкуренції серед вищих навчальних закладів.*

**Ключові слова:** вища освіта, вищий навчальний заклад, брендинг, бренд-білдинг, ребрендинг, конкурентні переваги, конкурентоспроможність.

**Галина П. Плысенко**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**БРЕНДИНГ И БРЕНД-БИЛДИНГ В КАЧЕСТВЕ ВАЖНЕЙШЕГО ИНСТРУМЕНТА  
В КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

*В статье рассмотрена теоретико-методологическая сущность дефиниций категорий брендинга, бренд-билдинга, ребрендинга. Обобщены основные конкурентные преимущества, которыми должно обладать высшее учебное заведение для повышения уровня конкурентоспособности на рынке образовательных услуг. Обоснована роль концепции брендинга в конкуренции среди высших учебных заведений.*

**Ключевые слова:** высшее образование, высшее учебное заведение, брендинг, бренд-билдинг, ребрендинг, конкурентные преимущества, конкурентоспособность.

**Halyna P. Plysenko**

*Kyiv National University of Technology and Design*

**BRANDING AND BRAND BUILDING AS A CRUCIAL TOOL IN THE COMPETITIVE  
MARKET OF EDUCATION SERVICES**

*The article considers theoretical and methodological essence of the definitions of the categories of branding, brand building, rebranding. The key competitive advantages higher education institutions should possess to increase the level of competitiveness at the education market. The role of a branding concept in competition among higher education institutions is grounded.*

**Keywords:** higher education, higher education institution, branding, brand building, rebranding, competitive advantages, competitiveness.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** В Україні практично на всі види діяльності мають значний вплив ринкові механізми. Не оминули вони і вищі навчальні заклади (далі – ВНЗ), на які розповсюджуються ті ж самі правила і закони, що і на комерційні організації, які здійснюють фінансово-господарську діяльність. Для формування сучасного та позитивного іміджу ВНЗ, з'явилась необхідність використання таких маркетингових інструментів, як брендинг, бренд-білдинг та ребрендинг. Розвиток ринкової економіки і зростаюча конкуренція в сфері вищої освіти обумовлює необхідність підвищення конкурентних позицій вітчизняних ВНЗ [1, с. 53].

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Конкуренція у вищій освіті набуває глобального характеру, і основним критерієм визначення конкурентоспроможності ВНЗ є його конкурентні переваги. Концепція брендингу сприяє визначенню таких переваг та реалізації їх у процесі конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг. Концепцію брендингу вищої освіти та конкурентні переваги як напряму наукових досліджень присвячені роботи таких вчених, як І. Грищенко [4], В. Щербак [1], С. Семенюк [9], Лігідов Р.[8], Р. Фатхутдінов [10] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість праць та розробок, присвячених концепції брендингу у вищій освіті, слід зазначити що багато питань залишаються невирішеними. На думку автора, недостатня увага приділяється визначенню та реалізації конкурентних переваг вищого навчального закладу в практичній діяльності.

Постановка завдання. Дослідити теоретико-методологічну сутність дефініцій категорій брендинга, бренд-білдінга, ребрендинга. На основі даного дослідження визначити основні конкурентні переваги, які сприятимуть вищому навчальному закладу підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг серед інших навчальних закладів.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Проблема підвищення конкурентоспроможності стосується практично всіх сторін суспільного життя. Загострення конкурентної боротьби ВНЗ змушує постійно вдосконалювати теоретико-методичні та практичні підходи до навчання з метою підвищення якості освітніх послуг. Сьогодні реальний стан справ обумовлює відповідну організаційну та економічну поведінку ВНЗ на основі аналізу динамічного розвитку ринку освітніх послуг, конкуренції, інформації, знань. Тому, щоб завоювати гідне місце на освітянському ринку, потрібні інноваційні зміни з орієнтацією на споживача і забезпечення його необхідними споживчими цінностями та високим рівнем задоволення очікувань [4].

Міцні конкурентні переваги визначатимуть рівень конкурентоспроможності ВНЗ. Під конкурентними перевагами ВНЗ мають на увазі ті характеристики та властивості освітніх послуг, які створюють для ВНЗ певну перевагу над своїми прямими конкурентами (рис. 1).

На думку Р. Фатхутдінова конкурентоспроможність вузу – це його здатність: 1) готувати спеціалістів, що витримують конкурентну боротьбу на конкретному зовнішньому або внутрішньому ринку праці; 2) розробляти конкурентоздатні новинки в своїй сфері; 3) проводити ефективну політику відтворення в усіх сферах своєї діяльності[10, с. 31].

Конкурентні переваги ВНЗ, можна класифікувати по аналогії до факторів конкурентоспроможності на внутрішні та зовнішні. Зовнішні конкурентні переваги формуються завдяки факторам зовнішнього середовища: політиці держави, сприятливим станом попиту, відсутністю конкуренції і т.п. Внутрішні конкурентні переваги формуються тільки завдяки внутрішнім ресурсам (матеріальним та нематеріальним) і зусиллям самого вузу і його складових елементів [2, с. 21] (рис. 1).

Конкурентні переваги формуються в залежності від наявності певних складових, як це видно з даного рисунка. Вагомими складовими є економічні умови та правильно організована навчально-методична робота. Особливе місце в даній структурі посідають внутрішні ресурси, які поділяються на матеріальні та нематеріальні. Матеріальні ресурси охоплюють: трудові ресурси – співробітники та професорсько-викладацький склад ВНЗ, висока продуктивність праці; технологічні – ефективність використання сучасних освітніх технологій; фінансові – ефективність використання фінансових ресурсів; інформаційні – якість та актуальність інформації.

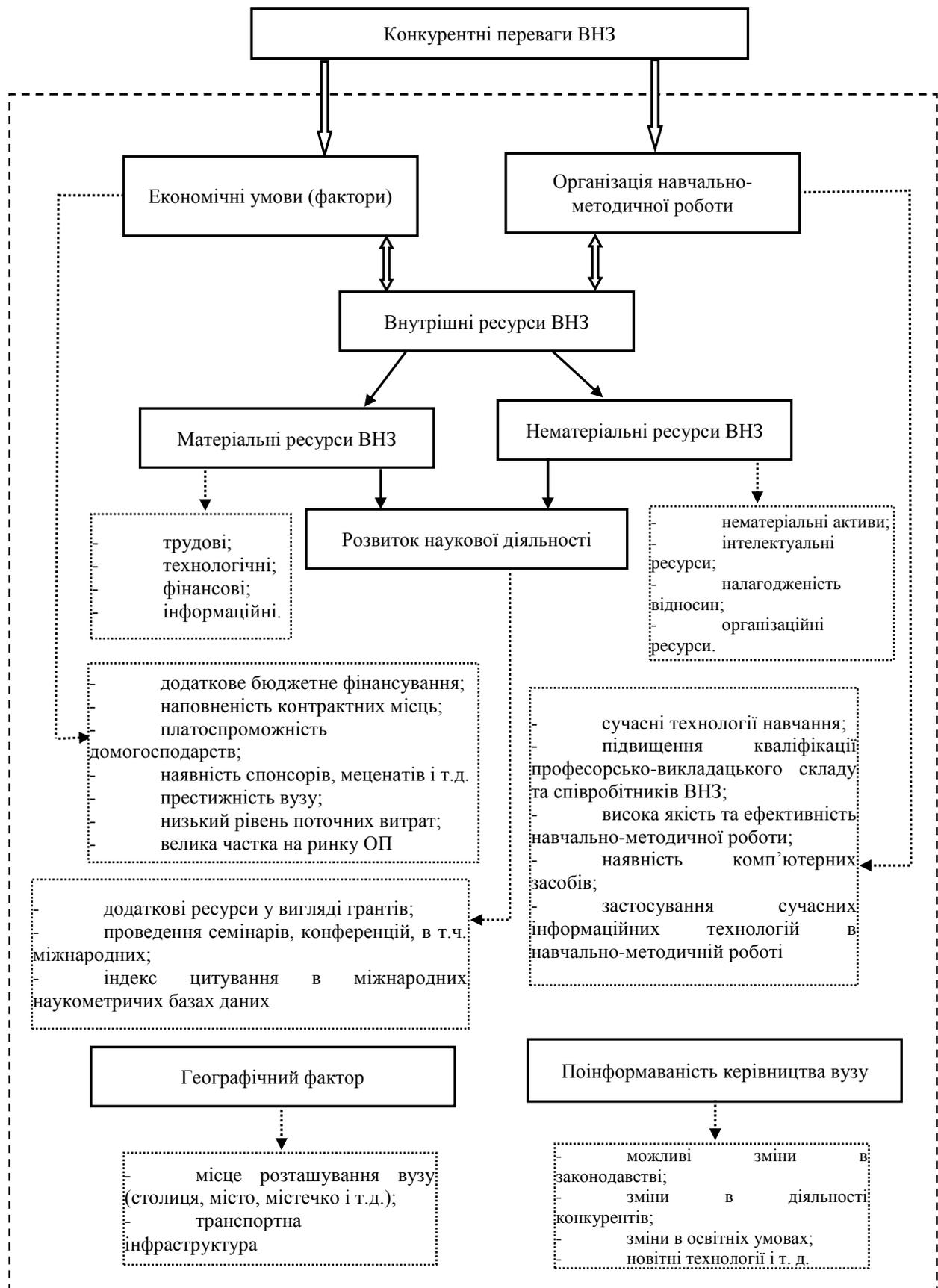


Рис. 1. Конкурентні переваги ВНЗ в залежності від характеру джерела та базових умов

Джерело: узагальнено автором на основі [2, 6, 7]

Нематеріальні ресурси включають: нематеріальні активи – бренд та його вартість, патенти, ліцензії, наявні споживачі (студенти, батьки); інтелектуальні – рівень компетенцій науково-педагогічного складу та співробітників, їх особисті якості, а також творчий та інноваційний потенціал; відносини – налагодженість контакту з потенційними споживачами; відносини з державними органами, комерційними організаціями, підприємницькими структурами, конкурентами, партнерами, підрядниками тощо; організаційні ресурси – якість управління, ефективність управлінських технологій, рівень корпоративної культури, рівень організації праці і т. д. Велике значення для престижності вузу має рівень розвитку наукової діяльності – проведення різного роду конференцій, семінарів, круглих столів, в тому числі за участю міжнародних наукових організацій або університетів; індекс Хірша науково-педагогічних працівників; можливість отримання вітчизняних та міжнародних грантів. І останні дві складові в даній структурі, але не менші за значущістю посідають географічний фактор та поінформованість керівництва вузу. Географічний фактор відіграє не останню роль у потенційних споживачів при виборі ВНЗ, особливо в іногородніх. Наявність вдалої транспортної інфраструктури позитивно відобразатиметься на конкурентних перевагах. Вчасно отримана актуальна інформація про зміни в законодавстві або зміни в діяльності конкурентів може бути відображена чи відкоригована в конкурентній стратегії ВНЗ, що може бути ефективно використана в конкурентній боротьбі на ринку освітніх послуг.

Одним із основних чинників підвищення рівня конкурентних переваг ВНЗ на ринку освітніх послуг є сприятливий імідж, тому бренд відіграє достатньо значущу роль в контексті конкурентної боротьби. Основними специфічними характеристиками освітніх послуг є невідчутність, нематеріальність, неможливість зберігання, непостійність якості, відтермінованість у прояві результатів, необхідність подальшого супроводу. Освітні послуги є найбільш невідчутними. Тому потенційний споживач при виборі ВНЗ покладається на його авторитет, імідж і бренд [9, с. 133].

Для забезпечення здійснення концепції брендингу, використовують бренд-білдинг. Іншими словами, це брендинг, вдосконалений під вимоги сьогодення. Для зміцнення позицій бренда вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг необхідно, щоб працювали всі, хто з ним стикається. Бренд-білдинг починається зсередини, з корпоративної культури і чіткого відбору науково-педагогічних кадрів. А результатом його діяльності є однакове (позитивне або негативне) враження споживачів освітніх послуг, як від самого вищого навчального закладу так і від науково-педагогічного складу [11, с. 52].

Саме вразливість бренду ВНЗ на ринку освітніх послуг, в зв'язку з жорсткою конкуренцією та великим вибором альтернативних освітніх послуг і легкістю поширення інформації є причиною появи бренд-білдингу. Існування бренду на ринку тривалий час змушує використовувати інструменти запобігання передчасного його старіння та зниження рівня іміджу – ребрендингу. Ребрендинг – зміна споживчого враження. Необхідний, коли враження від існуючого бренду застаріло і заважає ВНЗ розвиватися, в деяких випадках може мати на увазі зміну цільової аудиторії.

Концепція брендингу зарекомендувала себе як одна з найбільш перспективних ідей, що сприяють інтеграції маркетингового комунікаційного інструментарію в єдину систему. Останнім часом вітчизняні ВНЗ усе активніше звертаються у своїй діяльності до концепції брендингу з позиції посилення іміджу вищого навчального закладу. Однак застосування ідей брендингу на практиці породжує багато нових невирішених проблем, пов'язаних з розвитком методології брендингу, удосконалюванням якісних параметрів бренд-білдингу й посиленням його соціально-етичного потенціалу. Сукупність методологічного інструментарію маркетингу, яка застосовується більшістю вищих

навчальних закладів, характеризується відсутністю цілісної концепції брендингу й недостатнім дослідженням симбіозу товарної й соціальної складових брэнда. Бренди в освіті – це безумовні лідери, що володіють хорошою репутацією, підтримуваної протягом тривалого часу і орієнтовані на сталий розвиток [8].

З метою створення сприятливого відношення до вищого навчального закладу і високого іміджу брэнда з можливих засобів маркетингових комунікацій доцільно використовувати заходи Паблік рілейшнз (англ. PR) з урахуванням специфіки кожної з цільових аудиторій, що мають бути спрямованими на формування бажаної відповідної реакції цільових аудиторій – сприятливого ставлення до брэнду вищого навчального закладу і перевагу працювати, навчатися або співпрацювати з обраним вищим навчальним закладом по відношенню до інших вищих навчальних закладів [3]. Позитивний імідж вищого навчального закладу ринку освітніх послуг сприятиме підвищенню успішності випускників, що в свою чергу дозволить підвищити вартість навчання з метою збільшення обсягу інвестицій в освітній процес.

Для забезпечення високої конкурентоспроможності ВНЗ важливо забезпечувати стійкі конкурентні переваги. Існують два підходи до забезпечення стійкої конкурентної переваги. Перший – захищене позиціонування на ринку, згідно з яким стійка конкурентна перевага полягає у виборі й утриманні ринкової позиції. Стійкість даної переваги забезпечується за рахунок наступних чинників:

- унікальність конкурентної позиції ВНЗ (актуальні напрями підготовки затребувані ринком праці);
- підпорядкування всієї діяльності ВНЗ певній стратегії;
- вдало сформований портфель освітніх послуг.

Другий підхід – створення унікальної науково-ресурсної бази ВНЗ, коли стійкі конкурентні переваги забезпечуються внутрішніми ресурсами ВНЗ, захищеними від копіювання (унікальний бібліотечний фонд, власний фаховий журнал різних серій, міжнародний індекс цитування тощо).

В сучасних економічних умовах особливу увагу слід приділяти розвитку конкурентних переваг, заснованих на нематеріальних цінностях, так як за їх рахунок можливе придбання і матеріальних конкурентних переваг. Конкуренція на сучасному ринку освітніх послуг підвищує вимоги до управління вищим навчальним закладом, що потребує швидкої реакції керівництва на зміни у зовнішньому середовищі. Управління ВНЗ у таких умовах невід’ємно пов’язане із необхідністю постійного прийняття рішень з метою забезпечення конкурентоспроможності освітніх послуг на ринку, формування раціональної організаційної структури, реалізації кадрової політики, створення позитивного іміджу, забезпечення ефективності діяльності в цілому [5, с. 32].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Провівши дослідження можна стверджувати, що концепція брендингу формувалася і удосконалювалася впродовж століття. І зазнавши трансформацій, від способів поліпшення якостей товару до впровадження практичного маркетингу із застосуванням сучасних технологій з управління іміджем та репутацією, стала глибоко складною концептуальною структурою, яка побудована на основі взаємодії споживачів з брэндом товару (послуги, компанії, підприємства). Брендинг неймовірно важливий для обґрунтування ціни, залучення нових і утримання наявних споживачів і в кінцевому рахунку, підвищення конкурентоспроможності шляхом створення позитивного іміджу. Нині, коли у гострій глобальній конкуренції вищі навчальні заклади мають просувати себе ще більш ефективно, ніж раніше, йдеться про важливість розробки стратегії брендингу і цілеспрямоване вибудовування брэнду вишу з урахуванням потреб ринку і довгострокових цілей самого навчального закладу.

**Література**

1. Shcherbak V. Genesis of creation and development of brand-capital of Kyiv national university of technologies and design/ V. Shcherbak. – Journal "Management ", issue 23. – 2016. – С. 48 – 61.
2. Белинская М. Н. Факторы оценки конкурентоспособности государственных вузов / М.Н. Белинская // Вестник СамГУ. – 2013. – №1 (102). – С. 20 – 26.
3. Глухенька Н. В. Значення засобів PR для створення корпоративного іміджу / Глухенька Надія Валеріївна / Наукові конференції / Національний Технічний Університет України «Київський Політехнічний Інститут» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intkonf.org>
4. Грищенко І. М. Деякі економічні аспекти підвищення якості вищої освіти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/OD/2012\\_5/gryshchenko5.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/OD/2012_5/gryshchenko5.pdf)
5. Грищенко, І. М. Підвищення ефективності діяльності вищих навчальних закладів як передумова забезпечення потреб ринку праці. /, І. М. Грищенко, Н. В. Цимбаленко, Т. М. Нефедова. Ринок праці та зайнятість населення №2. – 2015. С. 32 – 35.
6. Келічавий А. В. Еволюція в конкуренції в інноваційній економіці: дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.01 [Електронний ресурс] / А. В. Келічавий; Державний вищий навчальний заклад КНЕУ ім. В. Гетьмана. – Київ, 2012. – 187 с.
7. Крючкова Ж. В. Сутність конкуренції і конкурентоспроможності аграрних підприємств як економічних категорій // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №12. – С. 49 – 53.
8. Лигидов Р. М. Бренд как фактор повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг / Р. М. Лигидов, Е. О. Таппасханова, А. Ю. Дотдаева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.; [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17020>
9. Семенюк С. Брендинг вищого навчального закладу / С. Семенюк // Галицький економічний вісник. – 2013. – №3(42). – С. 133 – 138 – (фінансово-обліково-аналітичні аспекти).
10. Фатхутдинов Р. Управление конкурентоспособностью вуза // Высшее образование в России. – 2006. – № 9. – С. 37 – 38.
11. Shcherbak V. < Formation and development of brand equity of higher education institution. / V. Shcherbak, S. Marchenko // Journal "Actual problems of economy". – 2016. – № 6. – С. 208–213

**References**

1. Shcherbak V. Genesis of creation and development of brand-capital of Kyiv national university of technologies and design/ V. Shcherbak. – Journal "Management ", issue 23. – 2016. – С. 48 – 61.
2. Belinskaya M. N. Faktory otsenki konkurentosposobnosti gosudarstvennykh vuzov / M.N. Belinskaya // Vestnik SamGU. – 2013. – №1 (102). – S. 20 – 26.
3. Hlukhen'ka N. V. Znachennya zasobiv PR dlya stvorennya korporatyvnoho imidzhu / Hlukhen'ka Nadiya Valeriyivna / Naukovi konferentsiyi / Natsional'nyy Tekhnichnyy Universytet Ukrayiny «Kyuyivs'kyu Politekhnichnyy Instytut» – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.intkonf.org>

4. Hryshchenko I. M. Deyaki ekonomichni aspekty pidvyshchennya yakosti vyshchoyi osvity. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/OD/2012\\_5/gryshchenko5.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/OD/2012_5/gryshchenko5.pdf)
5. Hryshchenko, I. M. Pidvyshchennya efektyvnosti diyal'nosti vyshchykh navchal'nykh zakladiv yak peredumova zabezpechennya potreb rynku pratsi. /, I. M. Hryshchenko, N. V. Tsymbalenko, T. M. Nefedova. Rynok pratsi ta zaynyatist' naselelnya №2. – 2015. S. 32 – 35.
6. Kelichavyy A. V. Evolyutsiya v konkurentsii v innovatsiyniy ekonomitsi: dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: 08.00.01 [Elektronnyy resurs] / A. V. Kelichavyy; Derzhavnyy vyshchyy navchal'nyy zaklad KNEU im. V. Het'mana. – Kyiv, 2012. – 187 s.
7. Kryuchkova Zh. V. Sutnist' konkurentsii i konkurentospromozhnosti ahrarnykh pidpryyemstv yak ekonomichnykh katehoriy // Investytsiyi: praktyka ta dosvid. – 2016. – №12. – S. 49 – 53.
8. Ligidov R. M. Brend kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti vuza na rynke obrazovatel'nykh uslug / R. M. Ligidov, E. O. Tappaskhanova, A. Yu.Dotdaeva // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya. – 2014. – № 6.;[Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17020>
9. Semenyuk S. Brendynh vyshchoho navchal'noho zakladu / S. Semenyuk // Halyts'kyy ekonomichnyy visnyk. – 2013. – №3(42). – S. 133 – 138 – (finansovo-oblikovo-analitychni aspekty).
10. Fatkhutdinov R. Upravlenie konkurentosposobnost'yu vuza // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2006. – № 9. – S. 37 – 38.
11. Shcherbak V. Formation and development of brand equity of higher education institution. / V. Shcherbak, S. Marchenko // Journal "Actual problems of economy". – 2016. – № 6. – C. 208–213.

УДК 338.24:330.143

**Наталія С. Беляєва**

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**РОЗРАХУНОК ВПЛИВУ ЕЛЕМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ДОВИРОБНИЧОГО  
ЕТАПУ НА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ**

*У статті проаналізовано вплив такого функціонального фактора, як маркетинг довиробничого етапу, в контексті обґрунтування виробничої потужності отримуваним маржинальним доходом з точки зору сучасних умов ведення бізнесу та умов забезпечення прибутковості. Побудовано економіко-математичну модель визначення такого плану запуску сировини відповідно завантаження потужностей цехів, за якого досягається максимум маржинального доходу.*

**Ключові слова:** *бізнес, прибутковість, виробнича потужність, економіко-математичне моделювання, маржинальний дохід, завантаження потужностей, управління витратами.*

**Наталья С. Беляева**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**РАСЧЕТ ВЛИЯНИЯ ЭЛЕМЕНТОВ МАРКЕТИНГА ДОПРОИЗВОДСТВЕННОГО  
ЭТАПА НА ВЕДЕНИЕ БИЗНЕСА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ**

*В статье проанализировано влияние такого функционального фактора, как маркетинг допроизводственного этапа, в контексте обоснования производственной мощности получаемым маржинальным доходом с точки зрения современных условий ведения бизнеса и условий обеспечения прибыльности. Построена экономико-математическая модель определения такого плана запуска сырья и соответственно загрузки мощностей цехов, при котором достигается максимум маржинального дохода.*

**Ключевые слова:** *бизнес, прибыльность, производственная мощность, экономико-математическое моделирование, маржинальный доход, загрузки мощностей, управление затратами.*

**Nataliia S. Bieliaieva**

*Kyiv National University of Technology and Design*

**CALCULATION OF THE MARKETING PRE-PRODUCTION STAGE ELEMENTS  
INFLUENCE ON DOING BUSINESS AND ENSURING PROFITABILITY**

*The article analyzes the impact of such functional factor as marketing of the pre-production stage, in the context of grounding the production capacity by a profit margin from the perspective of current trends of doing business and conditions to ensure profitability. An economic and mathematical model is built determining the pattern of launching raw materials plan and, consequently, the capacity utilization, which provides the maximum profit margin.*

**Keywords:** *business, profitability, production capacity, economic modelling, profit margin, capacity utilization, cost management.*

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** В умовах сучасного ведення бізнесу важливу роль відіграють обрані методи управління господарських структур, вдале використання яких може забезпечити адаптацію підприємства до наявних умов здійснення підприємницької (виробничої) діяльності, сприяти формуванню та реалізації цільових програм розвитку діяльності і, врешті-решт, забезпечити стійке функціонування підприємства у довгостроковій перспективі, в тому числі забезпечення його прибутковості.

Особливо актуальним в даному контексті є таке управління елементами маркетингу довиробничого етапу, що передбачає повне використання виробничих потужностей підприємства, як на етапі планування, так і безпосередньо під час ведення діяльності, що надає можливість скорочувати частину витрат та, таким чином, впливати на отримуваний фінансовий результат.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Серед акторів, що найкраще висвітлили окреслені питання можна назвати Б.В. Воскресенського [1] та Л.Д. Ревуцького [2], які розглянули питання класифікації чинників формування й використання виробничої потужності з урахуванням капіталоємності виробництва. Дослідженню процесів формування виробничих потужностей промислових підприємств присвячені роботи українських учених, таких як В.П. Москаленко [3], В.Н. Цуглевич [4], І.Б. Швець [5]. Серед сучасних авторів варто відзначити праці Л.О. Болтянської [6] та В.М. Тебенко [7], які наголосили, що повне використання потужностей підприємства варто враховувати навіть тоді, коли підприємство обирає інноваційний розвиток своєї діяльності.

**Невирішені частини дослідження.** В той же час, відсутні праці щодо реального розрахунку впливу використання виробничих потужностей діючих підприємств на отримуваний фінансовий результат, а також на можливість скорочення ряду витрат.

**Метою статті є** розв'язок економіко-математичної моделі задачі оптимального завантаження потужностей конкретного підприємства в рамках розрахунку впливу елементів маркетингу довиробничого етапу для ведення бізнесу та забезпечення прибутковості господарської структури.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Кінцевим блоком системи стратегічного управління витратами перед реалізацією загальної стратегії підприємства (згідно із розробленою системою стратегічного управління витратами [8, С. 131]) є реалізація стратегії функціонального рівня, що, по суті, в рамках стратегії виробництва функціонального рівня передбачає здійснення аналізу витратоформуючих факторів – останнього блоку концепції стратегічного управління витратами, – а саме такого функціонального фактора, як маркетинг довиробничого етапу в контексті обґрунтування виробничої потужності (структурний фактор) отримуваним маржинальним доходом (покриття постійних витрат) (фінансово-економічний фактор).

При формуванні виробничої програми в умовах обмежених виробничих потужностей (структурний фактор), наприклад, людино-годин або машино-годин, часто доводиться вибирати певні види продукції, які забезпечують найбільший прибуток. В такому випадку, щоб визначити, який продукт або продукцію виробляти (продавати) (функціональний фактор) з метою максимізації прибутку, слід використовувати маржинальний підхід (фінансово-економічний фактор).

Оскільки стратегія планування діяльності на тривалий період має здатність переходити від абстракції до конкретики у вигляді конкретизованих планів для функціональних підрозділів (стратегічне управління на функціональному рівні), обґрунтуємо цей момент на рівні цехів підприємства. Таким чином, виробнича потужність промислового підприємства визначається за потужністю основних цехів, потужність цехів – за потужністю основних дільниць, потужність дільниць – за потужністю основного устаткування.

Модель побудована на даних підприємства шкіряної промисловості ПАТ «Чинбар» (за рахунок його значних виробничих потужностей, що сприятиме більш повному аналізу); його наявні основні виробничі цехи – відмочно-зольний, дубильний та цех, що виконує фарбувально-жировальні й оздоблювальні процеси.

Особливості процесів, що впливають на потужність шкіряного підприємства детально нами описані в праці [9, С. 15-18]. Зокрема, в зазначеній праці для побудови

економіко-математичної (ЕМ) моделі описуються умовні позначення, умови, обмеження, цільова функція та умова невід'ємності змінних.

Постановка задачі зводиться до визначення такого плану запуску сировини і відповідно завантаження потужностей цехів, за якого досягається максимум маржинального доходу.

Таким чином, будемо ЕМ модель для шкірзаводу ПАТ «Чинбар». Модель передбачає, що на підприємстві є три виробництва:

виробництво № 1 – шкіра для верху взуття Нубук (шкіра для верху взуття барабанного фарбування, з підшліфованою лицьовою поверхнею, гладка або з художнім тисненням);

виробництво № 2 – шкіра для верху взуття Вітязь (шкіра для верху взуття барабанного фарбування, з шліфованою лицьовою поверхнею, підвищеної еластичності, пом'ята в барабані, з декоративною нарізкою);

виробництво № 3 – шкіра для верху взуття Каскад (шкіра з підшліфованою лицьовою поверхнею, з полуаніліновим покриттям, розгладжена пилоподібною плитою).

Добова потужність відмочно-зольного, дубильного й оздоблювального цехів підприємства наведена в табл. 1. Інші дані, необхідні для побудови ЕМ моделі оптимізації завантаження потужностей цехів ПАТ «Чинбар», наведені в табл. 2.

Добова потужність спилкового цеху для всіх видів сировини становить 95500 дм<sup>2</sup>.

Припустимо, що запаси сировини зазначених видів не обмежені. Для побудови ЕМ моделі введемо змінні:

$x_{1j}$  – кількість сировини ялівки середньої ( $\alpha = 1$ ), що запускається у виробництво №1 ( $j = 1$ );

$x_{12}$  – кількість сировини ялівки важкої ( $\alpha = 2$ ), що запускається у виробництво № 1 ( $j = 1$ );

$x_{13}$  – кількість сировини бичини легкої ( $\alpha = 3$ ), що запускається у виробництво № 1 ( $j = 1$ );

$x_{14}$  – кількість сировини бичини важкої ( $\alpha = 4$ ), що запускається у виробництво № 1 ( $j = 1$ );

$x_{21}, x_{22}, x_{23}, x_{24}$  – кількість сировини відповідно ялівки середньої, ялівки важкої та бичини легкої і важкої, що запускаються у виробництві № 2 ( $j = 2$ );

$x_{31}, x_{32}, x_{33}, x_{34}$  – кількість сировини відповідно ялівки середньої, ялівки важкої та бичини легкої і важкої, що запускаються у виробництві № 3 ( $j = 3$ ).

Наступним кроком необхідно визначити перевідні коефіцієнти потужності цехів (табл. 3). Для цього добова потужність цехів при переробці ялівки середньої буде прийнята за одиницю.

Перевідний коефіцієнт (коефіцієнт сполученості) визначається відношенням потужності провідного цеху до потужності інших цехів, у т. ч. до пропускної здатності допоміжних і обслуговуючих виробництв. Цей коефіцієнт дозволяє виявити «проблемні» місця і розробити заходи щодо їх усунення [10]. **Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с. 74]. Тоді ЕМ модель задачі буде мати такий вигляд:

I блок:

$$1. 1235x_{11} + 0,82*1150x_{12} + 1,091*1197x_{13} + 0,856*1073 x_{14} + W_1^B = 19750;$$

$$2. 1235x_{21} + 1,407*1150x_{22} + 1,033*1197x_{23} + 1,35*1073 x_{24} + W_2^B = 24760;$$

$$3. 1235x_{31} + 0,965*1150x_{32} + 1,922*1197x_{33} + 1,699*1073 x_{34} + W_3^B = 27027;$$

II блок:

$$4. 1235x_{11} + 0,746*1150x_{12} + 0,948*1197x_{13} + 0,872*1073 x_{14} + W_1^A = 14090;$$

$$5. 1235x_{21} + 1,233*1150x_{22} + 1,009*1197x_{23} + 1,147*1073 x_{24} + W_2^A = 17420;$$

$$6. 1235x_{31} + 0,979*1150x_{32} + 1,246*1197x_{33} + 1,17*1073 x_{34} + W_3^A = 17400;$$

Таблиця 1

**Добова потужність цехів підприємства з виробництва шкіри ПАТ «Чинбар»**

Вид сировини	Потужність								
	відмочно-зольного цеху, кг			дубильного цеху, кг			оздоблювального цеху, дм <sup>2</sup>		
	виробництва № 1	виробництва № 2	виробництва № 3	виробництва № 1	виробництва № 2	виробництва № 3	виробництва № 1	виробництва № 2	виробництва № 3
Ялівка середня	19750	24760	27027	14090	17420	17400	91305	93200	95080
Ялівка важка	24080	17600	28000	18890	14130	17770	92050	91050	99180
Бичина легка	18096	23960	14063	14870	17260	13960	93540	95560	92010
Бичина важка	23074	18680	15910	16150	15190	14870	93105	93540	86600

Таблиця 2

**Вихідні дані для побудови ЕМ моделі оптимізації завантаження потужностей цехів ПАТ «Чинбар»**

	Плановий вихід готової шкіри з сировини, дм <sup>2</sup>	Плановий вихід спилку з сировини, дм <sup>2</sup>	Маржинальний дохід на 100 кг сировини, грн.
Ялівка середня	1235	394	3416,67
Ялівка важка	1150	418	3750,00
Бичина легка	1197	405	3466,67
Бичина важка	1073	426	4083,33

Таблиця 3

Перевідні коефіцієнти потужності за видами сировини

Оздоблювального цеху				
Вироб-ництво	Ялівка середня	Ялівка важка	Бичина легка	Бичина важка
№ 1	$\eta_{11}^{o3} = 1$	$\eta_{12}^{o3} = \frac{P_{11}^{o3}}{P_{12}^{o3}} = \frac{91305}{92050} = 0,992$	$\eta_{13}^{o3} = \frac{P_{11}^{o3}}{P_{13}^{o3}} = \frac{91305}{93540} = 0,976$	$\eta_{14}^{o3} = \frac{P_{11}^{o3}}{P_{14}^{o3}} = \frac{91305}{93105} = 0,981$
№ 2	$\eta_{21}^{o3} = 1$	$\eta_{22}^{o3} = \frac{P_{21}^{o3}}{P_{22}^{o3}} = \frac{93200}{91050} = 1,024$	$\eta_{23}^{o3} = \frac{P_{21}^{o3}}{P_{23}^{o3}} = \frac{93200}{95560} = 0,975$	$\eta_{24}^{o3} = \frac{P_{21}^{o3}}{P_{24}^{o3}} = \frac{93200}{93540} = 0,996$
№ 3	$\eta_{31}^{o3} = 1$	$\eta_{32}^{o3} = \frac{P_{31}^{o3}}{P_{32}^{o3}} = \frac{95080}{99180} = 0,959$	$\eta_{33}^{o3} = \frac{P_{31}^{o3}}{P_{33}^{o3}} = \frac{95080}{92010} = 1,033$	$\eta_{34}^{o3} = \frac{P_{31}^{o3}}{P_{34}^{o3}} = \frac{95080}{86600} = 1,098$
Відмочно-зольного цеху				
№ 1	$\eta_{11}^6 = 1$	$\eta_{12}^6 = \frac{P_{11}^6}{P_{12}^6} = \frac{19750}{24080} = 0,82$	$\eta_{13}^6 = \frac{P_{11}^6}{P_{13}^6} = \frac{19750}{18096} = 1,091$	$\eta_{14}^6 = \frac{P_{11}^6}{P_{14}^6} = \frac{19750}{23074} = 0,856$
№ 2	$\eta_{21}^6 = 1$	$\eta_{22}^6 = \frac{P_{21}^6}{P_{22}^6} = \frac{24760}{17600} = 1,407$	$\eta_{23}^6 = \frac{P_{21}^6}{P_{23}^6} = \frac{24760}{23960} = 1,033$	$\eta_{24}^6 = \frac{P_{21}^6}{P_{24}^6} = \frac{24760}{18680} = 1,325$
№ 3	$\eta_{31}^6 = 1$	$\eta_{32}^6 = \frac{P_{31}^6}{P_{32}^6} = \frac{27027}{28000} = 0,965$	$\eta_{33}^6 = \frac{P_{31}^6}{P_{33}^6} = \frac{27027}{14063} = 1,922$	$\eta_{34}^6 = \frac{P_{31}^6}{P_{34}^6} = \frac{27027}{15910} = 1,699$
Дубильного цеху				
№ 1	$\eta_{11}^{\partial} = 1$	$\eta_{12}^{\partial} = \frac{P_{11}^{\partial}}{P_{12}^{\partial}} = \frac{14090}{18890} = 0,746$	$\eta_{13}^{\partial} = \frac{P_{11}^{\partial}}{P_{13}^{\partial}} = \frac{14090}{14870} = 0,948$	$\eta_{14}^{\partial} = \frac{P_{11}^{\partial}}{P_{14}^{\partial}} = \frac{14090}{16150} = 0,872$
№ 2	$\eta_{21}^{\partial} = 1$	$\eta_{22}^{\partial} = \frac{P_{21}^{\partial}}{P_{22}^{\partial}} = \frac{17420}{14130} = 1,233$	$\eta_{23}^{\partial} = \frac{P_{21}^{\partial}}{P_{23}^{\partial}} = \frac{17420}{17260} = 1,009$	$\eta_{24}^{\partial} = \frac{P_{21}^{\partial}}{P_{24}^{\partial}} = \frac{17420}{15190} = 1,147$
№ 3	$\eta_{31}^{\partial} = 1$	$\eta_{32}^{\partial} = \frac{P_{31}^{\partial}}{P_{32}^{\partial}} = \frac{17400}{17770} = 0,970$	$\eta_{33}^{\partial} = \frac{P_{31}^{\partial}}{P_{33}^{\partial}} = \frac{17400}{13960} = 1,246$	$\eta_{34}^{\partial} = \frac{P_{31}^{\partial}}{P_{34}^{\partial}} = \frac{17400}{14870} = 1,170$

III блок:

$$7. 1235x_{11} + 0,992*1150x_{12} + 0,976*1197x_{13} + 0,981*1073 x_{14} + W_1^{03} = 91305;$$

$$8. 1235x_{21} + 1,024*1150x_{22} + 0,975*1197x_{23} + 0,996*1073 x_{24} + W_2^{03} = 93200;$$

$$9. 1235x_{31} + 0,959*1150x_{32} + 1,033*1197x_{33} + 1,098*1073 x_{34} + W_3^{03} = 95080;$$

Перший, другий та третій блоки рівностей свідчать, що завантаження відповідних цехів виробництва №1, 2 та 3 відповідно не може перевищувати їх потужності. Змінна  $W_j^a$  – можлива не використовувана частина потужності цехів.

IV блок:

$$10. 394x_{11} + 418x_{12} + 405x_{13} + 426x_{14} + 394x_{21} + 418x_{22} + 405x_{23} + 426x_{24} + 394x_{31} + 418x_{32} + 405x_{33} + 426x_{34} + W_s = 95500.$$

Четвертий блок показує, що завантаження спилкового цеху не має перевищувати його потужності.

V. Цільова функція:

$$\max L = 3416,67x_{11} + 3750x_{12} + 3466,67x_{13} + 4083,33 x_{14} + 3416,67x_{21} + 3750x_{22} + 3466,67x_{23} + 4083,33 x_{24} + 3416,67x_{31} + 3750x_{32} + 3466,67x_{33} + 4083,33x_{34}$$

П'ятий блок відображає цільову функцію, що вказує на визначення такого плану запуску сировини та відповідно завантаження потужностей цехів, за якого досягається максимум маржинального доходу.

VI. Додаткові обмеження:

$$x_{11} \geq 0; x_{12} \geq 0; x_{13} \geq 0; x_{14} \geq 0;$$

$$x_{21} \geq 0; x_{22} \geq 0; x_{23} \geq 0; x_{24} \geq 0;$$

$$x_{31} \geq 0; x_{32} \geq 0; x_{33} \geq 0; x_{34} \geq 0;$$

$$W_1^e \geq 0; W_2^e \geq 0; W_3^e \geq 0;$$

$$W_1^d \geq 0; W_2^d \geq 0; W_3^d \geq 0;$$

$$W_1^{03} \geq 0; W_2^{03} \geq 0; W_3^{03} \geq 0.$$

Додаткові обмеження (шостий блок) свідчать, що кількість сировини виду  $\alpha$ , що витрачається за всіма виробництвами не повинна перевищувати наявних ресурсів. ЕМ модель задачі матрично-векторній формі розроблена та наведена в табл. 4. На рис. 1 наведено отриманий оптимальний план за допомогою застосування надбудови «Поиск решения» в процесорі Microsoft Excel. Таким чином, з оптимального рішення випливає, що ПАТ «Чинбар» необхідно замочувати 1643 кг ялівки важкої у виробництві №1, 1415 кг бичини важкої у виробництві №2 та 1386 кг бичини важкої у виробництві №3. На даний час ненавантаженими є потужності: відмочно-зольного цеху у виробництві №1 на 4264 дм<sup>2</sup>, оздоблюваного цеху виробництва №1 на 72568 дм<sup>2</sup>, відмочно-зольного цеху у виробництві №2 на 4255 дм<sup>2</sup>, оздоблюваного цеху виробництва №2 на 78072 дм<sup>2</sup>, відмочно-зольного цеху у виробництві №3 на 1752 дм<sup>2</sup>, оздоблюваного цеху виробництва №3 на 78748 дм<sup>2</sup>, спилкового цеху на 76701 дм<sup>2</sup>. Згідно з постановкою задачі необхідно дізнатися такий план запуску сировини та відповідно завантаження потужностей цехів, за якого досягається максимум маржинального доходу. Відповідно за заданих умов виробництва маржинальний дохід становитиме 175,98 тис. грн. Оскільки на даний час підприємство зазнає збитків, необхідно провести такий аналіз за всією продукцією та на основі цього обрати оптимальний асортимент. Проведений аналіз завантаження потужностей цехів шкіряного підприємства «Чинбар» дозволяє зробити висновок, що підприємство в цілому зазнає збитку через неправильне завантаження наявних потужностей, у т. ч. через те, що устаткування простоє, оскільки є незавантажені потужності. Таким чином, основними шляхами поліпшення використання виробничих потужностей шкіряного заводу можна визначити такі:



- технічне вдосконалення машин, механізмів, устаткування (реконструкція на базі нової техніки, використання прогресивних технологічних процесів, модернізація обладнання, розвиток раціоналізаторського руху);
- оптимальне завантаження устаткування та виробничих площ (прискорення термінів досягнення проектної продуктивності техніки, забезпечення пропорційності між потужностями окремих цехів і дільниць, наукова організація праці та виробництва, раціональне використання виробничих площ);
- збільшення часу роботи машин, механізмів, устаткування (введення в дію невстановленого обладнання, підвищення коефіцієнта змінності, ліквідація внутрішньозмінних простоїв, скорочення часу перебування в ремонті).

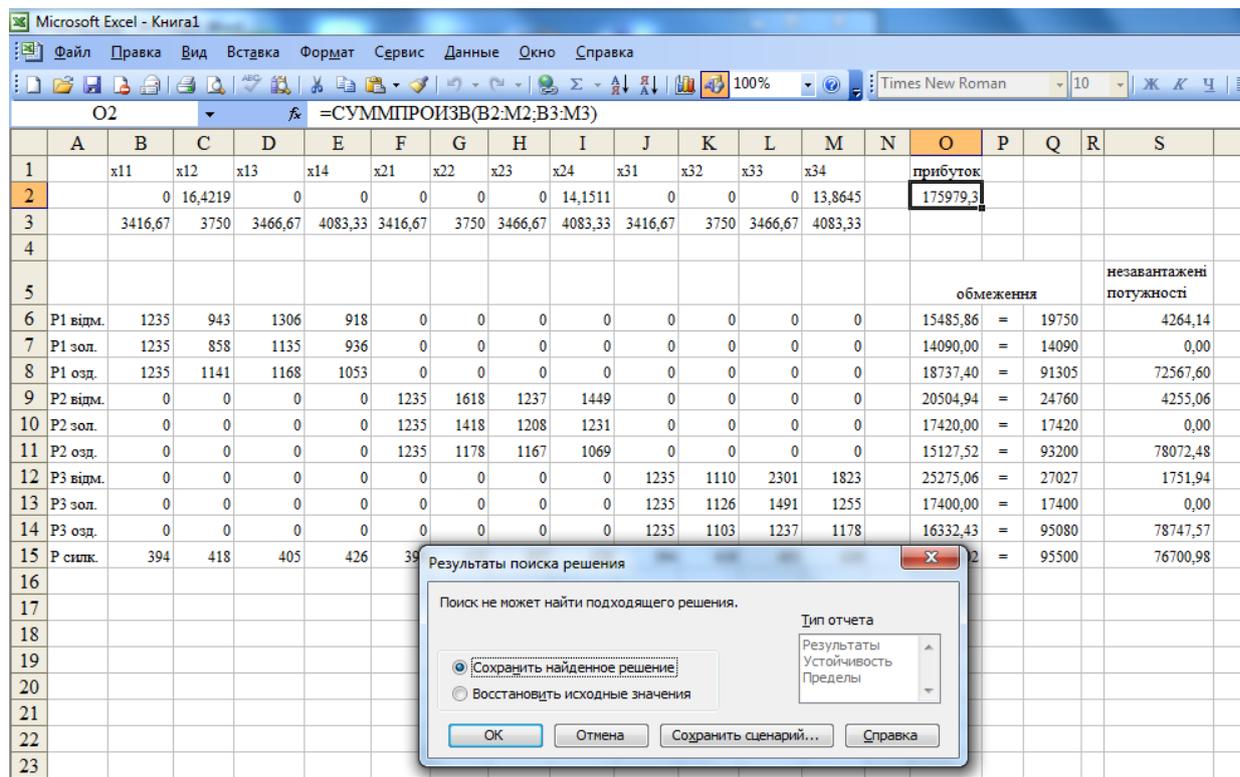


Рис. 1. Результат застосування надбудови «Поиск решения» в табличному процесорі Microsoft Excel для вирішення економіко-математичної моделі задачі оптимального завантаження потужностей цехів шкірзаводу «Чинбар»

Проведення зазначених заходів є необхідним, оскільки, в цілому, від виробничої потужності залежить ступінь задоволення ринкового попиту, що може змінюватися від обсягу, номенклатури й асортименту продукції, тому виробнича потужність має передбачати гнучкість усіх технологічних операцій – здатність та можливість вчасно перебудувати виробничий процес залежно від зростання конкурентоспроможності продукції, зміни обсягу, номенклатури й асортименту. Крім того, на цей процес впливає також і необхідність перегляду встановлених цін у відповідь на зміни в ціновій політиці конкурентів. У такому випадку, при визначенні ціни на продукт слід застосовувати більш точні методи розрахунку та використовувати більш детальну аналітичну інформацію підприємства.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Здійснені розрахунки свідчать про реальну доцільність взаємозв'язку повного використання виробничих потужностей підприємства для скорочення недоцільних витрат та забезпечення стабільного

фінансового результату. В той же час, варто пам'ятати, що приведені розрахунки є лише одним з елементів маркетингу довірочного етапу, тому для надання повноцінної оцінки щодо діяльності структури та обрання найбільш ефективних методів управління у конкретній ситуації необхідно розглянути весь комплекс у сукупності.

### Література

1. Інфраструктура товарного ринку: [навч. посіб.] / [під ред. І.В. Сороки]. – К.: НМЦВО МОіН України, НВФ «Студцентр», 2002. – 608 с. – ISBN 966-7530-19-1.
2. Ревуцкий Л.Д. Производственная мощность, продуктивность и экономическая активность предприятия. Оценка, управленческий учет и контроль / Л.Д. Ревуцкий. – М.: Перспектива, 2002. – 240 с. – ISBN 5-88045-061-9.
3. Москаленко В.П. Экономический механизм повышения эффективности производства на предприятии / В.П. Москаленко. – М.: Машиностроение, 1982. – 145 с.
4. Цуглевич В.Н. Корпоративный менеджмент в условиях нестабильного рынка / В.Н. Цуглевич. – М.: Экзамен, 2003. – 318 с. – ISBN 5-94692-159-2.
5. Швец И.Б. Управление производственными мощностями: методология, оценки, учет / И.Б. Швец; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1998. – 288 с. – ISBN 96602-0745-X.
6. Економіка підприємства: навчальний посібник / Л.О.Болтянська, Л.О.Андрєєва, О.І. Лисак. – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 668 с.
7. Тебенко В.М. Економіка та організація інноваційної діяльності: [навч. посібн.] / В.М. Тебенко. – 1 вид. – Вид-во: ВПЦ «Люкс», 2014. – 302 с.
8. Беляєва Н. С. Формування системи стратегічного управління витратами в розрізі забезпечення економічних вигід підприємства в сучасних умовах функціонування / Н. С. Беляєва, І. А. Ігнат'єва // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих учених: Гуманітарний та інноваційний ракурс професійної майстерності: пошуки молодих учених. – О.: Міжнародний гуманітарний університет, 2015. – С. 98 – 103
9. Беляєва Н. С. Економіко-математичне моделювання оптимізації завантаження виробничих потужностей в шкіряній промисловості / Н. С. Беляєва // Матеріали I Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції: Детермінанти сталого розвитку організацій в умовах глобалізації. – Д.: НГУ, 2015. – С. 14 – 19.
10. Сухарев О. С. Экономико-математические модели и методы обоснования хозяйственных решений / О. С. Сухарев. – М.: Изд-во Российской таможенной академии. – 2013. – 182 с.

### References

1. Infrastruktura tovarnoho rynku: [navch. posib.] / [pid red. I.V. Soroky]. – K.: NMTsVO MOiN Ukrayiny, NVF «Studtsentr», 2002. – 608 s. – ISBN 966-7530-19-1.
2. Revutskiy L.D. Proizvodstvennaya moshchnost', produktivnost' i ekonomicheskaya aktivnost' predpriyatiya. Otsenka, upravlencheskiy uchet i kontrol' / L.D. Revutskiy. – M.: Perspektiva, 2002. – 240 s. – ISBN 5-88045-061-9.
3. Moskalenko V.P. Ekonomicheskiy mekhanizm povysheniya effektivnosti proizvodstva na predpriyatii / V.P. Moskalenko. – M.: Mashinostroenie, 1982. – 145 s.
4. Tsuglevich V.N. Korporativnyy menedzhment v usloviyakh nestabil'nogo rynka / V.N. Tsuglevich. – M.: Ekzamen, 2003. – 318 s. – ISBN 5-94692-159-2.

5. Shvets I.B. Upravlenie proizvodstvennymi moshchnostyami: metodologiya, otsenki, uchet / I.B. Shvets; NAN Ukrainy, In-t ekonomiki prom-sti. – Donetsk: IEP NAN Ukrainy, 1998. – 288 s. – ISBN 966–02-0745-Kh.
6. Ekonomika pidpryyemstva: navchal'nyy posibnyk / L.O.Boltyans'ka, L.O.Andryeyeva, O.I. Lysak. – Kherson: OLDI-PLYuS, 2015. – 668 s.
7. Tebenko V.M. Ekonomika ta orhanizatsiya innovatsiynoi diyal'nosti: [navch. posibn.] / V.M. Tebenko. – 1 vyd. – Vyd-vo: VPTs «Lyuks», 2014. – 302 s.
8. Byelyayeva N. S. Formuvannya systemy stratehichnoho upravlinnya vytratamy v rozrizi zabezpechennya ekonomichnykh vyhid pidpryyemstva v suchasnykh umovakh funktsionuvannya / N. S. Byelyayeva, I. A. Ihnat'yeva // Materialy I Mizhnarodnoi naukovopraktychnoyi konferentsiy studentiv, aspirantiv ta molodykh uchenykh: Humanitarnyy ta innovatsiynyy rakurs profesiynoyi maysternosti: poshuky molodykh uchenykh. – O.: Mizhnarodnyy humanitarnyy universytet, 2015. – S. 98 – 103
9. Byelyayeva N. S. Ekonomiko-matematychne modelyuvannya optymizatsiyi zavantazhennya vyrobnychkykh potuzhnostey v shkiryanii promyslovosti / N. S. Byelyayeva // Materialy I Mizhnarodnoi naukovopraktychnoyi internet-konferentsiyi: Determinanty staloho rozvytku orhanizatsiy v umovakh hlobalizatsiyi. – D.: NHU, 2015. – S. 14 – 19.
10. Sukharev O. S. Ekonomiko-matematicheskie modeli i metody obosnovaniya khozyaystvennykh resheniy / O. S. Sukharev. – M.: Izd-vo Rossiyskoy tamozhennoy akademii. – 2013. – 182 s.

УДК 658.511

**Андрій А. Герасимчук**

*Житомирський державний університет імені Івана Франка*

**Наталія А. Герасимчук**

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ КАТЕГОРІЙ «ПІДПРИЄМНИЦТВО» І  
«ПІДПРИЄМЕЦЬ» ЗА МАТЕРІАЛАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ  
ДЖЕРЕЛ**

*У статті проведено порівняльний аналіз категорій «підприємництво» і «підприємець» за матеріалами вітчизняних та зарубіжних джерел. Доведено, що центральною фігурою в підприємницькій діяльності є підприємець, для якого підприємництво перетворюється у спосіб життя, стає внутрішнім спонукальним мотивом, який стає суб'єктом і фактором виробництва, його рушійною виробничою силою. Обґрунтовується теза про те, що саме підприємець і підприємництво нададуть нового імпульсу розвитку економічному життю України в рамках правового поля нашої держави.*

**Ключові слова:** підприємництво, підприємець, категорія.

**Андрей А. Герасимчук**

*Житомирский государственный университет имени Ивана Франка*

**Наталья А. Герасимчук**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАТЕГОРИЙ "ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО" И  
"ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ" ПО МАТЕРИАЛАМ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И  
ЗАРУБЕЖНЫХ ИСТОЧНИКОВ**

*В статье проведен сравнительный анализ категорий "предпринимательство" и "предприниматель" по материалам отечественных и зарубежных источников. Доказано, что центральной фигурой в предпринимательской деятельности является предприниматель, для которого предпринимательство превращается в образ жизни, становится внутренним побудительным мотивом, предприниматель становится субъектом и фактором производства, его движущей производственной силой. Обосновывается тезис о том, что именно предприниматель и предпринимательство дадут новый импульс развитию экономической жизни Украины в рамках правового поля нашего государства.*

**Ключевые слова:** предпринимательство, предприниматель, категория.

**Andrii A. Gerasymchuk**

*Ivan Franko Zhytomyr State University*

**Nataliia A. Gerasymchuk**

*Kyiv National University of Technology and Design*

**COMPARATIVE ANALYSIS OF "ENTREPRENEURSHIP" AND "ENTREPRENEUR"  
CATEGORIES ACCORDING TO UKRAINIAN AND INTERNATIONAL SOURCES**

*The article gives a comparative analysis of the categories of "entrepreneurship" and "entrepreneur" according to Ukrainian and international sources. It has been proved that a key figure in entrepreneurship is an entrepreneur whose business turns into a way of life and intrinsic motivation, the entrepreneur becomes a subject and a factor of production, as well as its driving force. It is justified that entrepreneur and entrepreneurship might give a new impetus to the development of economic life in Ukraine within the national legal framework.*

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneur, category.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Глибоке й усебічне дослідження феномену підприємництва неможливе без застосування принципів і методів наукового дослідження, без розгляду виробничих відносин, формою вияву яких в умовах товарного виробництва є підприємницькі відносини. А оскільки виробничі відносини вивчаються економічною теорією, то й відносини підприємництва є об'єктом політико-економічного дослідження.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Як зазначають українські вчені, підприємство не вводиться лише до одного з його компонентів — підприємця. Загальні проблеми розвитку підприємства були об'єктом дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних учених. Питання управління розвитком підприємства в Україні висвітлені у наукових працях таких вітчизняних вчених, як О. Ареф'єва, З. Варналій, Л. Воротіна, Л. Ганущак-Єфіменко, В. Збарський, Є. Крикавський, В. Колот, М. Малік, С. Покропивний, В. Поліщук, П. Саблук, Н. Саніахметова, Л. Худолій, Н. Чухрай та ін.

Проте, незважаючи на значну кількість вітчизняних і зарубіжних праць, порівняльний аналіз категорій “підприємство” і “підприємець” потребує подальшого вивчення і вдосконалення, зокрема в аспекті якісних характеристик підприємницької діяльності та особливостей загального розвитку малого бізнесу.

**Мета роботи:** доведення, що центральною фігурою в підприємницькій діяльності є підприємець, для якого підприємство перетворюється у спосіб життя, стає внутрішнім спонукальним мотивом, який стає суб'єктом і фактором виробництва, його рушійною виробничою силою.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** У сучасній вітчизняній економічній літературі сьогодні спостерігається, зазначає З.С. Варналій [2], поверхове, спрощене, а інколи й заплутане тлумачення суті підприємства і підприємця.

Такий підхід до підприємства і підприємця вітчизняні економісти та юристи сприйняли як аксіому. Наприклад, у підручнику "Курс підприємства" підприємство ототожнюється з бізнесом, а підприємець — із юридичними і фізичними особами, які займаються будь-якими видами бізнесу [5]. Наші законодавчі акти у визначенні підприємства мало чим відрізняються від такого його трактування.

Економічна теорія — логічне відображення об'єктивно існуючої економічної дійсності. Спосіб і закономірності такого відображення визначаються природою об'єкта пізнання, його генезисом і структурою. У процесі наукового пізнання структура відносин підприємства досліджується нами за допомогою логічного, а генезис — історичного методу.

Поняття "підприємство" надзвичайно широке і містке. У ньому переплітається сукупність економічних, юридичних, політичних, історичних і психологічних відносин. Складалося воно протягом значного часу, змінюючись під впливом базисних і надбудовних інститутів, психології людей тощо.

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємства почалися в XVII ст. Уперше поняття "підприємець" у науковий обіг увів англійський банкір-економіст Річард Кантільйон (1680—1734). Р. Кантільйон зробив систематичний аналіз підприємства. Він розумів підприємство як особливу економічну функцію і підкреслював елемент ризику, який завжди властивий підприємству. Кантільйон визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її з метою одержання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання щодо витрат, не знає, за якими цінами може здійснитися реалізація. До підприємців він зараховував людей з нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто зайнятий економічною діяльністю за умов нестабільності та непередбаченості цін. Тому головною рисою підприємця Кантільйон і вважав готовність

до ризику. Він розглядав підприємця як фігуру, яка приймає рішення і задовольняє свої інтереси за умов невизначеності. Підприємець, за Кантільйоном, — це будь-який індивід, здатний до передбачення, який бажає брати на себе ризик, спрямований у майбутнє, чії дії характеризуються сподіванням отримати дохід та готовністю до витрат [6].

Вагомий внесок у дослідження підприємництва протягом XVIII-XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей, А. Маршалл та інші. Англійського економіста Адама Сміта, пише американський фінансист Лео В. Райан, близького друга філософа Д.Юма в фаховій правовій і економічній літературі називають “батьком капіталізму”. Але, вважають американські вчені, він був, передусім, філософом моралі і права в системі ринкового господарювання [4].

Адам Сміт перебував під сильним впливом Кантільйона і фізіократів. Він багато говорив про роботодавців, майстрів, купців і підприємців, але не приділяв ніякої уваги бізнесменам, які, таким чином, відігравали навдивовижу незначну роль у його аналізі економічних процесів. Більше того, складається враження, що він вважав ці процеси самоініціюючими і самопідтримуючими. Для Сміта була характерною схильність до переоцінки значення праці й недооцінки бізнесу, в рамках якого, тим часом, здійснювалася праця. Він намагався поставити знак рівності між власниками капіталів та бізнесменами й вірив, що за наявності капіталу, праці та сировини бізнес виникає спонтанно. А. Сміт розглядав підприємця як власника. Цим визначаються його дії в економічному житті, мотивація, поведінка, психологія. Мета підприємницької діяльності трактувалася А. Смітом як одержання підприємницького доходу, відповідно до того, скільки людина вклала зусиль в творчість, інноваційність [1].

Погляди А.Сміта і його соратника Давіда Рікардо розвинув Жан-Батіст Сей. Він пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці. Сей мав особистий досвід у сфері бізнесу, образно сприймав його, чого були позбавлені інші класики-економісти. Для нього підприємець — це людина, яка організовує інших людей у рамках виробничої одиниці. Він ставив підприємця в центр процесу виробництва й теорії розподілу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів того часу [1].

Один з представників німецької класичної школи XIX ст. Й. фон Тюнен вважав підприємницький дохід винагородою не лише за підприємницький ризик, а й за підприємницьке мистецтво в межах права. В основі підприємницького доходу вчений вбачав діяльність підприємця як новатора. І як новатор-винахідник, цілком на законних підставах, підприємець отримував нагороду за цю функцію [1].

У кінці XIX ст. чітко постала необхідність розрізнення між підприємцем і капіталістом. Нові методи корпоративного фінансування викликали до життя швидке зростання кількості компаній, де капіталісти вже не виступали як підприємці, а підприємці — як капіталісти. Спочатку переважаючим типом був власник-менеджер. Проте ставало дедалі очевиднішим, що між цими двома функціями немає автоматичного взаємозв'язку. Економісти намагалися якомога чіткіше провести межу між підприємцем і капіталістом, але направляли на певні теоретичні труднощі, оскільки капіталіст бере на себе відповідальність, ризикує, а підприємець ні.

Особливе місце в розробці теорії підприємництва посідають праці австро-американського економіста і соціолога Йозефа Шумпетера. Концепція підприємництва Й. Шумпетера ґрунтується на трьох головних засадах [1]:

– по-перше, функція підприємництва полягає, головним чином, у революціонізації та реформуванні виробництва шляхом використання різноманітних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків, реорганізації виробництва. Отже, змістом підприємництва є

"здійснення нових комбінацій" факторів виробництва та обігу або різноманітні нововведення;

– по-друге, підприємництво є універсальною загальноекономічною функцією будь-якої економічної системи та поєднується з виконанням інших видів діяльності (управлінням, науковими розробками, маркетингом та ін.) і тому "розсіюється" серед багатьох спеціалістів. Статус власника не виступає у Й. Шумпетера визначальною властивістю підприємця;

– по-третє, підприємництво є функцією господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, типи, мотивації.

У центр своєї теорії економічного розвитку Й. Шумпетер поставив підприємця, в якому втілені принципово нові підприємницькі риси, що стали рушієм економічного й науково-технічного прогресу в ХХ ст.

За Шумпетером, бути підприємцем — це "означає, робити не те, що роблять інші", й "робити не так, як роблять інші". Підприємницьку функцію він ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства. Й. Шумпетер постійно підкреслював, що інновація є дітищем підприємництва, а підприємець — творцем інновацій. Ще порівняно донедавна, зазначає український вчений і бізнесмен А.Солоп, в свідомості більшості членів нашого суспільства, особливо людей старшого віку, підприємець уявлявся як шахрай, пройдисвіт, злодій, експлуататор і т.д. Минуло небагато часу, пише він і на підприємця стали дивитися як на відмінного господарника, творця всього нового, працедавця тощо [9].

Сучасне виробництво Й. Шумпетер розглядав як певну комбінацію сил і засобів, а завдання підприємця вбачав у тому, щоб вчасно й правильно комбінувати їх. На його думку, квінтесенція підприємницької діяльності полягає в тому, щоб ефективно здійснювати п'ять типів "нових комбінацій":

- 1) виробництво нових благ та поліпшення якості наявних;
- 2) впровадження нових способів виробництва або комерційного використання наявних товарів;
- 3) відкриття й освоєння нових ринків збуту;
- 4) освоєння нових джерел отримання сировини або напівфабрикатів;
- 5) проведення реорганізації в галузі та створення промислових організацій нового типу.

Колишня голова Державного комітету з питань регулювання політики і підприємництва в Україні Олександра Кужіль з особливою силою наголосила: "Сьогодні вперше після довгих десятиріч наше суспільство почало докорінно змінювати своє ставлення до особи підприємця і до підприємництва як соціально-економічного явища. Як засвідчує світовий досвід розвитку, під час найважчих етапів економічного становлення, історія віддає жезл лідера і поводиря саме представникам малого та середнього бізнесу. Саме завдяки їхній вибуховій енергії, винахідливості і щоденній копіткій праці суспільство досягає соціально-економічної стабільності. Підприємець – це творець, що неодмінно народжується на руїнах старих соціально-виробничих відносин, у той напружений час, коли історія здається, вкотре заходить у "глухий кут". І народжується він для того, аби проголосити ідею свободи і вказати шлях уперед [7]. Сьогодні в Україні, зазначає політичний діяч і вчений Олександра Кужіль, важливо колективними зусиллями сформуванати громадську думку на користь підприємця, змусити владні структури створити на місцях умови максимального сприяння вітчизняному виробникові, зняти всі перешкоди на шляху до розвитку малого бізнесу, оточити увагою тих, хто сприяє створенню і розвиткові малих підприємств. Попри упередженість деяких представників владних структур стосовно ефективної економічної діяльності цих підприємств, вони на ділі

свідчать про те, що практично немає такої сфери, де вони б не довели про високий рівень їх рентабельності в правовому полі чинного законодавства. Центром діяльності малого підприємства, його мозком і душею є особа підприємця.

Спеціалісти вважають, що в будь-якій країні до підприємницької діяльності схильні не більше 5-6% громадян. І для таких людей – “комерсантів від Бога” – бажання займатись підприємництвом є часом сильніше за страх смерті. Хто ж такий підприємець і які його функції? Згідно з думкою Поліщука В.І., підприємець – це людина, яка [8]:

- бере на себе ініціативу поєднання ресурсів землі, капіталу і праці в єдиний процес виробництва товару або послуг;
- рушійна сила виробництва і посередник, який нагромаджує ресурси для здійснення процесу, що обіцяє виявитись прибутковим;
- бере на себе важке завдання прийняття основних рішень у процесі ведення бізнесу, які призводять до отримання прибутку;
- є новатором, який прагне втілювати в життя на комерційній основі нові продукти, нові виробничі технології або навіть нові форми організації бізнесу;
- свідомо йде на ризик.

У ринковій системі підприємцю прибуток не гарантований. Винагородою за витрачений ним час, зусилля і здібності можуть виявитись значні прибутки, але може бути і банкрутство.

Щорічно мільйони людей у світі намагаються стати підприємцями, закладають сотні тисяч малих підприємств, проте значна кількість підприємливих людей під тиском різного роду обставин змушена припинити свій бізнес. Підприємець ризикує не тільки своїм часом, працею і діловою репутацією, але і вкладеними засобами-своїми і чужими.

Ринок повільно, але неухильно змінює менталітет нашого суспільства. Сьогодні “в державі є особи і цілі, соціальні групи, - зазначає вже цитована нами вище О.Кужіль, - які не словами, а ділом вказують нам світло в кінці тунелю. На підприємствах, які вони очолюють, ефективно напрацьовується ринковий досвід господарювання, впроваджуються нові технології і обладнання, змінюється стиль управління прийняття рішень на основі прогресивних форм менеджменту, виробляється чітка маркетингова стратегія. Цих людей ми називаємо лідерами. Тож саме довкола них – конкретних осередків розвитку і носіїв нового економічного і громадянського мислення – треба створювати позитивну громадську думку і поширювати їхній практичний досвід” [7]. Згідно з думкою польського економіста З. Довгялло, підприємець – це людина, яка спираючись на власний капітал створює і розвиває підприємство, яка здатна на ризик, але має надію, що він може принести в майбутньому прибуток [11]. Підприємець завжди налаштований на прибуток, продовжує далі польський вчений, але не на прибуток за всяку ціну, а в межах діючого законодавства, з врахуванням етичних норм, домінуючих в конкретному суспільстві [11]. Не кожен може бути справжнім підприємцем, стверджує австрійський економіст Йозеф Шумпетер. Для цього треба бути підприємливою людиною. І ця риса, вважає він є вродженою, але він повністю погоджується з Пітером Дракером, що вона проявляється в позитивному значенні тоді, коли пронизана і огорнута раціональною оболонкою.

Перед тим як розпочати підприємницьку діяльність, вважає Гріффін В. Ріккі, майбутній підприємець повинен принаймні в своїй голові визначити ряд циклів, які повинна пройти в своєму розвитку фірма. Крилата фраза Наполеона «Головне вв'язатися в бій, а потім побачимо» далеко не завжди спрацьовує в дійсності підприємства. Тому, пише американський економіст, думка про те, що планування діяльності фірми потрібне тільки на початку є дуже і дуже хибною. Практика розвитку малих підприємств в США

свідчить про те, зазначає він, що ті підприємці-власники, які ігнорували планування дуже швидко відчули гіркоту поразок [12].

В діяльності підприємця і очолюваного ним підприємства, вважає Гріффін В.Ріккі можна виділити 3 фази: а) акцептації, б) перелому, в) зрілості [12].

В фазі акцептації, підприємець всіма доступними йому і не забороненими законом методами бореться за вихід підприємства «на плюс». Щоб досягти цього, підприємець повинен забути про все окрім життєдіяльності своєї фірми, вчасно виявляти найменші перешкоди і намагатися негайно їх ліквідувати. Тут немає, на перший погляд дрібниць, тому що кожна така «дрібничка» в певній ситуації може несподівано перерости у величезну проблему.

Слід бути дуже терплячим. Часом тільки що створене підприємство може давати несподівано великий прибуток, але ніколи не можна забувати про такі чинники як заздрість і конкуренція. Перший має психологічне забарвлення, другий – економічне. І якщо в межах першого ми мало що можемо вдіяти, то у другому випадку – необхідно включати всі важелі підприємництва, знання, знайомості, гнучкість в спілкуванні. І все це в ім'я просператії рентабельності фірми, добробуту її працівників.

Проте випадків, що фірма з першого ж дня взяла добрий старт порівняно мало. Частіше - це важкий, мозольний шлях до успіху. Наприклад, ми відкриваємо фірму по виробництву нового гатунку оцту. На початку, буде дуже важко з клієнтами – сіткою крамниць, яких можна було б зацікавити своєю продукцією. Треба мати певну суму грошей, щоб платити своїм працівникам, в умовах, коли на рахунок підприємства поступає такий тонюсінкий фінансовий потік, що і не знаєш, куди і як ті кошти вкласти і т.д. Важка ситуація буде тривати доти, поки ринок не заакцептує нового гатунку оцту. Приплив фінансових потоків незначно, але перевищує видатки. Мале підприємство вступає в нову фазу, фазу перелому.

В фазі акцептації темпи зростання були настільки низькими, що часом навіть їх неможливо було помітити. В фазі перелому зростання є таким швидким, що підприємець часто не може і зафіксувати щоденні позитивні зміни в розвитку. Наприклад, можуть появиться проблеми з готівкою, якістю продукції, вчасним її доставанням до клієнта. І, звичайно ж, зросте конкуренція.

Фаза зрілості настає тоді, коли стабілізується склад працівників малого підприємства, зникають зайві тривоги, старанно відпрацьовані виробничі цикли, фірма працює як годинниковий механізм. Кожен знає, що повинен робити, які несподіванки можна чекати від зовнішнього оточення і як можна їх нейтралізувати чи навпаки, використати для успіху фірми.

Кількісно-якісні характеристики фаз, мають об'єктивно-суб'єктивні сторони, де об'єктивною є зовнішнє середовище і суб'єктивною риси підприємця. Не маючи можливості в значній мірі впливати на зовнішнє оточення, підприємець повинен сконцентрувати більше уваги на загально визначених в економічній науці рисах підприємництва. Так, наприклад, представники австрійської економічної школи вважають, що головними рисами підприємця є: інноваційність, спостережливість за змінами в зовнішньому оточенні, швидке пристосування до змін ринку, націленість на поступ в технології, флюктуацію моди, вмиле використання сприятливих обставин тощо [4].

Майже ті самі риси підприємця, але в дещо більш розгорненому вигляді називає професор Валентина Воронкова. «Підприємець, - пише вона, - це новатор, особа, яка прагне до впровадження в життя на комерційних засадах нових видів продукції, нової технології і організації бізнесу» [17]. Критеріями оцінки індивідуальних рис підприємця, вважає вона, є:

- професійні знання і навички в царині підприємництва і управління;

- вміння стратегічно мислити, приймати рішення на основі чіткого визначення, що хоче споживач;
- високий рівень фаховості, вміння вибрати відповідно до конкретної ситуації тактику дій;
- високий рівень моральності;
- організаторські здібності;
- вміння визначити інтереси суспільства, оточуючого середовища і кожного працівника фірми зокрема;
- здатність до творчої, напруженої і монотонної праці.

Головними перешкодами для створення малих підприємств в Україні, вважає В.Воронкова є [17]:

- високий рівень податків;
- часті зміни в податковій системі;
- недосконале податкове право;
- труднощі в отриманні низькопроцентних кредитів;
- рекет;
- недостатня інформація в офіційних виданнях про проблеми бізнесу;
- слабкий розвиток ринку нерухомості.

Труднощі становлення підприємства на його початковому етапі, вважає Агнешка Бієрнат-Ярка, в значній мірі детерміновані суб'єктивними факторами як самого підприємця, так і його працівників, більше навіть, ніж вплив на діяльність фірми зовнішнього оточення. Такими факторами, вважає вона є [10]:

1. Недостатньо високий рівень кваліфікації кадрів малого підприємства.
2. Догматичне мислення підприємця-власника фірми.
3. Слабкість організаторських здібностей підприємця (у визначенні клієнтури, постачальників, зміцненні дисципліни, залученні висококваліфікованих кадрів тощо).
4. Недостатні знання підприємця в царині економічної науки (кадрової політики, фінансів, збуту продукції тощо).
5. Обмежені можливості отримання низькопроцентних кредитів.
6. Слабке знання норм господарського права.

Підприємець, згідно Й.Шумпетера і О.Кужіль — це особлива людина, яка відрізняється від "простого хазяїна" поведінкою та мотивами господарської діяльності, інтелектом і кругозором, інтуїтивним чуттям і вольовими рисами. Підприємець — це людина, яка "прокладає шлях", "пливе проти течії", а не просто хазяїн, який іде готовою дорогою, "пливе за течією" [5]. Для того, щоб здійснювати постійний пошук нових способів підвищення якості, зазначав Й.Шумпетер, слід мати волю і здібності, виділяти визначальні моменти діяльності, бачити їх у реальному світлі; бути спроможним "плисти проти течії", долаючи опір соціальних сил; здійснювати вплив на інших результатами успіху, духовною свободою, витратами сил і енергії. Підприємці і бізнесмени, яких в США називають "батьками-фундаторами", пише Міхель Новак, могли діяти розкуто і раціонально тому, що вони твердо дотримувались правових і етичних норм. Ці норми були вже закладені в засадах епохи просвітництва XVIII століття і в першу чергу на погляди французького соціолога Шарля-Луї Монтеск'є (1689-1755 рр.). "То підприємці і бізнесмени, — пише Міхель Новак, — вбачали в приватному підприємництві можливість вирішення проблем мистецтва, наукових винаходів і відкриттів, то саме вони в ідеях вбачали нові форми власності, які були вагомішими, ніж земельні володіння. Батьки-фундатори були глибоко переконані в тому, що основне джерело багатства народів знаходиться в сфері думок, ідей" [14].

З ідеями Й. Шумпетера збігаються погляди Ф. фон Хайека, але вони відзначаються більшою широтою. Вищою цінністю, за Хайеком, виступає особиста свобода, яка дає змогу людині продуктивніше розпоряджатися своїми здібностями та знанням, інформаційно-економічним потенціалом, а найкращим координатором процесів використання унікальних потенцій індивідів виступає ринок, насамперед ціновий механізм, роль якого, поряд з іншим, полягає у забезпеченні індивідів інформацією про перспективні чи несприятливі умови щодо попиту та пропозиції галузі, нові засоби задоволення їх. Носій підприємницької ініціативи виступає рушійною силою пошуку таких новацій, оскільки прагне до найбільш ефективного поєднання свого унікального "ноу-хау" з ринковою ситуацією і тим самим до досягнення першості в конкуренції та більшого доходу. Функція підприємництва "розсіяна" серед усіх індивідів, але в сучасних економічних системах виділяються особливі групи людей, "готових випробувати нові можливості". Щодо поширених нарікань на те, що в різних країнах немає зовсім чи недостатньо "духу підприємництва", то вони є наслідком не стільки природних властивостей їхнього населення, скільки обмежень ієрархічного порядку (звичаїв, інститутів тощо).

Представники неоавстрійської школи Л. Мізес, І. Кірцнер і Ф. Хайек ініціювали нову хвилю досліджень теорії та практики підприємництва. На їхню думку, ринковий процес неможливо відділити від механізму конкуренції, в центрі якої — як процесу пошуку нового, що супроводжується невизначеністю результатів, — стоїть підприємець. Це не яка-небудь невизначена фігура, а скоріш, за визначенням Л. Мізеса, певна функція, яка відображає цілеспрямованість людини на знаходження та використання нових можливостей у виробництві, суспільстві і т. ін.

До найбільш цікавих сучасних представників австрійського підходу до проблеми підприємництва, безумовно, слід віднести й американського дослідника І. Кірцнера. За його теорією, основна роль підприємцю — досягти такого регулювання системи, здійснити таку її підготовку, яка забезпечила б рух ринків до стану рівноваги, тобто підприємець являє собою "...зрівноважуючи силу, а не навпаки" [15].

Велику роль у розробці теорії підприємництва відіграв німецький соціолог М. Вебер. Підприємництво в цілому Вебер розглядав як спосіб життя, "... при якому людина існує для діла, а не діло для людини". В своїх працях він з особливою силою наголошував, що економічний прогрес забезпечується не без принциповими спекулянтами і авантюристами, які були в кожному суспільстві впродовж всіх епох економічного розвитку людства, не власниками великих грошей і земельних площ, а тими людьми, які пройшли сувору школу обережності і ощадливості, вміли цінувати працю і працівників, в своїй підприємницькій діяльності дотримувались засад християнства. В США і країнах Західної Європи спочатку це були норми протестантської етики, а потім законодавчі акти, які й нині виступають головним регулятором економічного життя і його серцевини підприємництва в розвинутих капіталістичних країнах [5].

Сучасник М. Вебера німецький економіст, соціолог та історик В. Зомбарт виділяв дві духовні засади, на яких ґрунтується капіталізм, — підприємницьку і міщанську. В його праці "Буржуа. Етюди з історії духовного розвитку сучасної економічної людини" підкреслюється, що вирішальною умовою реалізації підприємницького духу є поєднання жаги грошей з ділом. В інтерпретації Зомбарта "...бути доброю діловою людиною — це не лише утримувати своє господарство у зразковому стані. Важливо також володіти відповідною діловою етикою — "етикою в ділі" та "етикою для діла".

Теоретичні розробки Й. Шумпетера та Ф. Хайека, німецьких соціологів М. Вебера та В. Зомбарта, а також представників неоавстрійської школи є основою сучасних західних концепцій підприємництва. Якщо узагальнити, то підприємництво там

ототожнюється з виробництвом нових товарів і послуг, підвищенням їхньої якості, творчим пошуком "нових комбінацій", запровадженням інновацій, нових технологій, вдосконаленням управлінського "ноу-хау" тощо.

Сучасні західні економісти пов'язують підприємництво насамперед з інноваціями, пошуком та використанням нових можливостей. Так, зокрема, Е. Дж. Долан та Д. Ліндсей під підприємництвом розуміють "... процес пошуку нових можливостей, використання нових технологій і нових сфер вкладання капіталу, подолання старих стереотипів та меж" [16]. Разом з тим, автори зазначають, що визначати підприємництво як четвертий вектор виробництва не зовсім правомірно. "На відміну від праці, капіталу та природних ресурсів, підприємництво невідчутне (непомітне) і невимірне..." Ми не можемо вести мову про ціну "одиниці підприємництва", такої одиниці немає. Також, на відміну від людських ресурсів, які старіють, машин, які зношуються, та природних ресурсів, які можуть бути вичерпані, винаходи та відкриття підприємців не витрачаються в міру використання. Тому більш зручно вважати підприємництво процесом пошуку найкращого шляху поєднання трьох основних факторів виробництва, ніж вважати його окремим четвертим самостійним фактором" [16].

Кемпбелл Р. Макконнелл та Стенлі Л. Брю підприємницькі здібності визначають як "...здібності людини використовувати певне поєднання ресурсів для виробництва товару, приймати послідовні рішення, створювати нововведення та йти на ризик" [2].

Відомий американський економіст Гріффін В. Ріккі стверджує, що для підприємця "на першому місці повинно бути бажання "викластися" в праці кожного дня. Підприємець повинен задати тон для інших, який мотивував би їх до праці... не прагнути до перемоги час від часу. Не намагатися робити якісні речі від випадку до випадку, а слід робити все якісно і постійно" [12]. Кожен підприємець, стверджує американський вчений, повинен в межах права ставити перед членами фірми високі вимоги. З часом вони звикають до цих вимог і вони стають їх внутрішньою потребою. Створюється відповідна репутація фірми. І не потрібна тут ніяка реклама. Рекламою вже є дотримання правових норм [12].

Інша відома вчена в сфері права і етики Джексон Дженніфер наголошує, що людина, яка ламає право в підприємницькій діяльності завжди буде виглядати підозрілою в очах своїх партнерів і клієнтів [13].

На підставі чинного законодавства й апробованого на практиці його застосування можна стверджувати, що підприємництвом є не будь-яка корисна для суспільства діяльність із виробництва продукції, надання послуг, а тільки та, що характеризується такими основними ознаками:

- економічною самостійністю та автономною волею її суб'єктів;
- ініціативністю;
- творчим новаторським характером, інноваційністю;
- систематичністю;
- здійснюється на власний ризик і під певну особисту майнову відповідальність;
- здійснюється з метою одержання надприбутку (підприємницького доходу).

Чітке визначення поняття підприємництва, підприємницьких відносин має важливе практичне значення, оскільки від цього багато в чому залежить правильність формування самого предмета дослідження.

Сутність підприємництва не можна зводити лише до особистого фактора. Підприємництво, окрім особистого компонента, має ще й економічну (матеріальну) основу, якою є процес отримання надприбутку завдяки інноваційній ініціативній ринковій діяльності.

Рушійними мотивами здійснення підприємницької діяльності є самоствердження і самозбагачення через отримання підприємницького доходу, без чого підприємництво не змогло б самовідтворюватися, задовольняти свої потреби. І, нарешті, підприємництво перетворюється у спосіб життя, стає внутрішнім спонукальним мотивом, "безумовним рефлексом".

Підприємець, використовуючи у процесі виробництва нову техніку і технологію, організовуючи по-новому процеси праці й виробництва, одержує прибутковий "продукт вищої якості". Надприбуток, який створюється в інноваційному, ринковому процесі виробництва, є підприємницьким доходом. Процес отримання такого надприбутку і становить глибинну економічну природу і сутність підприємництва, яке здійснюється (може здійснюватись) у різних організаційно-правових формах [4].

Таким чином, на нашу думку, підприємництво — це ініціативна, самостійна, інноваційна, систематична діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка здійснюється на власний ризик і під особисту майнову відповідальність з метою отримання підприємницького доходу.

Якщо мати на увазі підприємця як суб'єкта процесу відтворення, то поняття "підприємець" має довгу історію розвитку. Спочатку посередництво було основною сферою підприємницької діяльності. Воно здійснювалося, головним чином, у сфері обігу. Потім ця сфера діяльності почала охоплювати всі моменти відтворення, серед них і виробництво. Підприємець із простого посередника перетворився в активного безпосереднього учасника всіх етапів відтворення. Тому в наш час особистий фактор процесу виробництва вже не можна зводити лише до робітника, до найманої робочої сили. Підприємець — це суб'єкт і фактор виробництва, його рушійна виробнича сила. І саме він і підприємництво, яке він виражає, дадуть новий імпульс розвитку економічному життю України в рамках правового поля нашої держави.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Спираючись на наукову вітчизняну і зарубіжну літературу можна зробити деякі висновки.

1. Підприємництво є необхідним атрибутом ринкового господарювання. Як явище воно найвиразніше проявляється в діяльності малих і середніх підприємств.

2. Без чітких правових нормативів, законодавчих актів, підприємництво втрачає цивілізований характер, стає виразом кримінальної сваволі діячів псевдо господарської діяльності.

3. Центральною фігурою в підприємницькій діяльності є підприємець. Досвід розвитку світової господарської діяльності свідчить, що успіхи підприємця детерміновані його фаховою і правовою підготовкою. Саму тому стає нагальною необхідністю кількісного збільшення і якісного поглиблення правової освіти на всіх рівнях економічної освіти в Україні.

### Література

1. Ареф'єва О.В. Управління формуванням підприємництва : Монографія. / Ареф'єва О.В., Герасимчук Н.А. – К.: Видавничий дім "Корпорація", 2006. - 225 с.
2. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2001. – 277 с.
3. Волков І. Перше десятиліття // Підприємництво в Україні. – 2001. – № 2. – С. 3-4.
4. Ганущак-Єфіменко Л. М. Інноваційний розвиток підприємництва в Україні: стратегічні орієнтири [Текст] : монографія / Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна ; ВНЗ "Нац. акад. упр.". - Київ : Національна академія управління, 2014. - 397 с.
5. Герасимчук А. А. Етика й етикет сучасного бізнесу - запорука економічної безпеки підприємств : навч. посіб. / А. А. Герасимчук, О. І. Тимошенко, Я. Дашкевич; Європ. ун-т. - К., 2007. - 285 с.

6. Герасимчук Н. А. Підприємницький механізм ресурсозберігаючого розвитку АПК : [моногр.] / Н. А. Герасимчук. – Київ: "ЦП "Компрінт", 2015. – 464 с.
7. Кужіль О. Підприємництво – двигун реформ в Україні //Становлення і розвиток підприємництва в Україні. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції 28-29 квітня 1999 р. –Хмельницький, 1999. – С. 26-29.
8. Поліщук В. І.Приватний підприємець .– К : Фінансист, 2000- С. 20.
9. Солоп А. Тайны бизнеса. – К.: УФИМБ, 1997. – С. 97.
10. Biernat-Jarka Agnieszka. Rolamałych i średnich przedsiębiorstw w rozwoju obszarów wiejskich // Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów, Rolnictwa i Agrobiznesu. –Т.3, Zeszyt 5. –Warszawa-Poznań-Białystok, 2001. – S.178.
11. Dowgiałło Zygmund. Praca menedżera. – Szczecin: Znicz Wydawnictwo, 1999. – S.20.
12. Griffin Ricky W . Podstawy zarządzania organizacjami. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1998. – S. 746.
13. Jackson Jennifer. Biznes i moralność. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 1999. – S. XIX.
14. Novak Michael. Seren Corporate Responsibilities // Is the Good Corporation Dead? Social Responsibilities in a Global Economy. Rowman and Littefield Publishers, Inc. 1994. – P. 190.
15. RyanV.Leo. Etyka a wyniki finansowe firmy: amerykański punkt widzenia. // Etyka biznesu w działaniu. Doświadczenia a perspektywy. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2001. – S. 90.
16. Saint-Simon Claude-Henri. Pisma wybrane. – Т. 2. – Warszawa: Książka i Wiedza, 1968. – S. 178.
17. Woronkova Walentyna. Mała przedsiębiorczość a tworzenie się klasy średniej na Ukrainie// Zeszyty Naukowe. Wyższa SzkołaEkonomiczna w Stalowej Woli.– Nr 1, 2002, S.137.

#### References

1. Aref'yeva O.V. Upravlinnya formuvannyam pidpryyemnytstva : Monohrafiya. / Aref'yeva O.V., Herasymchuk N.A. – K.: Vydavnychyy dim “Korporatsiya”, 2006. - 225 s.
2. Varnaliy Z.S. Male pidpryyemnytstvo: osnovy teorii i praktyky / Z.S. Varnaliy. – K.: Znannya, 2001. – 277 s.
3. Volkov I. Pershe desyatylittya // Pidpryyemnytstvo v Ukrayini. – 2001. – № 2. – S. 3-4.
4. Hanushchak-Yefimenko L. M. Innovatsiynyy rozvytok pidpryyemnytstva v Ukrayini: stratehichni oriyentyry [Tekst] : monohrafiya / Hanushchak-Yefimenko Lyudmyla Mykhaylivna ; VNZ "Nats. akad. upr.". - Kyyv : Natsional'na akademiya upravlinnya, 2014. - 397 s.
5. Herasymchuk A. A. Etyka y etyket suchasnoho biznesu - zaporuka ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv : navch. posib. / A. A. Herasymchuk, O. I. Tymoshenko, Ya. Dashkevych; Yevrop. un-t. - K., 2007. - 285 s.
6. Herasymchuk N. A. Pidpryyemnyts'kyu mekhanizm resursozberihayuchoho rozvytku APK : [monohr.] / N. A. Herasymchuk. – Kyyv: "TsP "Komprint", 2015. – 464 s.
7. Kuzhil' O. Pidpryyemnytstvo – dvyhun reform v Ukrayini //Stanovlennya i rozvytok pidpryyemnytstva v Ukrayini. Materialy Vseukrayins'koyi nauково-praktychnoyi konferentsiyi 28-29 kvitnya 1999 r. –Khmel'nyts'kyu, 1999. – S. 26-29.
8. Polishchuk V. I.Pryvatnyy pidpryyemets' .– K : Finansyst, 2000- S. 20.
9. Solop A. Tayny biznesa. – K.: UFIMB, 1997. – S. 97.

УДК 005.334:339.17

**Ірина М. Гончаренко**

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИЖИВАННЯ В СИСТЕМУ АНТИКРИЗОВОГО  
УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ  
В УКРАЇНІ**

*У статті розглянуто основні принципи розробки і впровадження стратегії виживання для торговельних підприємств. Проаналізовано можливі ризики, переваги та недоліки при впровадженні стратегії виживання для торговельних підприємств в Україні.*

***Ключові слова:** стратегія виживання, антикризове управління, торговельні підприємства, ризики.*

**Ірина Н. Гончаренко**

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**ВНЕДРЕНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫЖИВАНИЯ В СИСТЕМУ АНТИКРИЗИСНОГО  
УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ  
В УКРАИНЕ**

*В статье рассмотрены основные принципы разработки и внедрения стратегии выживания для торговых предприятий. Проанализированы возможные риски, преимущества и недостатки при внедрении стратегии выживания для торговых предприятий Украины.*

***Ключевые слова:** стратегия выживания, антикризисное управление, торговые предприятия, риски.*

**Iryna M. Goncharenko**

*Kyiv National University of Technology and Design*

**IMPLEMENTING OF SURVIVAL STRATEGY IN SYSTEM OF CRISIS  
MANAGEMENT TRADING COMPANIES IN UKRAINE**

*The article discusses the main principles of development and implementation of survival strategies for trading companies. Possible risks, advantages and disadvantages of survival strategies to be applied by trading companies in Ukraine are analyzed.*

***Keywords:** survival strategy, crisis management, trading companies, risks.*

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями** В сучасних умовах торговельні підприємства в своїй господарській діяльності використовують різноманітні стратегії, спрямовані на розвиток та стабілізацію результатів торговельно-економічної діяльності, зростання обсягів продажів, підвищення конкурентоспроможності на ринку товарів та послуг.

Однак, в період нестабільної економічної ситуації в країні, зниження рівня доходів населення, зниження обсягів продажів та отриманого прибутку, для багатьох торговельних підприємств та торговельних мереж постає необхідність впровадження кардинальних заходів в систему антикризового управління підприємством, тобто застосування стратегії виживання.

Більшість сучасних торговельних підприємств втрачають свої позиції, оскільки спостерігається захоплення вітчизняного ринку великими світовими ритейлерами. Ускладнення економічної ситуації останнім часом стає вирішальним фактором щодо впровадження жорстких заходів з метою виходу підприємств з кризової ситуації. Запропоноване в цьому дослідженні застосування стратегії виживання для торговельних

підприємств на основі аналізу переваг та ризиків в систему антикризового управління підприємства спрямоване на відновлення економічної стабільності торговельних підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності на вітчизняному ринку.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Серед наукових праць в яких досліджуються стратегії ведення бізнесу потрібно виділити М. Колесника[4], А. Наливайка [6], П. Смоленюка [9], серед праць, присвячених розробці системи антикризового управління підприємствами в цілому, та торговельними підприємствами зокрема, необхідно виділити дослідження вітчизняних науковців Л. Гомбу [1], О. Калініченко [3], І. Макаренко [5], С. Сажієнко [7], Є. Смирнова [8], А. Ткаченка [10], С. Теліна [10], В. Шамрикову [11], О. Шапурову [12], зарубіжних науковців В. Грибова [2], В. Грузинова [2].

Аналіз наукової літератури та інформаційних джерел дозволив зробити висновки, що на сьогоднішній день, незважаючи на існування окремих досліджень щодо розробки та реалізації стратегій ведення бізнесу, впровадження стратегії виживання торговельних підприємств в систему антикризових заходів в Україні потребує подальших досліджень.

**Метою дослідження** є аналіз переваг та ризиків впровадження стратегії виживання в систему антикризового управління торговельних підприємств.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Вибір стратегії для торговельного підприємства починається з визначення генеральної ідеї, яка є складовою системи антикризового управління підприємства.

Система антикризового управління торговельного підприємства при виборі стратегії виживання представляє собою процес моделювання майбутнього, визначення цілей і формулювання концепції довгострокового розвитку підприємства. Така система спрямована на створення і підтримку рівноваги процесів управління між встановленими цілями, потенційними можливостями та ймовірними перспективами розвитку підприємства торговельної мережі. На рис. 1 запропоновано схему основних процесів впровадження стратегії виживання для торговельних підприємств в Україні.

Стратегія виживання застосовується у випадках повного економічного спаду фінансових показників підприємства, загрози його банкрутства або ймовірності поглинання іншими суб'єктами ринку. Тому, при розробці заходів та впровадженні стратегії виживання торговельного підприємства політика антикризового управління має бути спрямована на відновлення економічної стабільності та підвищення рівня фінансової забезпеченості, а основними цілями впровадження стратегії виживання мають стати – усунення неплатоспроможності, відновлення фінансової стійкості та забезпечення фінансової рівноваги у довгостроковому періоді.

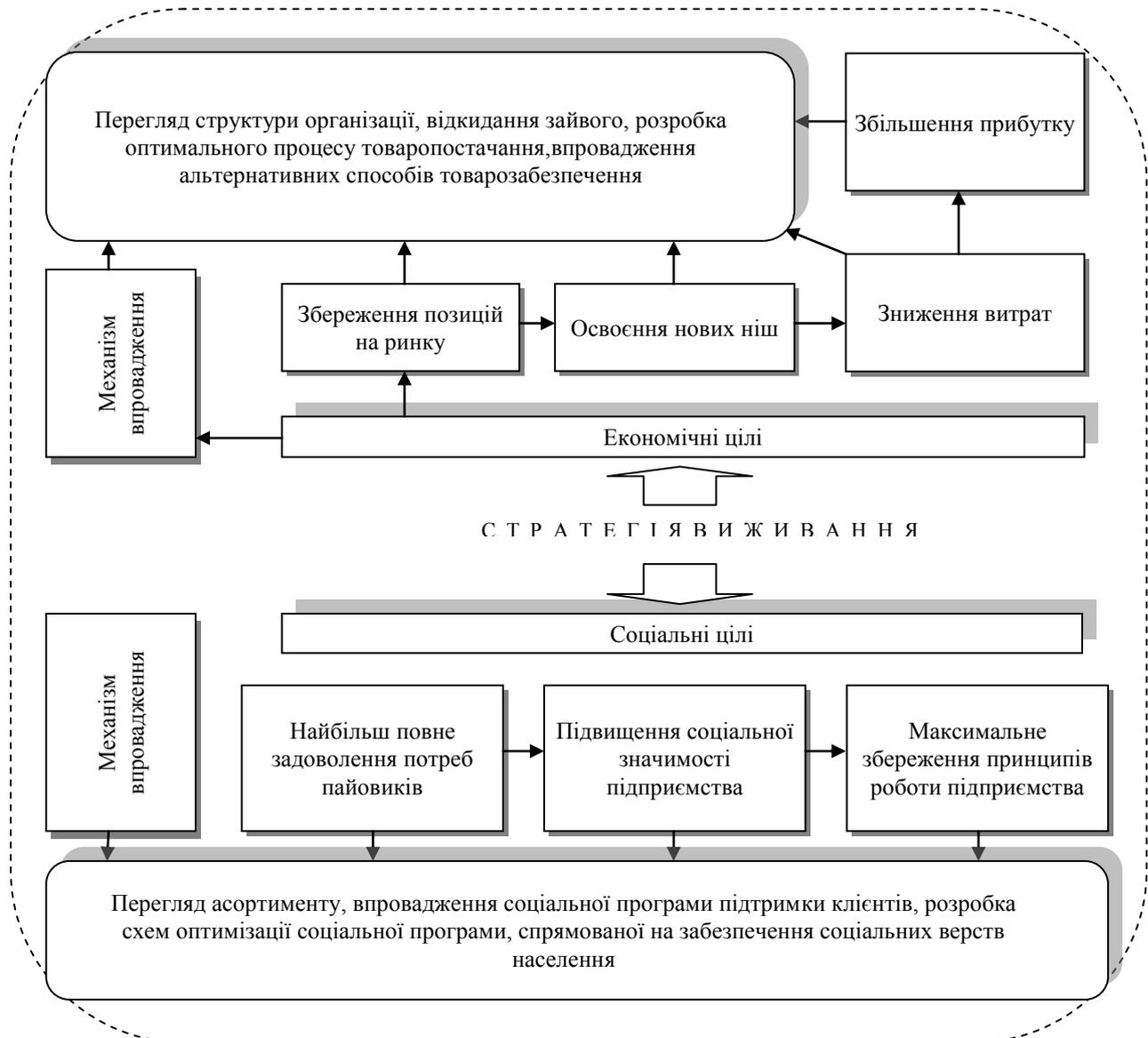
Варто зазначити, що велике значення від впровадження стратегії виживання має можливість відновлення монополістичного становища торговельного підприємства на ринку товарів та послуг.

Розробка і впровадження стратегії виживання для торговельних підприємств повинна проводитися в умовах максимального збереження принципів господарської діяльності торговельного підприємства, залученні джерел додаткового прибутку шляхом перерозподілу системи надходження прибутку і формування додаткових надходжень за рахунок зниження витрат.

В сучасних умовах господарювання в Україні велика кількість торговельних підприємств мають відносну залежність від великих світових торговельних мереж, які досить жорстко конкурують на внутрішньому товарному ринку, закріплюючи лідируючі позиції у відповідних нішах.

Вітчизняні торговельні підприємства вимушені вступати в жорстку конкурентну боротьбу за свого покупця, що потребує залучення суттєвих грошових потоків для

підвищення рівня привабливості торговельних підприємств малого та середнього розміру. Торговельні підприємства змінюють асортимент, проводять постійних моніторинг промислового ринку, шукають нові джерела надходжень, розробляють і використовують різноманітні соціальні програми з метою залучення покупців і закріплення своїх позицій в певній ніші господарської діяльності.



**Рис. 1. Основні процеси впровадження стратегії виживання торговельних підприємств (авторська розробка)**

Внаслідок проведених заходів для багатьох вітчизняних торговельних підприємств становище стало критичними, збільшилися обсяги витрат при зменшенні власного капіталу, при цьому економічний ефект став мінімальним оскільки одночасно спостерігається зниження загального рівня платоспроможності населення, звичайне зниження попиту та переорієнтація пропозиції.

Необхідність застосування антикризових заходів і розробка відповідної стратегії виживання стали єдиним виходом з критичної ситуації на ринку для багатьох торговельних підприємств. Така стратегія дозволить відновити економічне становище торговельного підприємства на довготривалий період та підвищити рівень

конкурентоспроможності на ринку при досконалому застосуванні механізмів антикризового управління підприємством.

Для формування додаткових джерел прибутку, скорочення витрат на здійснення торговельної діяльності відповідно до стратегії виживання торговельного підприємства необхідно переглянути функціональність торговельних мереж та здійснити заходи, запропоновані в схемі на рис. 2.



**Рис. 2. Схема заходів щодо скорочення витрат підприємств торговельних мереж**  
(авторська розробка)

В основу стратегії виживання, спрямованої на покращення економічного становища торговельних підприємств закладено принципи прийняття жорстких антикризових заходів, впровадження процедури переоцінки сутності і раціональності торговельної діяльності. Якщо торговельні підприємства належать до певної торговельної мережі, необхідно детально проаналізувати доцільність діяльності по кожному структурному підрозділу. При виявленні збиткових торговельних підприємств доцільно припинити їх підтримку за рахунок прибуткових підприємств, з метою економії ресурсів рентабельних торговельних підприємств. Такі заходи певним чином відносяться до процедури санації, тобто відмови від усього застарілого та нерентабельного.

При впровадженні стратегії виживання для торговельних підприємств необхідно враховувати ряд недоліків, а саме застосовувати таку стратегію доцільно у випадку, коли неможливо здійснити фінансовий прорив торговельного підприємства, і першим сигналом до потенційного банкрутства є критичне економічне становище. За відсутності регулярного контролю щодо чіткого виконання механізмів стратегії виживання існує ймовірність повного закриття або реорганізації торговельного підприємства.

Враховуючи небезпеку при застосуванні запропонованої стратегії виживання торговельного підприємства необхідно зважувати ймовірні ризики (табл. 1).

Існує суттєвий ризик припинення господарської діяльності торговельного підприємства внаслідок впровадження стратегії виживання в систему антикризового управління торговельного підприємства, однак при правильному підході, грамотній

організації контролю, точному розрахунку економічного ефекту для підприємства, що намагається утримати свої позиції на відповідному ринку, існує велика ймовірність досить швидкого покращення становища. При розробці точних механізмів впровадження стратегії виживання, проведенні часткової санації, перевірці системи товаропостачання та логістики, для торговельного підприємства існує суттєва ймовірність швидкої концентрації додаткових джерел прибутку, необхідних для підвищення рівня фінансової безпеки.

Таблиця 1

**Ризики при впровадженні стратегії виживання**

Вид ризику	Причини виникнення (П) та способи вирішення (С)
Зменшення частки позиціонування на ринку	П: Проведення зайвої санації, ліквідація великої кількості структурних підрозділів
	С: При санації необхідно проводити часткову ліквідацію, зберігати позиції за рахунок концентрації ресурсів в найбільш прибуткових організаціях
Зниження рівня прибутку за рахунок зниження обсягів продажів	П: Скорочення обсягів закупівлі товарів, втрати пільгових умов поставок, порушення договірних зобов'язань
	С: Одночасне розширення товарного асортименту прибуткових торговельних підприємств, концентрація товарних запасів
Банкрутство торговельного підприємства	П: Відсутність контролю щодо впровадження стратегії виживання, нераціональний розподіл прибутку, зниження привабливості
	С: Організація системи антикризового управління, створення резервного або накопичувального фонду за рахунок концентрації невикористаного прибутку

**Висновки та перспективи подальших досліджень** На основі проведеного дослідження щодо впровадження стратегії виживання в систему антикризового управління торговельних підприємств, аналізу переваг, недоліків та ймовірних ризиків при впровадженні запропонованої стратегії можна зазначити, що при здійсненні антикризових заходів щодо господарської діяльності торговельних підприємств в Україні саме стратегія виживання є однією з останніх перспективних кроків, яка при правильній організації дозволить посилити позиції підприємства, відновити економічну стабільність та підвищити конкурентоспроможність торговельних підприємств.

**Література**

1. Гомба Л.А. Трансформація функцій менеджменту в системі антикризового управління торговельним підприємством. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v1/NV-2013-V1\\_30.pdf](http://www.chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v1/NV-2013-V1_30.pdf)
2. Грибов В., Грузинов В. Стратегія підприємства. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0032>
3. Калініченко О.О. Кризові явища вітчизняних підприємств / О. О. Калініченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/2009\\_2/09koouvp.pdf](http://www.nbu.gov.ua/ejournals/eui/2009_2/09koouvp.pdf).
4. Колесник М.В. Особливості реалізації проактивних стратегій в електронному бізнесі як вияв інноваційної стратегії [Текст] / М.В.Колесник, В.Є.Командровська, О.Я. Ярмолюк // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський

- національний економічний університет; редкол. : С. І. Шкарабан (голов. ред. ) та ін. –Тернопіль: Видавн.-полігр.центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. –Том 14. –№ 3.–С. 56-64.
5. *Макаренко І. О.* Алгоритми антикризового управління підприємством / І. О. Макаренко // Актуальні проблеми економіки — 2005. — №3. — С. 104 — 109.
  6. *Наливайко А.* Теорія стратегій підприємства. Сучасний стан та перспективи розвитку : моногр. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
  7. *Сажієнко С.А.* Роль антикризового управління в запобіганні банкрутства підприємств / С.А. Сажієнко // Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки. –2009. –№ 6. –Т. 2.–С. 52-55.
  8. *Смирнов Є.М.* Методичний підхід до кількісного обґрунтування стратегії управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства // Торгівля і ринок України: зб. наук. пр. –2010. Вип.30.Т.2. –С.181-190.
  9. *Смоленюк П.С.* Обґрунтування конкурентної стратегії підприємства // Інноваційна економіка. –2012. -№ 3 (29). –с.86-93.
  10. *Ткаченко А.М., Телін С.В.* Антикризове управління як одне з напрямів підвищення ефективності діяльності підприємства//Економічний вісник Донбасу №3 (21), 2010. – С.122 – 124. [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Evd/2010\\_3/26.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Evd/2010_3/26.pdf)
  11. *Шамрикова В. О.* Теоретично-методичні аспекти антикризового управління звикористанням фінансової стратегії/В. О. Шамрикова// Зб. наук. праць студ. НУК. –Миколаїв: НУК, - 2009. – №1. –С. 7 – 14.
  12. *Шапурова О. О.* Політика антикризового управління при загрозі банкрутства/ О. О. Шапурова// Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №8. –С.147 – 153.

#### References

1. Homba L.A. Transformatsiya funktsiy menedzhmentu v systemi antykrizovoho upravlinnya torhovel'nyim pidpryyemstvom. [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: [http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v1/NV-2013-V1\\_30.pdf](http://www.chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2013/v1/NV-2013-V1_30.pdf)
2. Gpibov V., Gpyzinov V.Strategiyapredpriyatiya.Elektronnyyresurs .Rezhimdostupu: <http://www.inventech.ru/lib/predpr/predpr0032>
3. Kalinichenko O.O. Kryzovi yavlyshcha vitchyznyanykh pidpryyemstv / O. O. Kalinichenko [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/eui/2009\\_2/09kooyvp.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/eui/2009_2/09kooyvp.pdf).
4. Kolesnyk M.V. Osoblyvosti realizatsiyi proaktyvnykh stratehiy v elektronnomu biznesi yak vyvav innovatsiyanoi stratehiyi [Tekst] / M.V.Kolesnyk, V.Ye.Komandrov's'ka, O.Ya. Yarmolyuk// Ekonomichnyy analiz : zb. nauk. prats' / Ternopil's'kyu natsional'nyy ekonomichnyy universytet; redkol. : S. I. Shkaraban (holov. red. ) ta in. –Ternopil': Vydavn.-polihr.tsentr Ternopil's'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu «Ekonomichna dumka», 2013. –Том 14. –№ 3.–С. 56-64.
5. Makarenko I. O. Alhorytm antykrizovoho upravlinnya pidpryyemstvom / I. O. Makarenko// Aktual'nye problemy ekonomyky — 2005. — №3. — S. 104 — 109.
6. Nalyvayko A. Teoriya stratehiy pidpryyemstva. Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku : monohr. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с.
7. Sazhiyenko S.A. Rol' antykrizovoho upravlinnya v zapobihanni bankrutstva pidpryyemstv / S.A. Sazhiyenko // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. Ser. Ekonomichni nauky. –2009. –№ 6. –Т. 2.–С. 52-55.

8. Smyrnov Ye.M. Metodychnyy pidkhdid do kil'kisnoho obgruntuvannya stratehiyi upravlinnya konkurentospromozhnisty torhivel'noho pidpryyemstva // Torhivlya i rynek Ukrainy: zb. nauk. pr. –2010. Vyp.30.T.2. –S.181-190.
9. Smolenyuk P.S. Obgruntuvannya konkurentnoyi stratehiyi pidpryyemstva // Innovatsiyna ekonomika. –2012. -No 3 (29). –s.86-93.
10. Tkachenko A.M., Telin S.V. Antykryzove upravlinnya yak odne z napryamiv pidvyshchennya efektyvnosti diyal'nosti pidpryyemstva//Ekonomichnyy visnyk Donbasu No3 (21), 2010. – S.122 – 124. [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: [http://www.nbu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Evd/2010\\_3/26.pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Evd/2010_3/26.pdf)
11. Shamrykova V. O. Teoretychno-metodychni aspekty antykryzovoho upravlinnya z vykorystanniam finansovoyi stratehiyi /V. O. Shamrykova// Zb. nauk. prats' stud. NUK. –Mykolayiv: NUK, - 2009. – No1. –S. 7 – 14.
12. Shapurova O. O. Polityka antykryzovoho upravlinnya pry zahrozi bankrutstva/ O. O. Shapurova// Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2008. – No8. –C.147 – 153.

УДК 659.1:338.439.5

Олена М. Ніфатова

*Київський національний університет технологій та дизайну*

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БРЕНДИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ  
ІНТЕГРОВАНИХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ**

*У статті набули подальшого розвитку теоретичні положення концепції брендингу в системі інтегрованих структур бізнесу. Розглянуто еволюційний поступ формування інтегрованих структур, виокремлено найбільш виражені етапи розвитку. Зазначено особливості формування інтегрованих структур бізнесу в Україні. Запропоновано класифікацію структур інтегрованих брендів, яка заснована на визначенні сили взаємозв'язків між окремими брендами структурних об'єднань.*

**Ключові слова:** інтегровані структури бізнесу, брендинг, маркетинг, конкуренція, синергетичний ефект.

Елена М. Нифатова

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ БРЕНДИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ  
ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР БИЗНЕСА**

*В статье получили дальнейшее развитие теоретические положения концепции брендинга в системе интегрированных структур бизнеса. Рассмотрено эволюционное развитие формирования интегрированных структур, выделены наиболее важные этапы развития. Указаны особенности формирования интегрированных структур бизнеса в Украине. Предложена классификация структур интегрированных брендов, основанная на определении силы взаимосвязей между отдельными брендами структурных объединений.*

**Ключевые слова:** интегрированные структуры бизнеса, брендинг, маркетинг, конкуренция, синергетический эффект.

Olena M. Nifatova

*Kyiv National University of Technology and Design*

**THEORETICAL FRAMEWORK OF BRANDING ACTIVITIES WITHIN  
INTEGRATED BUSINESS STRUCTURES SYSTEM**

*The article provides insights into the development of theoretical provisions of a branding concept in the system of integrated business structures. Evolution of the integrated structures formation is considered and the most important stages of its development are identified. The specific features of integrated business structures patterns in Ukraine are revealed. A classification of integrated brands structures based on the determination of the strength of the relationship between the individual brands within structural clusters is offered.*

**Keywords:** integrated business structures, branding, marketing, competition, synergy effect.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Сучасний етап розвитку ринку та ускладнення умов ведення бізнесу вимагає вироблення ефективного інструментарію, що дозволяв би забезпечити швидкість адаптації до зміни вимог ринкового середовища, можливість ідентифікації потреб споживачів й контрагентів, отримання й розвиток переваг перед конкурентами. Означене коло проблем значно збільшується й модифікується за умови розширення їх розгляду до рівня інтегрованих структур бізнесу (ІСБ), яким властиві деякі особливі риси, що потребують обов'язкового врахування.

Функціонування інтегрованих бізнес-структур в економіці характеризується пошуком найбільш ефективних форм фінансово-економічної взаємодії між підприємствами-учасниками та методів управління ними. Особливості процесів зливань та

поглинань передбачають формування принципово нового погляду на ефективні стратегії ведення бізнесу, в тому числі, орієнтовані на розвиток брендингу в системі інтегрованих структур бізнесу. У зв'язку з цим, вирішення наукової задачі, пов'язаної з особливостями управління процесом брендингу в системі інтегрованих структур бізнесу, представляється актуальною, як з точки зору подальшого розвитку і збагачення маркетингової теорії, так і з позиції вдосконалення маркетингових взаємодій структур бізнесу.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Сутність і значення інтегрованих структур бізнесу з урахуванням можливостей, які надає брендинг розкриті в роботах Л. Адлера, Дж.Ф. Мура, К.Прахалада, В. Рамасвані, Ф. Вебстера, Р. Моргана, Ш. Ханта, Дж. Нарус, Л. Буна, Д. Куртца, Л. Бакліна, С. Сенджапти, А. Вудсайта, К. Ферріс-Коста, С. Керубіні, Дж. Йазеволі, А. Бенгтссона, Р. Серве, Ф.Т. Де Беза, Х. Картаджайя, А. Сетіавана, С. Хоффлера, К. Келлера, С. Трімбла, Н. Ріфона, Х. Аббо, С.П. Куш, В.І. Черенкова та інших. Але існує необхідність систематизації теоретичних знань в області брендингу у системі інтегрованих структур бізнесу.

Метою статті є розвиток теоретико-методологічних положень брендингової діяльності у системі інтегрованих структур бізнесу.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Вивчення генези теорії інтегрованих структур бізнесу в сучасному вимірі завдань розвитку економіки довело, що поки ще не створена загальноприйнята економічна теорія ефективного брендингу у системі інтегрованих структур бізнесу, хоча потреба в такій теорії давно вже стала досить актуальною.

Еволюційний розвиток формування інтегрованих структур протягом своєї історії мав хвилеподібний характер. Можна відзначити п'ять найбільш виражених хвиль у розвитку цих процесів (табл. 1).

Таблиця 1

**Еволюційний розвиток формування інтегрованих структур**

Етапи розвитку	Характеристика
хвиля злиттів у 1887–1904 роках	Перший пік злиттів: укрупнення підприємств було викликано зміною законодавчої бази і несприятливими умовами для ведення бізнесу. Вперше з'явилися компанії, які є монополістами в деяких галузях.
злиття компаній в 1916–1929 роках	Можливість істотно впливати на ринкові ціни, маніпулюючи виробництвом і пропозицією, забезпечення високої прибутковості і зміна сутності ринкової економіки, що базувалася до цього на принципах вільної конкуренції. Створення ініціювалося завданнями мілітаризації економіки.
хвиля конгломератних злиттів у 60-рр. ХХ століття	Сплеск злиттів компаній, зайнятих у різних видах бізнесу, тобто злиттів конгломератного типу. Поява великих диверсифікованих компаній, формування яких відбувалося на суто комерційній основі.
хвиля злиттів у 70-х рр. ХХ століття	Продовження активної діяльності великих компаній з їх диверсифікації. Вона була обумовлена передусім прагненням придбання активів у сферах електроніки й телекомунікацій.
хвиля злиттів у 80-х рр. ХХ століття	Зниження прибутків конгломератів. Компанії, що входили в конгломерати, мали гірші результати, ніж незалежні підприємства тієї ж сфери виробництва. Нові поглинання призводили до збитків. Зменшення питомої ваги злиттів конгломератного типу. Створення нових корпорацій супроводжувалося руйнуванням конгломератів, що виникли 10–20 років тому.
злиття в другій половині 90-х рр. ХХ століття	Стає популярним горизонтальний тип злиття, як реакція на глобалізацію конкуренції та підвищення ризиків невизначеності зовнішнього середовища. Відбувається інтеграція фінансових інститутів.
злиття у 2000 рр.	Перехід від порівняно аморфних утворень типу конгломератів до більш однорідних у галузевому плані вертикально інтегрованих структур, які мають чіткі організаційно-правові межі. Зміна критеріїв формування інтегрованих структур: технологічна і фінансово-економічна доцільність приєднання нових активів (підприємств); суттєво вищий рівень корпоративного контролю дочірніх структур (75% і вище); організаційно-правова трансформація.

Активний розвиток в останні десятиліття інтегрованих структур бізнесу можна розглядати як прояв глибинних процесів, пов'язаних з революційними змінами господарських взаємодій, які характеризуються все більш тісним переплетінням суперництва і співробітництва. В процесі дослідження дуальної природи інтегрованих структур, та передумов їх розвитку, було виявлено, що вони є організаційно-правовою формою об'єднання промислового і банківського капіталу, що представляє собою єдність конкуренції і кооперації, динамічний симбіоз яких є новим способом успішного виживання організацій в умовах постіндустріального світу. Розглянувши сутність інтеграції, можна зробити висновки, що вона проникає в усі функціональні області господарської діяльності організацій, в тому числі, тісно переплітається зі сферою маркетингу, значення якого для досягнення ринкового успіху в сучасній економіці є визначальним [2].

В Україні завдання підвищення конкурентоспроможності істотно відрізняється від провідних зарубіжних країн. Великі українські корпорації поки що знаходяться на початковій стадії свого формування. Набирають силу процеси інтеграції, злиття і поглинань компаній всіх сфер бізнесу. Формуються інтегровані науково-виробничі структури ринкового типу – корпорації, концерни, консорціуми, холдинги. На сьогодні у світовій теорії і практиці менеджменту існують різні передумови для формування інтегрованих структур. Аналіз світового досвіду дозволив виділити особливості формування інтегрованих структур бізнесу, що матимуть практичне застосування для вітчизняних підприємств (рис. 1) [1,3,4,5].

Серед основних мотивів інтеграції для підприємств необхідно зазначити наступні: необхідність контролю умов поставок сировини та подальшого збуту продукції, що значно спрощується в умовах інтегрованої структури; потреба в зниженні витрат за рахунок інтеграції виробничих процесів; потреба у зростанні використання виробничої потужності; управління підприємницькими ризиками; підвищення якості продукції та перехід на нові технології.

Крім того, слід зауважити, що також існує конгломератний тип інтеграції. Конгломератна інтеграція передбачає об'єднання під єдиним фінансовим контролем підприємств (компаній), технологічно не пов'язаних сфер виробництва і торгівлі, страхової справи, наукових досліджень, проектування і консультацій, видавничої справи, кіноіндустрії та ін. Перевагами даного типу об'єднань є збільшення конкурентоспроможності, зменшення ризиків від кон'юнктурних, структурних та циклічних коливань. У пошуках нових сфер застосування капіталу конгломерати проникають, перш за все, в найбільш прибуткові нові сфери виробництва. Такий тип інтеграції супроводжується високим рівнем децентралізації управління.

Описуючи передумови розвитку інтегрованих структур бізнесу, слід звернути увагу на можливість отримання наступних видів синергетичного ефекту: торговельний, інвестиційний, управлінський та операційний. Прояв торговельного синергізму виражається через об'єднання зусиль щодо реклами, збуту, що в свою чергу дозволяє збільшити обсяг прибутку при фіксованому обсязі інвестицій. Операційний синергізм є результатом більш високого ступеня використання виробничих потужностей і персоналу, розподілу накладних витрат. Спільне використання обладнання, запасів сировини, переміщення інвестиційних ресурсів з одного напрямку до іншого – це прояв синергетичного інвестиційного ефекту. І нарешті, управлінський синергізм проявляється через застосування персоналом раніше отриманих знань, умінь та навичок у нових сферах діяльності, що значно скорочує витрати на навчання.

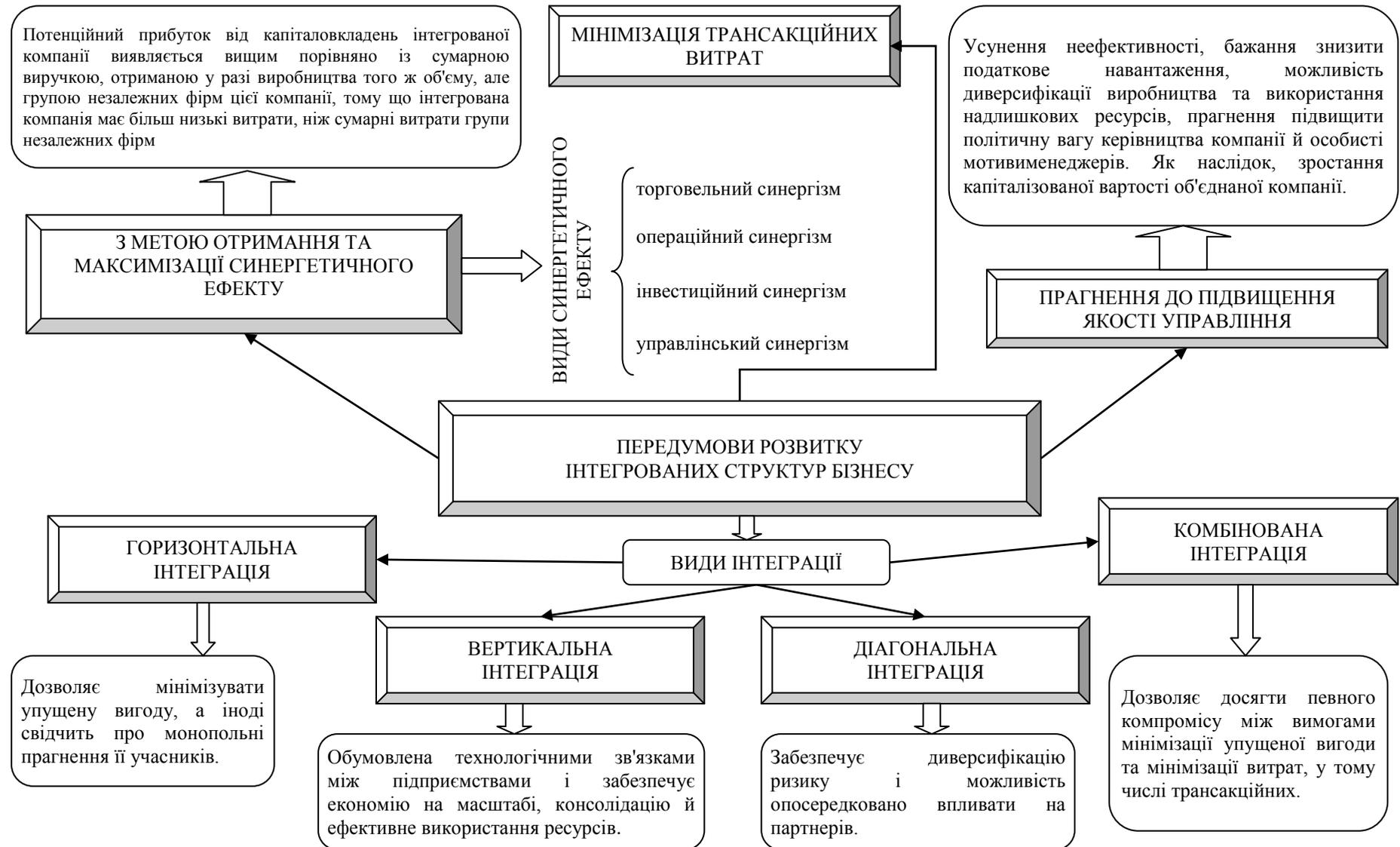


Рис. 1. Передумови розвитку інтегрованих структур бізнесу

Формування та розвиток бренду в системі інтегрованих структур бізнесу, на думку автора, базуються на переході до нової підприємницької моделі, суть якої полягає в переносі акцентів на зростання бренд-капіталу, підвищення конкурентоспроможності, що забезпечується ефективним поєднанням технологій брендингу при визначенні шляхів стратегічного розвитку структур бізнесу.

Розглядаючи інтегровані структури бізнесу як організаційно-правову форму об'єднання промислового й банківського капіталу, створену задля підвищення конкурентоспроможності й ефективності виробництва і синергійності (об'єднання агентів на основі концентрації виробництва й капіталу задля прояву ефекту синергії), можна виділити системи ознак, комбінування яких дозволить описати конкретну інтеграційну структуру. При цьому таке комбінування враховує особливості життєдіяльності кожної конкретної інтеграційної структури бізнесу, обрані нею стратегічні імперативи розвитку та організаційно-правову форму (чи її відсутність) [8].

Проведені дослідження дозволили зробити висновки відносно структури інтеграції брендів та під брендами інтегрованих структур бізнесу розуміти бренди, які створювались на основі та у результаті інтеграції і кооперування партнерів спільного бізнес-процесу [7,9].

Систематизація теорій формування та розвитку брендів інтегрованих структур бізнесу дозволила запропонувати класифікацію структур інтегрованих брендів, яку представлено у табл. 2.

Таблиця 2

**Класифікація структур інтегрованих брендів**

Класифікаційна ознака	Характеристика	Сфера застосування
Променева структура інтегрованого бренду	Будується на ідеї створення групи брендів або злитті окремих брендів у групу	Туристичний бізнес, страхові брокери, аутсорсингові call-центри
Кластерна структура інтегрованого бренду	Будується на основі бренду компанії, який поєднує у собі бренди однорідні по відношенню до виду товару або послуги. У такій структурі існує ядро кластеру, оточене сателлитами. Реалізація товарів або послуг здійснюється з акцентом на ядерний бренд або бренди-сателлити.	Туристичний бізнес, страхові компанії.
Кругова структура інтегрованого бренду	Утворюється під час взаємодії компаній (які ведуть діяльність у різних сферах бізнесу) спрямованої на виконання комплексу функцій для одного споживача. Такий вид структури надає можливість задовольняти потреби споживачів комплексно, що сприяє розвитку та посиленню конкурентних позицій компаній, що належать до такого інтегрованого об'єднання.	Об'єднання підприємств, які працюють на промислових ринках з підприємствами, які надають фінансові послуги. Об'єднання страхових, фінансових та банківських послуг.
Холдингова структура інтегрованого бренду	Утворюється як група компаній, об'єднаних в холдинг. Така структура виникає у випадку, якщо основі бренду кожної компанії використовується один початковий бренд як опора для посилення та розвитку похідних брендів. При цьому кожна компанія займається власним бізнесом, який може бути схожим або диверсифікованим від бізнесу інших компаній.	Об'єднання підприємств різних сфер діяльності, наприклад: виробництво косметики, телекомунікації, реклама, виробництво меблів та ін.
Лінійна структура інтегрованого бренду	Утворюється як структура, у якій кожний наступний бренд спирається на попередній бренд. Бренд виробника спирається на бренд постачальника та одночасно є опорою для бренду продавця.	Характерні для виробників та продавців продукції, які створюють ланцюги шляхом вертикальної інтеграції.
Інтеграційна структура інтегрованого бренду	Утворюється як структура, у якій поєднуються принципи використання сили попереднього бренду та принцип процесних зв'язків.	Характерні для виробників та продавців продукції, які створюють ланцюги шляхом вертикальної та горизонтальної інтеграції.

Кожна запропонована структура інтегрованих брендів має свої особливості як з точки зору управління, так і з точки зору сфери застосування, що обумовлено, на думку автору, силою взаємозв'язків між окремими брендами структурних об'єднань.

Крім того, слід відзначити, що вибір певної структури інтегрованих брендів має бути обґрунтований стратегією розвитку інтегрованого об'єднання в цілому. Дуже важливим є момент формування взаємозв'язків між окремими брендами, які мають забезпечити всі види синергетичних ефектів, а саме: торгівельного, операційного, інвестиційного та управлінського. Такий підхід дозволить розширити потенціал інтегрованого об'єднання в першу чергу у сфері маркетингу, що позитивно впливатиме на конкурентну позицію інтегрованої структури бізнесу взагалі.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, функціонування інтегрованих бізнес-структур в економіці характеризується пошуком найбільш ефективних форм фінансово-економічної взаємодії між підприємствами-учасниками та методів управління ними. Особливості процесів зливань та поглинань передбачають формування принципово нового погляду на ефективні стратегії ведення бізнесу, в тому числі, орієнтовані на розвиток брендингу в системі інтегрованих структур бізнесу. Створення макроекономічних (організаційних і правових) норм для ефективної організації брендингу інтегрованих форм бізнесу є життєво важливою умовою при інтеграції національної економіки в світову економічну систему.

#### Література:

1. Александров С. Ю. Концепция формирования интегрированных корпоративных структур в промышленности на основе развития ключевых бизнес-компетенций // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2015. - №3. – С. 79-83.
2. Ганущак-Єфіменко Л.М. Особливості формування інтегрованих бізнес-структур // Л.М. Ганущак-Єфіменко, І.В. Коберник. – Актуальні проблеми економіки. – 2012. - №3(129). – С. 154-160.
3. Григорьева Е. М., Тарасова Ю. А. Финансовые предпринимательские структуры: трансформация под влиянием рыночной конъюнктуры. Монография. — СПб. : ИД «Петрополис», 2010. — 368 с.
4. Інтегровані структури бізнесу: проблеми теорії та практики оцінювання конкурентоспроможності : монографія / М. О. Кизим, В. С. Пономаренко, В. М. Горбатов, О. М. Ястремська та ін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. – 368 с.
5. Косата І. А. Сутність та класифікація основних видів інтегрованих структур бізнесу // Бізнес Інформ. – 2015. - №9. – С. 252-256.
6. Криниця С.О. Теоретичні основи взаємодії фінансових посередників // Фінансовий простір. – 2014. - №4(16). – С. 118-124.
7. Прохорова В. В. Напрями оцінки ефективності функціонування інтегрованих бізнес-структур підприємств машинобудування / В. В. Прохорова, Ю. О. Дружиніна // Бізнес Інформ. – 2013. – № 12. – С. 347–352.
8. Скопенко Н. С. Переваги та недоліки функціонування інтегрованих структур в харчовій промисловості України // Молодий вчений. - 2010. - №11. Т.1. - С. 162-166.
9. Ялдин І.В. Передумови виникнення та сутність поняття «інтегрована структура бізнесу» // Проблеми економіки. – 2010. - №2. – С. 61-72.

---

### References

1. Aleksandrov S. Yu. Kontsepsiya formirovaniya integrirovannykh korporativnykh struktur v promyshlennosti na osnove razvitiya klyuchevykh biznes-kompetentsiy // Izvestiya Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. – 2015. - №3. – S. 79-83.
2. Hanushchak-Yefimenko L.M. Osoblyvosti formuvannya intehrovanykh biznes-struktur // L.M. Hanushchak-Yefimenko, I.V. Kobernyk. – Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2012. - №3(129). – S. 154-160.
3. Grigor'yeva E. M., Tarasova Yu. A. Finansovye predprinimatel'skie struktury: transformatsiya pod vliyaniem rynochnoy kon'yunktury. Monografiya. — SPb. : ID «Petropolis», 2010. — 368 s.
4. Intehrovani struktury biznesu: problemy teorii ta praktyky otsynuvannya konkurentospromozhnosti : monografiya / M. O. Kyzym, V. S. Ponomarenko, V. M. Horbatov, O. M. Yastrems'ka ta in. – Kh. : VD «INZhEK», 2010. – 368 s.
5. Kosata I. A. Sutnist' ta klasyfikatsiya osnovnykh vydiv intehrovanykh struktur biznesu // Biznes Inform. – 2015. - №9. – S. 252-256.
6. Krynytsya S.O. Teoretychni osnovy vzayemodiyi finansovykh poserednykiv // Finansovyy prostir. – 2014. - №4(16). – S. 118-124.
7. Prokhorova V. V. Napryamy otsinky efektyvnosti funktsionuvannya intehrovanykh biznes-struktur pidpryyemstv mashynobuduvannya / V. V. Prokhorova, Yu. O. Druzhynina // Biznes Inform. – 2013. – № 12. – S. 347–352.
8. Skopenko N. S. Perevahy ta nedoliky funktsionuvannya intehrovanykh struktur v kharchoviy promyslovosti Ukrainy // Molodyy vchenyy. - 2010. - №11. T.1. - S. 162-166.
9. Yaldin I.V. Peredumovy vynyknennya ta sutnist' ponyattya «intehrovana struktura biznesu» // Problemy ekonomiky. – 2010. - №2. – S. 61-72.

УДК 657.471: 334.716

**Лілія С. Поклонська**

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*  
**АНАЛІЗ ВИТРАТ НА ЗБУТ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті проведено дослідження витрат промислових підприємств, зокрема, чистого доходу від реалізації продукції, собівартості реалізованої продукції, а також витрат промислових підприємств, пов'язаних з операційною діяльністю, що не включаються до собівартості реалізованої продукції, витрат на збут, адміністративних та інших операційних витрат. Проаналізовано витрати промислових підприємств Харківського регіону.*

**Ключові слова:** витрати, промислові підприємства, витрати на збут, маркетинг, продукція виробничо-технічного призначення.

**Лилия С. Поклонская**

*Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця*  
**АНАЛИЗ ЗАТРАТ НА СБЫТ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

*В статье проведено исследование таких затрат промышленных предприятий, как чистый доход от реализации продукции, себестоимость реализованной продукции, а также затрат промышленных предприятий, связанных с операционной деятельностью, которые не включаются в себестоимость реализованной продукции, расходы на сбыт, административные и другие операционные расходы. Проанализированы расходы промышленных предприятий Харьковского региона.*

**Ключевые слова:** расходы, промышленные предприятия, расходы на сбыт, маркетинг, продукция производственно-технического назначения.

**Liliia S. Poklonska**

*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*  
**MARKETING COST ANALYSIS AT INDUSTRIAL ENTERPRISES**

*The article explores the costs of industrial enterprises, in particular, net profit from product sales, sales cost, as well as the costs related to operating activities of industrial enterprises that are not included in sales cost, distribution costs, administrative and other operating expenses. Expenses of industrial enterprises of Kharkov region have been analyzed.*

**Keywords:** costs, industrial enterprises, marketing costs, marketing, production of industrial and technical purposes.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Питання дослідження загальновиробничих витрат, елементом яких є витрати на збут, промислових підприємств останнім часом стає все більш важливим для визначення загальної суми понесених витрат та при обчисленні собівартості продукції виробничо-технічного призначення. Особливості складання загальновиробничих витрат на промислових підприємствах становлять науковий інтерес, оскільки багато питань з цього приводу залишаються нерозв'язаними [8].

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Дослідженням витрат промислових та машинобудівних підприємств займалися такі вітчизняні теоретики та практики, як: К.В. Безверхий [1, 2], А.А. Бойчук [3], О.В. Іванюта [4], О.М. Мазуренко [5], О.Л. Примаченко [8], О. М. Чупир [9], Л.В. Чуприна [10]. Проте подальшого дослідження потребує аналіз витрат на збут промислових підприємств в сучасних економічних умовах,

оскільки стан цих підприємств потребує виявлення проблем та перспектив їх розвитку за результатами дослідження.

**Метою статті** є проведення аналізу витрат на збут промислових підприємств Харківського регіону, що є часткою загальнопромислових витрат.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.**

Витрати на збут є суттєвою часткою загальнопромислових витрат і оскільки не тільки виробництво у більшій мірі маркетинг та збут є рушійною силою, що забезпечує фінансову стабільність підприємства.

У відповідності до нормативно-законодавчої літератури, а саме Положення (стандарту) бухгалтерського обліку в Україні, розглядається структура витрат підприємства, собівартість реалізованої продукції виробничо-технічного призначення, яка складається з виробничої собівартості продукції, що була реалізована протягом звітного періоду, нерозподілених постійних загальнопромислових витрат та наднормативних виробничих витрат [7].

На промислових підприємствах до виробничої собівартості продукції виробничо-технічного призначення включають: прямі матеріальні витрати, прямі витрати на оплату праці, інші прямі витрати, змінні загальнопромислові та постійні розподілені загальнопромислові витрати.

Витрати промислових підприємств, пов'язані з операційною діяльністю, які не включаються до собівартості реалізованої продукції поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

Щодо тематики дослідження формування рекламних стратегій, важливим є визначення в структурі собівартості реалізованої продукції питомо вагу та тенденції зміни витрат на збут.

Проведемо аналіз загальнопромислових витрат на промислових підприємствах машинобудівного комплексу, використовуючи методи економічного аналізу, які характеризують зміну обсягів виробничих та накладних витрат промислових підприємств машинобудівного комплексу, їх динаміку та структуру. Це дозволить виявити значення загальнопромислових витрат у складі накладних витрат й відповідно собівартості машинобудівної продукції та [4] структуру собівартості машинобудівної продукції в розрізі елементів витрат.

Головним напрямом є визначення показників динаміки собівартості готової продукції, накладних витрат, а саме, витрат на збут, адміністративних витрат, інших операційних витрат на підприємствах машинобудівного комплексу Харківського регіону за період 2005-2015 рр.

З метою визначення стану маркетингової та рекламної діяльності на машинобудівних підприємствах, було обрано підприємства, які займаються виготовленням продукції виробничо-технічного призначення Харківського регіону: ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря», ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш», ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський верстатобудівний завод», ПрАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ Науково-виробниче підприємство «Теплоавтомат», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ВАТ «Куп'янський машинобудівний завод», ПАТ Харківський електротехнічний завод «Трансв'язок», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе», ПАТ «Турбоатом», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод Промв'язок», ПАТ «Вовчанський агрегатний завод», ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД», які мають позитивний фінансовий результат діяльності, здійснюють маркетингову діяльність, мають у своєму складі підрозділи, що формують маркетингову політику та стратегію.

Для аналізу використовуються дані фінансової звітності [6] за період 2005-2015 рр.

Аналіз загальноновиробничих витрат на ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш» приведено на табл. 1 [6].

Таблиця 1

**Загальноновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	51878	65023.9	66419.9	65142	71615	77818	77818	47604	34234	27210	40762
Собівартість реалізованої продукції	43355.8	54826.4	52919.2	55674	63381	72494	72494	45191	32773	22799	33539
Адміністративні витрати	4351.4	5025.4	6171.7	9822	10088	11043	11043	8024	7925	4683	5292
<b>Витрати на збут</b>	<b>1057.4</b>	<b>1432.6</b>	<b>1558.4</b>	<b>1876</b>	<b>2010</b>	<b>2330</b>	<b>2330</b>	<b>1777</b>	<b>563</b>	<b>1481</b>	<b>896</b>
Інші операційні витрати	17338.3	27315.7	30434.4	36895	35574	24936	24936	13508	8476	16005	8164

Згідно з даними табл. 1 чистий дохід від реалізації продукції ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш» погіршився на 38,83% у 2012 р. порівняно з попереднім 2011 р.. Порівнюючи 2012 р. з 2013 р. значення показника погіршилось 28,09%. У 2014 р. цей показник зменшився на 20,52% у порівнянні з попереднім періодом. Це свідчить про нестабільну ситуацію на машинобудівному підприємстві.

Собівартість реалізованої продукції характеризує загальноновиробничі витрати підприємства. Цей показник зменшився у 2012 р. на 37,67%, у 2013 р. на 27,5%, у 2014 р. на 30,5% у порівнянні з попереднім роком. Це може бути пов'язано з меншою кількістю реалізованої продукції.

Адміністративні витрати теж дотримуються тенденції спаду показників за аналізований період, так у 2012 р. на 27,34%, у 2013 р. на 1,24%, у 2014 р. на 40,9% у порівнянні з попереднім роком.

Проаналізувавши затрати на збут бачимо, що у порівнянні з 2011 р. у 2012 р. цей показник зменшився на 23,76%, у 2013 р. 68,32% та у 2014 р. відповідно до попереднього року показник збільшився у 2,63 рази.

В свою чергу, інші операційні витрати у порівнянні з попереднім роком зменшились у 2012 р. на 54,17%, у 2013 р. на 37,26%, але у 2014 р. виріс на 188,82% до 16 005 тис. грн.

Аналіз загальноновиробничих витрат на ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод» приведено на табл. 2 [6].

Таблиця 2

**Загальноновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Куп'янський машинобудівний завод» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	1866.6	2300.4	2896	1696	1215	1941	2263	197	1648	1368	4653
Собівартість реалізованої продукції	2037.5	2204.8	2703	2098	349	324	2303	256	1261	1370	4054
Адміністративні витрати	333.6	347.5	357	294	286	214	328	0	300	231	361
<b>Витрати на збут</b>	<b>30.7</b>	<b>36.1</b>	<b>48</b>	<b>54</b>	<b>48</b>	<b>46</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>18</b>	<b>23</b>
Інші операційні витрати	238.2	234.2	349	324	117	323	200	1026	609	329	359

Дослідивши діяльність ПАТ «Куп'янського машинобудівного заводу» табл. 2 доцільно зробити висновок, що чистий дохід від реалізації продукції за період 2005-2007 рр. поступово зростає з 1866,6 тис. грн. – 2005 р. до 2896 тис. грн. – 2007 р. У 2008 р. цей показник різко впав до 1696 тис. грн., та продовжив падіння до 1215 тис. грн. у 2009 р. Найкращим роком для ПАТ «Куп'янського машинобудівного заводу» виходячи з

показника чистого доходу від реалізації продукції товарів, робіт, послуг був 2011 р. – 2263 тис. грн. Проте у 2015 р. він збільшився до 4653 тис. грн.

Щодо собівартості реалізованої продукції можна зробити висновок, що динаміка є негативною. З 2005-2008 рр. цей показник практично незмінний, у 2005 р. – 2037.5 тис. грн. та 2098 тис. грн. у 2008 р. 2009 р. – 349 тис. грн. та 2010 р. 324 тис. грн. характерні різким спадом виробництва та реалізації продукції ПАТ «Куп'янського машинобудівного заводу», що пов'язано зі світовою економічною кризою.

Динаміка адміністративних витрат за аналізований період 2005-2014 рр. була нестабільною, оскільки починаючи з 2008 р. 286 тис. грн. цей показник зменшується до 231 тис. грн. у 2014 р. Щодо витрат на збут, то спостерігається негативна динаміка, так у 2005 р. – 30.7 тис. грн. до 2008 р. витрати мали тенденцію росту до 54 тис. грн., проте з 2009 р. 48 тис. грн. почалось різке падіння показника до 18 тис. грн. у 2014 р., це пов'язано із зменшенням виділених коштів на просування продукції виробничо-технічного призначення.

Данні показника інші операційні витрати свідчать про їх збільшення за аналізований період з 238.2 тис. грн. у 2005 р. до 329 тис. грн. у 2014 р.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПрАТ «Харківський завод штампів та пресформ» приведено на табл. 3 [6].

Таблиця 3

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПрАТ «Харківський завод штампів та пресформ» за 2005-2014 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	3441.2	4258.7	6553	7793	7716	8022	12719	14137	14613	14949	—*
Собівартість реалізованої продукції	3087.5	3940.2	5982	6977	7276	7444	11228	12668	12847	13012	—*
Адміністративні витрати	324.7	354.7	491	507	524	649	742	766	828	939	—*
<b>Витрати на збут</b>	<b>25.3</b>	<b>36.8</b>	<b>85</b>	<b>128</b>	<b>128</b>	<b>97</b>	<b>178</b>	<b>218</b>	<b>183</b>	<b>141</b>	<b>—*</b>
Інші операційні витрати	700.3	739.6	1811	2525	3441	3359	4841	336	444	593	—*

Примітка: \* — дані відсутні

За результатами аналізу табл. 3 ПрАТ «Харківський завод штампів та пресформ» показник чистого доходу від реалізації продукції за досліджуваний період 2005-2015 р. має позитивну динаміку, так у 2005 р. він становив 3441.2 тис. грн., а у 2014 р. зріс до 14949 тис. грн., тобто збільшився у 4,34 рази. Це пов'язано із збільшенням попиту на продукцію підприємства, яке займається виробництвом штампів холодного листового штампування, пресформ різного призначення і виробів будівельного, меблевого, тентового виробництва та інших виробів.

Динаміка собівартість реалізованої продукції на аналізованому підприємстві є негативною для підприємства, так у 2005 р. показник був на рівні 3087.5 тис. грн., у 2007 р. зріс до 5982 тис. грн., у 2011 р. різко збільшився до 11228 тис. грн., а у 2014 р. становив 13012 тис. грн.. З цього можна зробити висновок, що зросла кількість виробленої продукції.

Щодо адміністративних витрат, можна зробити висновок, що спостерігається наступна динаміка, змінюється від 324.7 тис. грн. у 2005 р. до 939 тис. грн. у 2014 р. Така ж динаміка простежується у витратах на збут від 25.3 тис. грн. до 141 тис. грн., тобто витрати збільшились у 5,57 рази.

Проте щодо динаміки інших операційних витрат, то можна зробити висновок що динаміка є негативною. У 2005 р. показник становив 700,3 тис. грн., до 2011 р. вони зросли до 4841 тис. грн., проте у 2012 р. витрати різко знизились до 336 тис. грн.. У 2014

р. цей показник поступово збільшується до 444 тис. грн. та продовжив своє зростання до 593 тис. грн. у 2014 р..

Аналіз загально виробничих витрат на ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»» приведено на табл. 4 [6].

Таблиця 4

**Загально виробничі витрати та витрати на збут ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	53345.2	58990	95885	91112	253604	254533	360763	352292	381413	507354	634019
Собівартість реалізованої продукції	46455.8	47562.9	81703	81389	201343	208929	289889	289280	327586	385155	366597
Адміністративні витрати	3519.1	3622.9	5722	6709	10071	14644	15931	18543	23862	29146	43117
<b>Витрати на збут</b>	<b>651.9</b>	<b>765.2</b>	<b>689</b>	<b>677</b>	<b>6647</b>	<b>3715</b>	<b>4539</b>	<b>3978</b>	<b>5020</b>	<b>5525</b>	<b>26723</b>
Інші операційні витрати	5377.1	4841.5	18677	30192	49270	43692	72951	13673	8713	75996	113201

У відповідності з даними табл. 4 чистий дохід від реалізації продукції ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»» має позитивну динаміку, так у 2005 р. 53345.2 тис. грн., у 2007 р. поступово збільшився до 95885 тис. грн.. Так у 2009 р. цей показник збільшився до 253604 тис. грн., а у 2015 р. він становив 634019 тис. грн., тобто зріс на 250%, що свідчить про позитивні результати діяльності підприємства в цілому.

Собівартість реалізованої продукції ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»» у 2005 р. становила 46455.8 тис. грн. та за аналізований період збільшилась у 7,89 раз до 366597 тис. грн. у 2015 р. з цього можна зробити висновок що кількість реалізованої продукції підприємства збільшилась.

Щодо динаміки адміністративних витрат, за аналізований період 2005-2015 рр., спостерігається у 2005 р –3519.1 тис. грн., а у 2014 р. вже становила 29146 тис. грн.. В 2015 р. відбулось різке зростання до 43117 тис. грн., можливою причиною може бути економічна ситуація в країні та девальвація гривні.

Щодо витрат на збут, можна зробити висновок, що з кожним роком у період 2005-2015 рр. показники збільшуються з 2005 р.651.9 тис. грн. до 26723 тис. грн., це пов'язано із збільшенням витрат на маркетингову і рекламну діяльність та участь у виставках підприємства.

Проаналізувавши інші операційні витрати ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»», спостерігається зростання у 21,05 разів від 5377.1 тис. грн. до 113201 тис. грн. у 2015 р..

Аналіз загально виробничих витрат на ПАТ «Харківський верстатобудівний завод»» приведено на табл. 5 [6].

Таблиця 5

**Загально виробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Харківський верстатобудівний завод» за 2005-2015 рр.(тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	15410.3	17455.4	22827	18696	12279	14655	25464	25480	23741	5343	4603
Собівартість реалізованої продукції	12316.4	11827.2	15444	14715	12030	18520	29588	15767	18723	6666	4593
Адміністративні витрати	5075.6	5626.4	6187	7101	7335	8359	9645	7671	7493	5924	5682
<b>Витрати на збут</b>	<b>548</b>	<b>548.4</b>	<b>1155</b>	<b>639</b>	<b>518</b>	<b>242</b>	<b>342</b>	<b>285</b>	<b>400</b>	<b>208</b>	<b>55</b>
Інші операційні витрати	19827.6	28657.3	25071	23950	21894	12791	26382	9040	17063	7958	3697

За результатами аналізу табл. 5 чистий дохід від реалізації продукції товарів, робіт, послуг має негативну динаміку. Розглянемо детальніше, у 2005 р. показник становив 15410.3 тис. грн., у 2007 р. він збільшився до 22827 тис. грн., проте вже у 2008 р. чистий дохід від реалізації продукції різко зменшився до 18696 тис. грн. та продовжив своє падіння у 2009 р. до 12279 тис. грн. Це пов'язано з економічною кризою, яка торкнулася всієї машинобудівної галузі. У 2011 р. підприємство почало відновлювати обсяги виробництва тому чистий дохід від реалізації продукції збільшився до 25464 тис. грн.. Проте у 2014 р. показник різко зменшився до 5343 тис. грн. та продовжив своє падіння до 4603 тис. грн. у 2015 р., що свідчить про зменшення обсягів виробництва та реалізації продукції виробничо-технічного призначення, що виробляє ПАТ «Харківський верстатобудівний завод».

Щодо собівартості реалізованої продукції можна зробити висновок, що спостерігається негативна динаміка, так у 2005 р. показник був на рівні 12316.4 тис. грн., у 2006 р. він зменшився на 4%, до значення 11827.2 тис. грн. Але вже у 2011р. її величина суттєво зросла до 29588 тис. грн.

За період 2012-2015 рр. собівартості реалізованої продукції з кожним роком знижувалась і у 2015 р. досягла значення 4593 тис. грн., що свідчить про зниження конкурентоспроможності і обсягу виробництва продукції.

Таким чином, за результатами аналізу адміністративні витрати починаючи з 2005 р. (5075.6 тис. грн.) постійно зростали і у 2011 р. досягли позначки у 9645 тис. грн. У 2015 р. адміністративні витрати вже становили 5682 тис. грн., що може бути пов'язано з підвищенням цін на виробничі матеріали.

Щодо витрат на збут, то спостерігається негативна динаміка для підприємства. Так 2005 р. цей показник становив 548 тис. грн., у 2007 р. відбулось зростання до 1155 тис. грн., але після цього було поступове зменшення, так в 2015 р. витрати на збут становили лише 55 тис. грн. Проте, якщо б підприємство збільшило кількість витрат на збут, це сприяло би збільшенню обсягів продажів.

На ПАТ «Харківський верстатобудівний завод» за аналізований період з 2005-2015 рр. більш ніж у 5 разів скоротились інші операційні витрати, з 19827.6 тис. грн. до 3697 тис. грн..

Аналіз загальноновиробничих витрат на ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе» приведено на табл. 6 [6].

Таблиця 6

**Загальноновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	384957	369470	418237	675976	156108	325908	713239	635893	542835	674049	513280
Собівартість реалізованої продукції	324564.7	337883	386059	631100	175531	312932	622427	569276	525843	623605	578204
Адміністративні витрати	18820.3	26714.5	32599	44962	38368	42048	39365	54547	66591	83854	108506
<b>Витрати на збут</b>	<b>29550.6</b>	<b>15337.3</b>	<b>18515</b>	<b>20047</b>	<b>12832</b>	<b>9161</b>	<b>12967</b>	<b>12549</b>	<b>12511</b>	<b>11519</b>	<b>10778</b>
Інші операційні витрати	322373.9	153637	257492	133431	79488	219992	140200	46566	48703	81711	151742

За даними табл. 6 на ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе» динаміка чистого доходу від реалізації продукції була нестабільною. У 2005 р. цей показник становив 384957 тис. грн., до 2008 р. він зріс до 675976 тис. грн., проте у 2009 р. різко знизився до 156108 тис. грн. у зв'язку з світовою економічною кризою підприємство

зазнало значних збитків. У 2011 р. підприємство поступово відновило свою роботу і досягло чистого доходу від реалізації продукції у розмірі 713239 тис. грн., проте у 2015 р. знов цей показник демонструє погіршення на 28% до 513280 тис. грн.

Щодо собівартості реалізованої продукції то її динаміка на протязі аналізованого періоду змінювалась наступним чином: у 2005 р. становила 324564.7 тис. грн., до 2008 р. стабільно зростала і становила 631100 тис. грн., проте у 2009 р. різко зменшилась до 175531 тис. грн. у зв'язку із зменшення виробництва продукції. У 2015 р. попит на продукцію виробничо-технічного призначення вироблену підприємством поступово відновився, тому значення показника зросло до 578204 тис. грн.

Динаміка адміністративних витрат свідчить про нестабільні процеси на підприємстві, так у 2005 р. показник був на рівні 18820.3 тис. грн. і вже в 2015 р. поступово збільшився до 108506 тис. грн.

Щодо витрат на збут на ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе», тут простежується негативна динаміка, яка свідчить про те що підприємство звертає небагато уваги на просування продукції. Так у 2005 р. показник був на рівні 29550.6 тис. грн., а до 2015 р. витрат на збут зменшились до 10778 тис. грн.

Динаміка інших операційних витрат, як і інші показники ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С.Орджонікідзе» має нестабільні показники, так у 2005 р. – 322373.9 тис. грн., а в 2015 р. цей показник зменшився вдвічі і становив 151742 тис. грн.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ «Харківський підшипниковий завод» приведено на табл. 7 [6].

Таблиця 7

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Харківський підшипниковий завод» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	227495.8	229724.5	313792	193457	482910	648108	815174	745751	463847	302689	327093
Собівартість реалізованої продукції	197994.1	220271	275184	366341	373188	536797	696932	647009	467903	284833	297695
Адміністративні витрати	16407	19939.7	22143	32456	37088	50421	62453	58919	54537	47428	54856
<b>Витрати на збут</b>	<b>7939.2</b>	<b>3969.1</b>	<b>4949</b>	<b>8776</b>	<b>6637</b>	<b>6464</b>	<b>7958</b>	<b>16789</b>	<b>11092</b>	<b>9275</b>	<b>11766</b>
Інші операційні витрати	101045.4	111579.9	131447	158581	313792	193457	207639	98228	78191	159497	247602

Таким чином, за результатами аналізу табл. 7 на ПАТ «Харківський підшипниковий завод» чистий дохід від реалізації продукції у 2005 р. становив 227495.8 тис. грн., до 2011 р. він збільшився майже у 4 рази до 815174 тис. грн. Проте період 2012-2015 рр. був негативним для підприємства і чистий дохід від реалізації продукції зменшився до 327093 тис. грн.

Собівартість реалізованої продукції на аналізованому підприємстві в 2005 р. становила 197994.1 тис. грн., за період 2006-2011 р. відбулось зростання до 647009 тис. грн., але вже у 2015 р. вдвічі зменшився до 297695 тис. грн., що свідчить про зменшення обсягу виробництва продукції.

Щодо адміністративних витрат, за період з 2005-2015 рр. показник збільшився з 16407 тис. грн. до 54856 тис. грн., це свідчить про збільшення загальних корпоративних витрат, витрат на утримання основних засобів або інші витрати загальногосподарського призначення.

ПАТ «Харківський підшипниковий завод» приділяє недостатню увагу стимулюванню збуту, про це свідчить негативна динаміка витрат на збут, так у 2005 р. – 7939.2 тис. грн.. У 2011 р. цей показник був на рівні 7958 тис. грн. і лише за один рік витрати на збут збільшилися вдвічі до 16789 тис. грн.. Проте у 2015 р. витрати знов зменшилися до значення 11766 тис. грн.

Щодо динаміки інших операційних витрат, так у 2005 р. – 101045.4 тис. грн., вже у 2011 р. цей показник був на рівні 207639 тис. грн.. Але лише за рік показник інших операційних витрат зменшився вдвічі і становив – 98228 тис. грн., проте у 2015 р. він збільшився до 247602 тис. грн.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ «Завод ім. Фрунзе» приведено на табл. 8 [6].

Таблиця 8

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Завод ім. Фрунзе»  
 за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	89114.3	145319.8	175220	344808	195386	250888	381768	467090	443902	398168	453306
Собівартість реалізованої продукції	65561.3	118012	140607	295622	160205	207521	318337	404776	374990	319619	346149
Адміністративні витрати	3672	5933.8	7178	9871	9999	11667	12055	17788	21367	16031	15522
<b>Витрати на збут</b>	<b>6658.6</b>	<b>9289.3</b>	<b>15571</b>	<b>19668</b>	<b>13767</b>	<b>15975</b>	<b>18990</b>	<b>24215</b>	<b>27804</b>	<b>26895</b>	<b>29356</b>
Інші операційні витрати	15471.6	16871.2	39457	54705	23895	28040	47694	9731	11432	19173	38800

Згідно з даними табл. 8., можна зробити висновок що найбільший показник чистого доходу від реалізації продукції ПАТ «Завод ім. Фрунзе» за 2005-2015 рр. був у 2012 р. – 467090 тис. грн., але у 2015 р. показник практично не змінився і становив 453306 тис. грн.

Собівартість реалізованої продукції товарів, робіт, послуг на аналізованому підприємстві у 2005 р. становила 65561.3 тис. грн. і до 2008 р. вона збільшилась до 295622 тис. грн., що свідчить про збільшення попиту на продукцію з металу, яку виробляє ПАТ «Завод ім. Фрунзе» та як наслідок збільшення обсягу виробництва. А у 2015 р. собівартість реалізованої продукції становила 346149 тис. грн.

Щодо витрат на ПАТ «Завод ім. Фрунзе» динаміка була наступна:

– адміністративні витрати у 2005 р. були на рівні 3672 тис. грн., а вже у 2015 р. становили 15522 тис. грн.;

– витрати на збут у 2005 р. становили 6658.6 тис. грн. і у збільшилися до 2015 р. 29356, що свідчить про збільшення витрат на рекламу та дослідження ринку, маркетинг та на передпродажну підготовку товарів;

– інші операційні витрати за аналізований період змінилися з 15471.6 тис. грн. у 2005 р. до 38800 тис. грн. у 2015 р.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ Харківський електротехнічний завод «Трансв'язок» приведено на табл. 9 [6].

Дослідивши діяльність ПАТ Харківський електротехнічний завод «Трансв'язок» табл. 9 доцільно зробити висновок, що чистий дохід від реалізації продукції за період 2005-2008 рр. поступово зростає з 15471,9 тис. грн. до 26398 тис. грн.

Щодо собівартості реалізованої продукції динаміка була нестабільною, так у 2005 р. – 12595 тис. грн., до 2008 р. цей показник збільшився до 21478 тис. грн. Проте у 2015 р. собівартість зменшилась до рівня 2005 р. і становила 12934 тис. грн., що свідчить про зменшення обсягу виробництва у порівнянні з 2008 р.

Таблиця 9

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ Харківський електротехнічний завод «Трансв'язок» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	15471,9	14210,8	20395	26398	17804	20232	33248	37448	19781	12485	15976
Собівартість реалізованої продукції	12595	11295,4	15828	21478	13591	16003	27488	30170	13790	9427	12934
Адміністративні витрати	1939	1790,1	2367	2707	2600	3156	3480	3590	3171	2460	2815
<b>Витрати на збут</b>	<b>263,8</b>	<b>255</b>	<b>484</b>	<b>515</b>	<b>455</b>	<b>453</b>	<b>932</b>	<b>493</b>	<b>494</b>	<b>234</b>	<b>231</b>
Інші операційні витрати	955,1	1454,7	1554	2079	1763	6432	8779	7280	2749	1069	6984

Адміністративні витрати на ПАТ Харківський електротехнічний завод «Трансв'язок» у 2005 р. становили 1939 тис. грн., за період 2006-2012 р. зросли майже у 2 рази до 3590 тис. грн. 2012 р.. Але до 2015 р. показник зменшився до рівня 2815 тис. грн.

Динаміка витрат на збут є негативною, так у 2005 р. 263,8 тис. грн., а вже у 2011 р. обсяг витрат збільшилась в 3,5 рази і становив 932 тис. грн.. Але наслідком нестабільної ситуація на підприємстві стало зменшення витрат на збут до 231 тис. грн., тобто у 4 рази менше у порівнянні з 2011 р., що погано позначається на маркетинговій та рекламній діяльності підприємства.

Щодо інших операційних витрат, то у 2005 р. вони були на рівнів 955,1 тис. грн. проте до 2015 р. цей показник збільшився до 6984 тис. грн.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря» приведено на табл. 10 [6].

Таблиця 10

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	205849,8	206305,8	269651	280010	310294	391983	—*	—*	549314	503897	400215
Собівартість реалізованої продукції	123881,3	127806,5	178563	188836	221638	276886	—*	—*	395388	379576	289922
Адміністративні витрати	10552,6	14814,7	17314	20444	20160	26033	—*	—*	-31828	-32912	59216
<b>Витрати на збут</b>	<b>2595,1</b>	<b>13166,5</b>	<b>16298</b>	<b>11920</b>	<b>11668</b>	<b>26241</b>	<b>—*</b>	<b>—*</b>	<b>-5268</b>	<b>-6008</b>	<b>9860</b>
Інші операційні витрати	58012,6	69114,2	55365	149656	96643	227153	—*	—*	-76195	-68677	307652

Примітка: \* — дані відсутні

За результатами аналізу табл. 10 чистий дохід від реалізації продукції має позитивну динаміку. За аналізований період з 2005-2015 рр. чистий дохід від реалізації збільшився практично вдвічі, з 205849,8 тис. грн. до 400215 тис. грн.

Собівартість реалізованої продукції на ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря» у 2005 р. – 123881,3 тис. грн., найбільше значення було у 2013 р. – 395388 тис. грн., проте вже у 2015 р. собівартість зменшилась до 289922 тис. грн.

Щодо адміністративних витрат, спостерігається у 2005 р. показник становив 10552,6 тис. грн., а вже у – 59216 тис. грн.

Витрати на збут ПАТ «Харківський машинобудівний завод «Світло шахтаря» на протязі аналізованого періоду постійно зростали з 2595,1 тис. грн. у 2005 р. до 9860 тис. грн.

В свою чергу, інші операційні витрати у порівнянні з попереднім роком підвищились у 2010 р. до 227153 тис. грн. у порівнянні з 2005 р., яке мало значення 58012,6 тис. грн.

Аналіз загальноновиробничих витрат на ПАТ «Електромашина» приведено на табл. 11 [6].

Таблиця 11

**Загальноновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Електромашина»  
за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	31172.6	37063.1	45902	52710	37140	67503	102801	125235	151993	166919	139221
Собівартість реалізованої продукції	27743.6	33524.4	34682	40304	28078	46109	71458	91396	102341	106221	92004
Адміністративні витрати	2908.5	3333.3	4046	6805	5755	9116	8088	9833	10098	11179	20137
<b>Витрати на збут</b>	<b>508.5</b>	<b>577.9</b>	<b>869</b>	<b>1327</b>	<b>1111</b>	<b>2035</b>	<b>10104</b>	<b>10850</b>	<b>28402</b>	<b>36801</b>	<b>18531</b>
Інші операційні витрати	11857.7	6377.1	24067	31186	40441	101738	112584	4176	5588	14873	6516

Згідно з даними табл. 11 чистий дохід від реалізації продукції на ПАТ «Електромашина» за 2010-2012 рр. збільшився майже вдвічі з 67503 тис. грн. до 125235 тис. грн., а у 2015 р. цей показник становив 139221 тис. грн.

Динаміка собівартості реалізованої продукції є позитивною, так з 2005 р. до 2015 р. збільшилась з 27743,6 тис. грн. до 92004 тис. грн., це пов'язано з підвищенням попиту на електричні машини постійного струму, краново-металургійні електродвигуни, електродвигуни для залізничного транспорту, електродвигуни для рудничних, тягових, контактних і акумуляторних електровозів, копальнева апаратура.

Адміністративні витрати дотримувались наступної динаміки, так у 2005 р. цей показник становив 2908,5 тис. грн., а 2008 р. 6805 тис. грн., що на 233%. А до 2015 р. адміністративні витрати збільшились до 20137 тис. грн.

Щодо витрат на збут ПАТ «Електромашина» за весь аналізований період стабільно збільшується з 508,5 тис. грн. у 2005 р. до 36801 тис. грн. у 2014 р., проте у 2015 р. показник зменшився вдвічі до 18531 тис. грн., що свідчить про скорочення витрат на маркетинг, рекламу та заходи щодо стимулювання збуту.

Інші операційні витрати мають негативну динаміку, так у 2005 р. показник становив 11857,7 тис. грн., але у 2006 р. зменшилась до 6377 тис. грн. А вже у 2011 р. інші операційні витрати збільшились до 112584 тис. грн., проте до 2015 р. цей показник зменшився до 6516 тис. грн., що свідчить про те, що 2015 р. був негативним для підприємства в цілому.

Аналіз загальноновиробничих витрат на ПАТ Науково-виробниче підприємство «Теплоавтомат» приведено на табл. 12 [6].

Таблиця 12

**Загальноновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ Науково-виробниче  
підприємство «Теплоавтомат» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	3822	5711.6	4326	4953	7689	13635	15962	10542	14882	6941	14332
Собівартість реалізованої продукції	2780.4	5026.3	4560	5716	5304	13650	9758	10064	9296	5642	11221
Адміністративні витрати	889.2	1071.9	1230	1096	988	1729	2318	2301	1977	1388	1827
<b>Витрати на збут</b>	<b>140.1</b>	<b>132.4</b>	<b>138</b>	<b>92</b>	<b>36</b>	<b>135</b>	<b>627</b>	<b>228</b>	<b>217</b>	<b>185</b>	<b>505</b>
Інші операційні витрати	2788.2	2070.9	1496	1907	3956	6191	5117	1994	2512	3735	5120

Дослідивши діяльність ПАТ Науково-виробниче підприємство «Теплоавтомат» (табл. 12) доцільно зробити висновок, що чистий дохід від реалізації продукції за період

2005-2015 рр. постійно зростає, і у 2015 р. становив 14332 тис. грн., що в 3,74 рази більше ніж показник у 2005 р. – 3822 тис. грн.

Щодо собівартості реалізованої продукції динаміка є нестабільною. Так, у 2005 р. цей показник становив 2780,4 тис. грн., а вже у 2006 р. збільшився до 5026,3 тис. грн., проте за період 2007-2009 рр. собівартість реалізованої продукції практично не змінилась (5304 тис. грн.). Вже у 2010 р. показник збільшився у два рази в порівнянні з попереднім роком, проте це був найбільший показник за аналізований період.

Адміністративні витрати на ПАТ Науково-виробниче підприємство «Теплоавтомат». Цей показник коливається від 889, 2 тис. грн. у 2005 р. до 1827 тис. грн. у 2015 р., з найвищим показником у 2011 р. (2318 тис. грн.).

Щодо витрат на збут, то можна зробити висновок, що обсяг витрат дуже низький, саме тому що найбільше значення було 627 тис. грн. у , а це недостатньо для ефективного просування продукції.

Інші операційні витрати за аналізований період змінюється з 2788,2 тис. грн. (2005 р.) до 5120 тис. грн. (2015 р.).

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ «Турбоатом» приведено на табл. 13 [6].

Таблиця 13

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Турбоатом» за 2005-2015 рр.  
(тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	275182.9	262843.5	334216	433069	683541	942329	1267942	1296947	1741261	1842387	2694253
Собівартість реалізованої продукції	226189.9	186991.4	229022	311601	461853	575546	661409	820850	963414	1216554	1227393
Адміністративні витрати	20789.6	23404.9	33430	44254	47282	53110	60711	70652	71748	84624	83010
<b>Витрати на збут</b>	<b>7829.3</b>	<b>7933.1</b>	<b>7961</b>	<b>25605</b>	<b>22671</b>	<b>31447</b>	<b>17188</b>	<b>32704</b>	<b>23614</b>	<b>261301</b>	<b>75619</b>
Інші операційні витрати	198171	192711.5	296946	494190	442929	698641	627840	122858	74708	153252	89747

За результатами аналізу табл. 13 на ПАТ «Турбоатом» показник чистого доходу від реалізації продукції має позитивну динаміку. Показник коливається від 275182,9 тис. грн. у 2005 р. поступово зростає до 2694253 тис. грн. у 2015 р. , це спричинено розширенням ринків збуту і обсягів поставок в більш ніж 45 країн Європи, Азії, Америки та Африки.

Щодо собівартості реалізованої продукції спостерігається позитивні тенденції, від значення 226189,9 тис. грн. у 2005 р. до 1227393 тис. грн. у 2015 р., що у 5,42 рази більше. Це свідчить про збільшення реалізованої продукції виробничо-технічного призначення підприємства, такої як парові і гідравлічні турбіни.

Адміністративні витрати у 2005 р. були на рівні 20789,6 тис. грн., проте за період 2006-2015 рр. збільшились майже на 400% до 83010 тис. грн. у 2015 р.

Щодо витрат на збут, можна зробити висновок, що ПАТ «Турбоатом» приділяє достатню увагу рекламній, маркетинговій, збутовій діяльності підприємства. Так, у 2005 р. цей показник становив 7829,3 тис. грн., за 2006-2015 рр. він постійно зростав і в 2015 р. становив 75619 тис. грн.

Інші операційні витрати за аналізований період стабільно змінюються, так у 2005 р. – 198171 тис. грн., у 2007 р. – 296946 тис. грн., у 2008 р. – 494190 тис. грн., а у 2010 р. – 698641 тис. грн., у 2012 р. 122858 тис. грн., проте у 2015 р. – 89747 тис. грн.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ «Завод Промзв'язок» приведено на табл. 14 [6].

Таблиця 14

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Завод Промзв'язок»  
за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	1600.6	1562.2	1380	1532	809	623	1337	378	0	0	41
Собівартість реалізованої продукції	1131.9	1016.6	1027	1062	500	1143	1427	571	0	0	39
Адміністративні витрати	560.5	567	874	960	616	908	1296	1040	1063	1059	920
<b>Витрати на збут</b>	121	163.2	137	155	120	135	204	73	2	3	3
Інші операційні витрати	522.1	657.3	901	1613	1434	559	1526	2357	1894	2792	2283

У відповідності з даними табл. 14 чистий дохід від реалізації продукції має негативну динаміку, саме тому що на початку аналізованого періоду (2005 р.) він мав значення 1600,6 тис. грн., але вже за 2006-2012 рр. зменшилась до 571 тис. грн., а у 2015 р. різко впало до 41 тис. грн.

Собівартість реалізованої продукції, показники, як і інші мають негативну динаміку, від 1131,9 тис. грн. у 2005 р., до 39 тис. грн., що свідчить про різке зниження попиту на продукцію вироблену підприємством.

Динаміка адміністративних витрат, витрат на збут та інших операційних витрат є нестабільною, за аналізований період 2005-2015 рр. ці показники зменшились. Особливо це стосується витрат на збут, показник у 2005 р. був 121 тис. грн. і зменшився до критичного значення у 3 тис. грн.

Аналіз загальновиробничих витрат на ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» приведено на табл. 15 [6].

Таблиця 15

**Загальновиробничі витрати та витрати на збут ПАТ «Вовчанський агрегатний завод» за 2005-2015 рр. (тис. грн.)**

Стаття	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Чистий дохід від реалізації продукції	28848.9	38398.8	62871	76776	99518	114104	156689	164299	152223	157707	153726
Собівартість реалізованої продукції	23600.7	30575	44107	56378	63193	84731	85755	-99394	93634	81635	86434
Адміністративні витрати	1707.4	1901.9	2220	2400	2940	3248	5225	-15522	15427	15112	17227
<b>Витрати на збут</b>	1476.9	1148.8	2034	2500	2727	3246	7428	-9323	7637	8218	12525
Інші операційні витрати	19260.1	19909.2	41444	59471	59504	98474	130626	-12980	14354	36922	41583

За результатами аналізу табл. 15, можна зробити висновок, що динаміка чистого доходу від реалізації продукції є позитивною, саме тому що за період 2010 р. цей показник збільшився до 114104 тис. грн., вже у 2012 р. становив 164299 тис. грн. .

Данні щодо собівартості реалізованої продукції свідчать про стабільну реалізацію продукції на ПАТ «Вовчанський агрегатний завод». Так, найбільше значення цього показника було у 2012 р. – 99394 тис. грн.

Адміністративні витрати за аналізований період 2005-2015 р. змінювались наступним чином: 2005 р. – 1707.4 тис. грн., 2010 р. – 3248 тис. грн., 2011 р. – 5225 тис. грн., 2013 р. – 15427 тис. грн., 2015 р. – 17227 тис. грн., що майже в 10 разів більше ніж на початку аналізованого періоду.

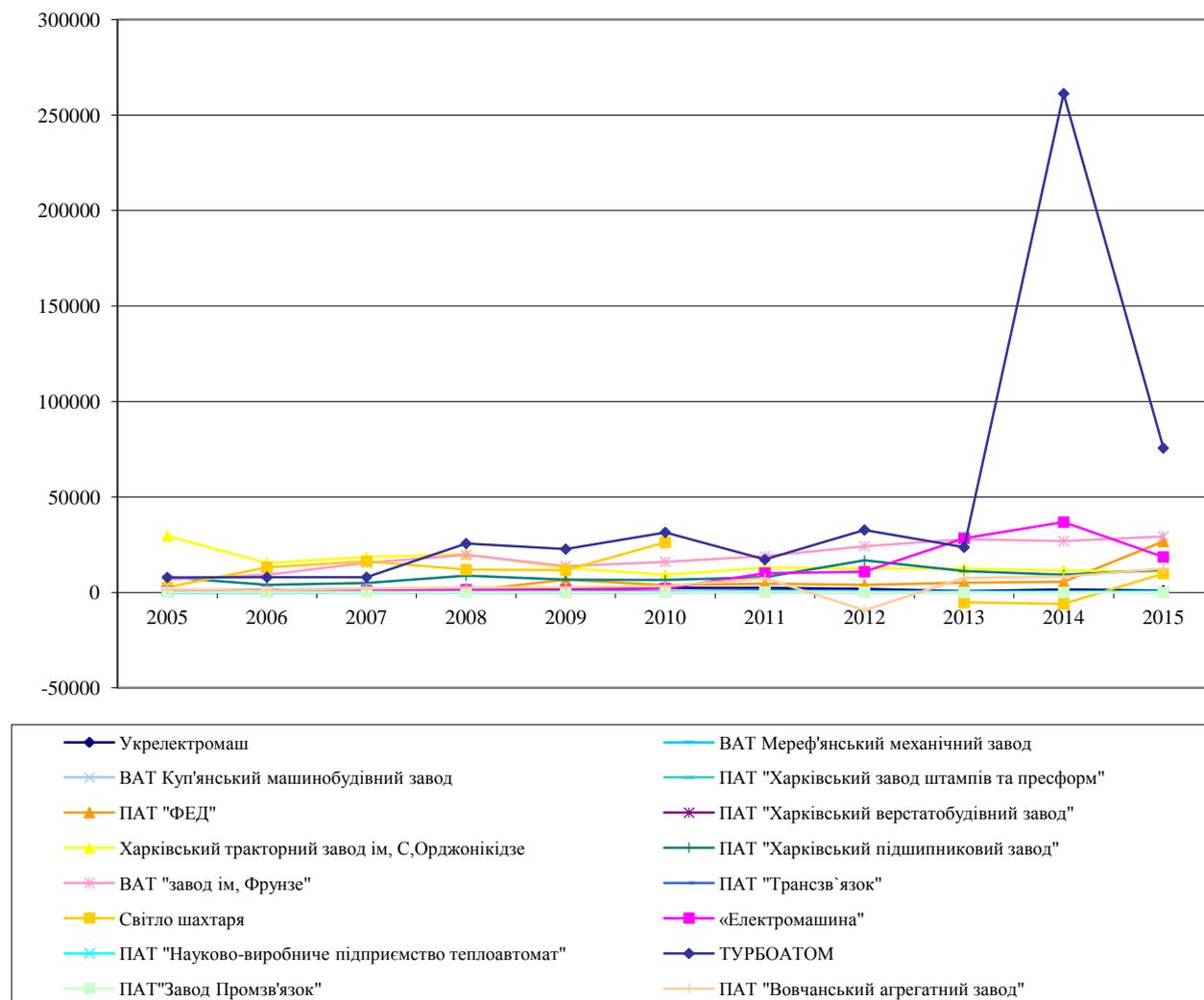
Щодо витрат на збут, простежується наступна тенденція – у 2005 р. витрати становили 1476.9 тис. грн., вже у 2010 р. – 3246 тис. грн., до 2011 р. витрати збільшились у 2,3 рази і становили 7428 тис. грн., а 2015 р. ще у 1,7 разів до показника 12525 тис. грн.

Інші операційні витрати лише за один рік збільшились з 59504 тис. грн. (2009 р.) до 98474 тис. грн., що на 165 % більше, а в 2011 р. зросли ще до 132 % у порівнянні з попереднім роком до 130626 тис. грн.

Проведене дослідження свідчить про те що на більшості машинобудівні підприємств Харківського регіону простежується нестійкі тенденції чистого доходу від реалізації продукції, з цього можна зробити висновок що машинобудівна галузь України поступово відновлює свої потужності.

Позитивна динаміка собівартості реалізованої продукції дозволяє зробити висновок, що на машинобудівних підприємствах збільшується обсяг реалізованої продукції виробничо-технічного призначення.

Порівняємо витрати на збут на аналізованих підприємствах. На рис. 1 представлено аналіз витрат на збут підприємств машинобудівного комплексу Харківської області за період 2005-2015 рр.



**Рис. 1. Динаміка витрат на збут підприємств машинобудівного комплексу Харківської області за період 2005-2015 рр.**

Дані рис. 1 витрати на збут підприємств машинобудівного комплексу Харківського регіону, до яких входять витрати на маркетинг та рекламу, підтверджують незначну позитивну динаміку їх зміни. Позитивна динаміка особливо помітна на ДП «Харківський

машинобудівний завод «ФЕД», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ Науково-виробниче підприємство «Теплоавтомат», ПАТ «Вовчанський агрегатний завод». Тому доцільно очікувати активізації збутової діяльності саме на цих підприємствах машинобудівного комплексу.

#### **Висновки та перспективи подальших досліджень.**

Загальноекономічний стан промисловості України є достатньо складним. Аналіз виробництва промислової та машинобудівної продукції показав її значну негативну динаміку в Україні, проте для рекламних стратегій важливим є не тільки аналіз виробництва продукції, а і її реалізації. Аналіз показників витрат на збут має важливе значення та дає змогу зробити висновок про наявність нестійких тенденцій пов'язаних з економічною ситуацією в країні, зменшенням ринків збуту та загальносвітовими тенденціями розвитку машинобудівної галузі.

Обґрунтоване зростання витрат на збут сприяло би збільшенню обсягів продажів, зміцненню іміджу, тому доцільно звернути увагу на управління не тільки величиною витрат на збут і реалізацію продукції, а й структурою, збільшуючи частку витрат на участь у ярмарках, виставках, конкурсах, що підвищить статус підприємства на промисловому ринку.

#### **Література**

1. Безверхий К. В. Організація обліку процесу виробництва на промислових підприємствах [Електронний ресурс] / К. Безверхий // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2013. – № 3. – С. 97-113. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu\\_2013\\_3\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2013_3_9)
2. Безверхий К. В. Перше національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку: а що буде далі? [Електронний ресурс] / К. В. Безверхий // Облік і фінанси. – 2013. – № 2. – С. 8-12. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_ark\\_2013\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_ark_2013_2_3)
3. Бойчук А. А. Облік та аналіз витрат на виробництво (на прикладі підприємств пивоварної промисловості України) [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.04 / Бойчук Антоніна Анатоліївна ; Київ. нац. екон. ун-т МОН України. – К., 2004. – 250 с.
4. Іванюта О.В. Економічний аналіз стану загальновиробничих витрат великих промислових підприємств / О.В. Іванюта // ВІСНИК ЖДТУ. – 2014. – № 2 (68) – С. 41-43.
5. Мазуренко О.М. Облік загальновиробничих витрат у системі управління підприємством / О.М. Мазуренко // Міжнародний збірник наукових праць. – Випуск 3 (12). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eztuir.ztu.edu.ua/4407/1/324.pdf>
6. Офіційний сайт Держкомстату України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://smida.gov.ua>
7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 "Витрати", затверджене наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р., № 318. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0027%2D00&p=154500791191400>
8. Примаченко О.Л. Організація обліку загальновиробничих витрат на сільськогосподарських підприємствах / О.Л. Примаченко // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – К. : КНЕУ, 2011. – Ч. 2. – С. 459-465.
9. Чупир О. М. Тенденції розвитку машинобудівного комплексу України: сучасний стан і перспективи / О. М. Чупир // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 43. – С. 31-38.

10. Чуприна Л.В. Основні проблеми розподілу загальнопромислових витрат підприємств України / Л.В. Чуприна // ХІФ УДУФМТ. – Х. – 2012. – С. 172-176.

#### References

1. Bezverkhy K. V. Orhanizatsiya obliku protsesu vyrobnytstva napromyslovykh pidpryyemstvakh [Elektronnyy resurs] / K. Bezverkhy // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. – 2013. – № 3. – S. 97-113. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu\\_2013\\_3\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2013_3_9)
2. Bezverkhy K. V. Pershe natsional'ne polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku: a shcho bude dali? [Elektronnyy resurs] / K. V. Bezverkhy // Oblik i finansy. – 2013. – № 2. – S. 8-12. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif\\_apk\\_2013\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Oif_apk_2013_2_3)
3. Boychuk A. A. Oblik ta analiz vytrat na vyrobnytstvo (na prykladi pidpryyemstv yuvovarnoyi promyslovosti Ukrayiny) [Tekst] : dys. ... kand. ekon. nauk : 08.06.04 / Boychuk Antonina Anatoliyivna ; Kyiv. nats. ekon. un-t MON Ukrayiny. – K., 2004. – 250 s.
4. Ivanyuta O.V. Ekonomichnyy analiz stanu zahal'novyrobnychkykh vytrat velykykh promyslovykh pidpryyemstv / O.V. Ivanyuta // VISNYK ZhDTU. – 2014. – № 2 (68) – S. 41-43.
5. Mazurenko O.M. Oblik zahal'novyrobnychkykh vytrat u systemi upravlinnya pidpryyemstvom / O.M. Mazurenko // Mizhnarodnyy zbirnyk naukovykh prats'. – Vypusk 3 (12). [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://eztuir.ztu.edu.ua/4407/1/324.pdf>
6. Ofitsiyinyy sayt Derzhkomstatu Ukrayiny. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <http://smida.gov.ua>
7. Polozhennya (standart) bukhhalters'koho obliku 16 "Vytraty", zatverdzhene nakazom Ministerstva finansiv Ukrayiny vid 31 hrudnya 1999 r., № 318. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.minfin.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0027%2D00&p=154500791191400>
8. Prymachenko O.L. Orhanizatsiya obliku zahal'novyrobnychkykh vytrat na sil'skohospodars'kykh pidpryyemstvakh / O.L. Prymachenko // Formuvannya rynkovoyi ekonomiky: zb. nauk. pr.. – K. : KNEU, 2011. – Ch. 2. – S. 459-465.
9. Chupyr O. M. Tendentsiyi rozvytku mashynobudivnoho kompleksu Ukrayiny: suchasnyy stan i perspektyvy / O. M. Chupyr // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2013. – № 43. – S. 31-38.
10. Chupryna L.V. Osnovni problemy rozpodilu zahal'novyrobnychkykh vytrat napidpryyemstvakh Ukrayiny / L.V. Chupryna // KhIF UDUFMT. – Kh. – 2012. – С. 172-176.

УДК 339:330.341.1

Ганна В. Демченко

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*  
**АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ В  
УМОВАХ ІНТЕНСИВНОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

*У статті проаналізовано рівень інноваційної активності промисловості України. За допомогою кластерного аналізу визначено провідні галузі промисловості країни. Запропоновано напрями стимулювання активізації інноваційної діяльності промисловості, що полягають в удосконаленні нормативно-правової бази у сфері інноваційного розвитку, стимулюванні розвитку інноваційної інфраструктури та здійсненні інноваційної діяльності в промисловості шляхом поєднання зусиль держави, бізнесу та наукових установ.*

**Ключові слова:** галузь, інновації, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, інноваційна інфраструктура, кластер, промисловість.

Анна В. Демченко

*Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця*  
**АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ  
В УСЛОВИЯХ ИНТЕНСИВНОГО РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

*В статье проанализирован уровень инновационной активности промышленности Украины. С помощью кластерного анализа определены ведущие отрасли промышленности страны. Предложены направления стимулирования активизации инновационной деятельности промышленности, которые заключаются в совершенствовании нормативно-правовой базы в сфере инновационного развития, стимулировании развития инновационной инфраструктуры и осуществлении инновационной деятельности в промышленности путем объединения усилий государства, бизнеса и научных учреждений.*

**Ключевые слова:** отрасль, инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, инновационная инфраструктура, кластер, промышленность.

Anna V. Demchenko

*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics*  
**ANALYSIS OF INNOVATION ACTIVITY IN UKRAINIAN INDUSTRY UNDER  
INTENSIVE DEVELOPMENT OF WORLD ECONOMY**

*The article analyzes the level of innovation activity in Ukrainian industry. Using a cluster analysis the key national industries are identified. The directions to enhance the innovation activity in industry are suggested, which refer to facilitating the regulatory framework in the area of innovation development, stimulating the development of innovation infrastructure and the implementation of innovations in industry through bringing together the efforts of government, business and academia.*

**Keywords:** industry, innovation, innovation activity, innovative development, innovation infrastructure, cluster, industry.

**Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** В сучасних умовах інтенсивного розвитку світової економіки техніко-технологічні, організаційні та структурні інновації являють собою підґрунтя конкурентного середовища країни та джерело конкурентних переваг, саме досягнення науки та технологій змусили переорієнтувати політику високорозвинених країн з науково-технічної на інноваційну. Рівень інноваційності

держави більшою мірою залежить від розвитку промисловості у цьому напрямі [7]. Промислові підприємства мають суттєвий вплив на темпи та напрями розвитку науково-технічного прогресу, вони є мультиплікаторами інших галузей [2], впливаючи таким чином на зростання продуктивності праці та інших економічних показників, що визначають ефективність розвитку загального виробництва на рівні країни. Доля продукції вітчизняної промисловості в експортному секторі визначає роль та місце країни в міжнародних економічних інтеграційних процесах. Саме тому проблема підвищення рівня інноваційної активності набуває особливої актуальності.

**Аналіз останніх публікацій по проблемі.** Питання оцінки сучасного стану інноваційної активності промисловості України та її підприємств привертає увагу багатьох вчених. Значний вклад щодо вивчення цього процесу внесли наступні вітчизняні дослідники: Л.Л. Антонюк [1], В.М. Геєц [3], Л.І. Федулова [10], П.С. Хорів [11], О.М. Ястремська [5], однак ця категорія не є статичною, вона постійно змінюється, тому питання регулярного аналізу з метою виявлення основних тенденцій, а саме визначення негативних факторів впливу та розробка заходів щодо стимулювання її активізації залишаються актуальними.

**Метою** статті є дослідження сучасного стану інноваційної діяльності промисловості України та узагальнення отриманої інформації для розробки і впровадження напрямів щодо підвищення рівня її інноваційної активності.

**Виклад основних результатів та їх обґрунтування.** Активність інноваційної діяльності формується під впливом багатьох чинників, серед основних можна виділити наступні: економічна політика держави, ступінь її інноваційної орієнтації, а саме наявність пільг та державної підтримки, зв'язків між практичними завданнями, які стоять перед конкретними галузями та дослідженнями і здійснюються науково-дослідними інститутами, вищими навчальними закладами та окремими винахідниками; специфіка галузевої приналежності підприємства, наявність достатнього рівня матеріальних, фінансових, інформаційних та трудових ресурсів, фінансовий стан та фінансові результати діяльності підприємства тощо.

Детальний аналіз сучасного стану активності інноваційної діяльності промисловості України було проведено із застосуванням методики кластерного аналізу.

Кластерний аналіз – це багатовимірна статистична процедура, яка виконує збір даних, що містять інформацію про вибірку об'єктів і потім упорядковує об'єкти в порівняно однорідні групи – кластери [8]. Основна мета кластерного аналізу – знаходження груп схожих об'єктів у вибірці.

На основі [11] для дослідження було обрані наступні показники:

- кількість підприємств, що здійснюють інноваційну діяльність (П1);
- обсяг витрат на інноваційну діяльність (П2);
- кількість підприємств, що впроваджують інновації (П3);
- кількість впроваджених нових технологічних процесів (П4);
- кількість освоєних у виробництві інноваційних видів продукції (П5);
- кількість підприємств, що впроваджували організаційні інновації (П6);
- кількість підприємств, що впроваджували маркетингові інновації (П7);
- кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (П8);
- обсяг реалізованої інноваційної продукції (П9);
- обсяг реалізованої інноваційної продукції за кордон (П10).

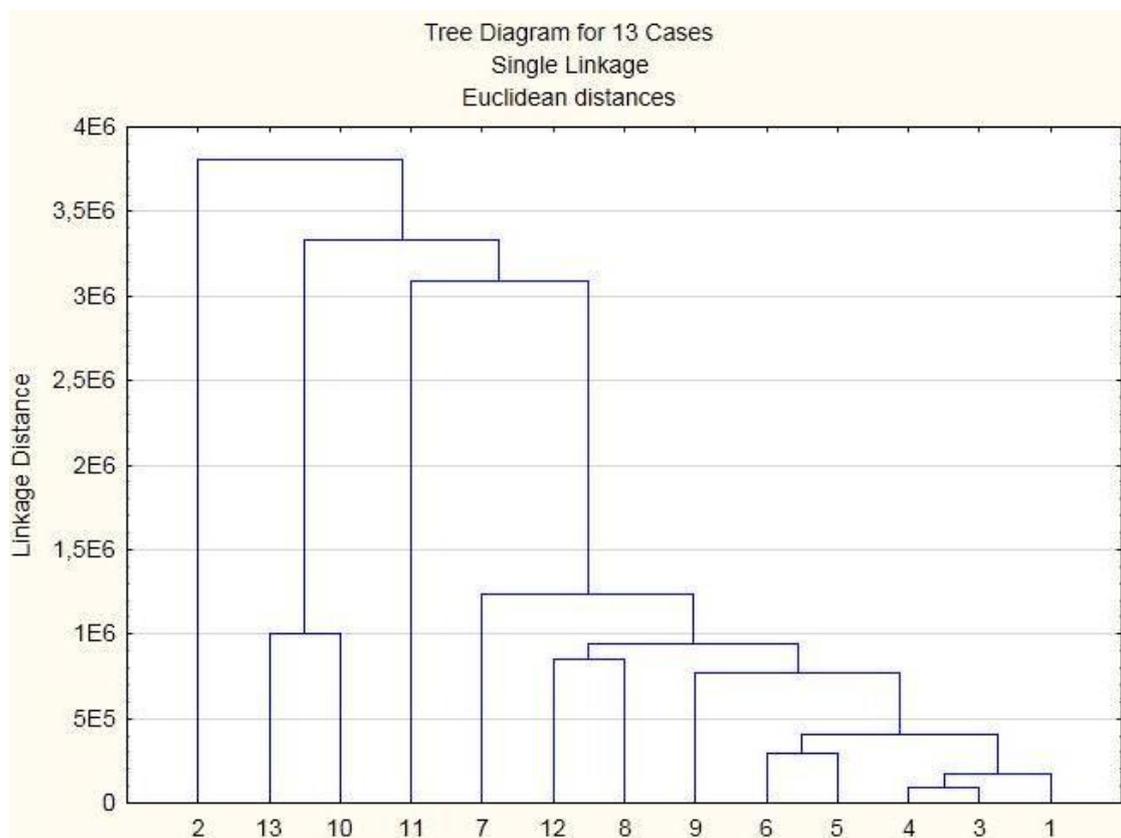
Вихідні дані для групування промислових підприємств представлено в табл. 1 [9].

Таблиця 1

**Вхідні дані для групування галузей промисловості України за інноваційною активністю за 2014р.**

Галузі	П1	П2	П3	П4	П5	П6	П7	П8	П9	П10
Добування корисних копалин (С1)	27	206620,7	15	7	1	0	0	5	48942,5	0
Виробництво харчових продуктів (С2)	420	1566274,9	348	164	175	21	47	276	7275705,7	115142,2
Текстильне виробництво (С3)	69	59357,6	51	27	21	0	0	20	112341,2	59983,6
Виробництво шкіри, виробів зі шкіри (С4)	12	6635,2	9	5	2	3	6	18	40101,5	43391,8
Обробка деревини та виробництво виробів з деревини (С5)	56	823,8	43	15	9	0	0	43	510522,3	17068,2
Целюлозо - паперова промисловість (С6)	78	275603,0	51	34	21	6	10	25	557028,4	105223,7
Виробництво коксу (С7)	38	180292,3	6	2	5	1	1	6	2636472,0	126847,7
Хімічне виробництво (С8)	189	976313,1	105	44	56	8	6	63	1812759,4	588855,1
Виробництво гумових та пластмасових виробів (С9)	67	146009,0	53	25	25	0	0	96	1293784,5	302207,7
Металургійне виробництво (С10)	144	1076350,5	112	58	57	0	0	30	6665493,7	4787691,3
Виробництво машин та устаткування (С11)	186	1381617,1	163	80	118	9	12	59	3758578,7	3192472,7
Виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування (С12)	150	292723,7	126	46	88	9	9	57	1780477,8	1089337,4
Виробництво транспортного устаткування (С13)	90	1404802,7	77	49	53	11	11	72	7039512,1	3915708,6

На основі представлених вище даних Державного комітету статистики [4] та за допомогою пакету прикладних програм Statistica 6.0 було отримано дерево-граф поєднань галузей економічної діяльності. Виходячи з рис. 1, можна виділити три кластери, що відповідно охоплюють галузі із високим, середнім та низьким рівнем інноваційної активності (рис. 1).



**Рис.1. Дерево-граф поєднань галузей економічної діяльності за рівнем економічної діяльності**

Для отримання більш точного результату додатково було застосовано методу кластеризації К-середніх, мета якого полягає в розділенні  $n$  спостережень на  $k$  кластерів, таким чином, щоб кожне спостереження належало до кластеру з найближчим до нього середнім значенням. Метод базується на мінімізації суми квадратів відстаней між кожним спостереженням та центром його кластера [8].

Розглянемо склад отриманих кластерів, що представлені у табл. 2.

Таблиця 2

### Групування промислових галузей за рівнем інноваційної активності

Кластер	Галузі
Галузі із високим рівнем інноваційної активності	виробництво харчових продуктів; металургійне виробництво; виробництво машин та устаткування; виробництво транспортного устаткування;
Галузі із середнім рівнем інноваційної активності	виробництво коксу; хімічне виробництво; виробництво гумових та пластмасових виробів;
Галузі з низьким рівнем інноваційної активності	добування корисних копалин; текстильне виробництво; виробництво шкіри, виробів зі шкіри; обробка деревини та виробництво виробів з деревини; целюлозо - паперова промисловість.

Отже, у структурі галузей, що мають найвищий рівень інноваційної активності в Україні, виявилися виробництво харчових продуктів; металургійне виробництво; виробництво машин та устаткування; виробництво транспортного устаткування.

Значним є перелік галузей з низьким рівнем інноваційної активності, до складу цього кластеру увійшли: добування корисних копалин; текстильне виробництво; виробництво шкіри, виробів зі шкіри; обробка деревини та виробництво виробів з деревини; целюлозо - паперова промисловість).

Навіть серед лідерів слід зазначити про певні недоліки як у сучасному технічному стані галузей, так і у проведенні модернізації підприємств. Одним із головних залишається низька частка інновацій, слабкий зв'язок вітчизняної науки з виробництвом, незатребуваність більшості перспективних вітчизняних наукових розробок підприємствами через відсутність реальних механізмів взаємодії приватних підприємств і державних наукових закладів. Практика свідчить, що власники вітчизняних промислових підприємств з прагматичних міркувань фінансують лише ті розробки, які дають негайну гарантовану віддачу. Тому, проводячи модернізації виробництва, найчастіше віддається перевага закупівлі готового обладнання і готових технологій провідних західних фірм [2]. Так, з використанням сучасної техніки добувається лише 10% нафти; у хімічній промисловості частка прогресивних матеріалів у 2-3 рази менша, ніж у розвинених країнах; у машинобудуванні 20% продукції відповідає світовому рівню; у чорній металургії на застарілому обладнанні виробляється 60% сталі [9].

В Україні спостерігається переважання сировинної складової у структурі промисловості [2], що більшою мірою розраховано на потреби експорту, це сприяє залежності від кон'юнктури зовнішнього ринку та стримує розвиток виробництва. Водночас саме структурно-інноваційне вдосконалення стає визначальним фактором розвитку та підвищення конкурентоспроможності промислової продукції в сучасних умовах [12].

Переважна більшість виробництв відноситься до третього та четвертого технологічних укладів, тобто до технологій минулого століття, небагато підприємств орієнтуються на технології п'ятого укладу [2]. Країни та підприємства, що будуть у

подальшому постачати на світові ринки сировину або паливо, не впишуться у економіку знань, яку вже практично сформовано, де панують високотехнологічні інноваційні виробництва та досягнення значного інженерного рівня виконання [2].

Істотним фактором, що стримує інноваційну активність промислових галузей, на думку науковців [11], також є відсутність платоспроможного попиту на інноваційну продукцію. Це викликано, перш за все, невисокими темпами становлення відповідного ринку інноваційної продукції в Україні, неспроможністю більшості вітчизняних підприємств виступати в якості рівноправних партнерів на світовому рівні, оскільки інноваційний продукт західного виробництва має переваги для вітчизняних споживачів.

Аналіз фахових джерел [1-3] дозволив виділити наступні напрями стимулювання активізації інноваційної діяльності промисловості:

- удосконалення нормативно-правової бази у сфері інноваційного розвитку, що сприятиме розвитку підприємництва, обмеженню монополії та стимулюванню конкуренції;
- створення умов для виникнення попиту на інноваційний продукт в межах країни;
- стимулювання розвитку інноваційної інфраструктури, а саме:
  - фінансової – створення венчурних, інвестиційних фондів, субсидування наукових досліджень в пріоритетних галузях із одночасним збільшенням фінансування інноваційної діяльності підприємницьким сектором;
  - виробничо-технологічної – розвиток інфраструктури: технопарків, інноваційно-технологічних центрів, бізнес-інкубаторів, центрів трансферу технологій;
  - інформаційної – створення єдиної бази даних інноваційних проєктів, аналітичних та статистичних центрів;
  - кадрової – забезпечення освітніми закладами умов з підготовки та перепідготовки кадрів у сфері інновацій; впровадження експертно-консалтингових послуг з питань інтелектуальної власності, стандартизації, сертифікації тощо.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Промислове виробництво залишається найважливішою складовою господарського комплексу, динаміка і структура розвитку якої мають визначальний вплив на економічний і соціальний розвиток країни. Успішне здійснення інноваційної діяльності у промисловості передбачає об'єднання зусиль держави, бізнесу, наукових організацій, перехід до підтримки конкурентоспроможних промислових об'єктів, що обумовлює першочергову необхідність технічного переозброєння промисловості та підйому наукоємних галузей виробництва. Метою подальших досліджень є визначення рівня інноваційної активності провідних промислових підприємств Харківської області.

### Література

1. Антонюк Л. Л. Актуальні проблеми інноваційного розвитку України на сучасному етапі // Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: [Текст] монографія; за заг. ред. [О. І. Амоші, В. П. Антонюк, А. І. Землянкін та ін.] / НАН України. Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2007. – 328 с.
2. Васильєва Т. А. Інноваційна складова в структурі макроекономічних індикаторів економічного розвитку : [Текст] монографія / [Т. А. Васильєва.] – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 118 с.
3. Геєц В. М. Інноваційні перспективи України : [Текст] монографія / [В. М. Геєц, В. П. Семиноженко]. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.

4. Державна служба статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Петрова І. Л. Інноваційна діяльність: стимули та перешкоди: [Текст] монографія / [І. Л. Петрова, Т. І. Шпильова, Н. П. Сисоліна]; за заг. ред. проф. І. Л. Петрової – К. : Дорадо, 2010. – 320 с.
6. Кузьмін О. Є. Економіка інноваційного підприємства / [О. Є. Кузьмін, І. Н. Пащенко, Л. І. Чернобай, А. О. Босак]. – Львів: Львівська політехніка, 2009. – 456 с.
7. Лепа Н. Н. Моделирование процессов управления развитием промышленных предприятий : [Текст] монография / [Н. Н. Лепа, Р. Н. Лепа, А. И. Пушкар] ; НАН Украины, Ин-т экономики пром-ти ; под ред. Н.Н. Лепы. – Донецк : Юго-Восток, ЛТД, 2005. – 347 с.
8. Мандель И. Д. Кластерный анализ [Текст] / [И. Д. Мандель]. М. : Финансы и статистика, 1988. – 176 с.
9. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Статистичний збірник –К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2014. –282 с.
10. Федулова Л. І. Концептуальні засади економіки знань [Текст] / [Л. І. Федулова] // Економічна теорія. – 2008. – № 2. – С. 37–59.
11. Харів П. С., Собко О. М. Активізація інноваційної діяльності промислових підприємств регіону [Текст] / [П.С. Харів, О.М. Собко]. – Тернопіль : ТАНГ, 2003. – 180 с.
12. Ястремська О.М. Основні латентні тенденції інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств [Текст] / [О.М. Ястремська] // Інновації: проблеми науки та практики. – Х.: ВД «ІНЖЕК». – 2007. – С. 110-164.

#### References

1. Antonyuk L. L. Aktual'ni problemy innovatsiynoho rozvytku Ukrayiny na suchasnomu etapi // Aktyvizatsiya innovatsiynoyi diyal'nosti: orhanizatsiyno-pravove ta sotsial'no-ekonomichne zabezpechennya: [Tekst] monohrafiya; za zah. red. [O. I. Amoshi, V. P. Antonyuk, A. I. Zemlyankina ta in.] / NAN Ukrayiny. In-t ekonomiky promyslovosti. – Donets'k, 2007. – 328 s.
2. Vasyl'yeva T. A. Innovatsiyna skladova v strukturі makroekonomichnykh indyikatoriv ekonomichnoho rozvytku : [Tekst] monohrafiya / [T. A. Vasyl'yeva.] – Cumy : DVNZ «UABS NBU», 2010. – 118 s.
3. Heyets V. M. Innovatsiyni perspektyvy Ukrayiny : [Tekst] monohrafiya / [V. M. Heyets, V. P. Semynozhenko]. – Kharkiv : Konstanta, 2006. – 272 s.
4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrayiny : [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Petrova I. L. Innovatsiyna diyal'nist': stymuly ta pereshkody: [Tekst] monohrafiya / [I. L. Petrova, T. I. Shpyl'ova, N. P. Sysolina]; za zah. red. prof. I. L. Petrovoyi – K. : Dorado, 2010. – 320 s.
6. Kuz'min O. Ye. Ekonomika innovatsiynoho pidpryyemstva / [O. Ye. Kuz'min, I. N. Pashchenko, L. I. Chernobay, A. O. Bosak]. – L'viv: L'vivs'ka politekhnikha, 2009. – 456 s.
7. Lepa N. N. Modelirovanie protsessov upravleniya razvitiem promyshlennykh predpriyatiy : [Tekst] monografiya / [N. N. Lepa, R. N. Lepa, A. I. Pushkar'] ; NAN Ukrainy, In-t ekonomiki prom-ti ; pod red. N.N. Lepy. – Donetsk : Yugo-Vostok, LTD, 2005. – 347 s.
8. Mandel' I. D. Klasternyy analiz [Tekst] / [I. D. Mandel']. M. : Finansy i statistika, 1988. – 176 s.

- 
9. Naukova ta innovatsiyna diyal'nist' v Ukraini : Statystychnyy zbirnyk – K. : DP «Informatsiyno-vydavnychyy tsentr Derzhkomstatu Ukrainy», 2014. – 282 s.
  10. Fedulova L. I. Kontseptual'ni zasady ekonomiky znan' [Tekst] / [L. I. Fedulova] // Ekonomichna teoriya. – 2008. – № 2. – S. 37–59.
  11. Khariv P. S., Sobko O. M. Aktyvizatsiya innovatsiynoyi diyal'nosti promyslovykh pidpryyemstv rehionu [Tekst] / [P.S. Khariv, O.M. Sobko]. – Ternopil' : TANH, 2003. – 180 s.
  12. Yastrems'ka O.M. Osnovni latentni tendentsiyi innovatsiyno-investytsiynoyi diyal'nosti promyslovykh pidpryyemstv [Tekst] / [O.M. Yastrems'ka] // Innovatsiyi: problemy nauky ta praktyky. – Kh.: VD «INZhEK». – 2007. – S. 110-164.

## ЗАПРОШУЄМО ДО СПІВРОБІТНИЦТВА

Київський національний університет технології та дизайну видає з 1999 року періодичний науковий економічний журнал «Вісник КНУТД», серія «Економічні науки».

Журнал визнаний ВАК України фаховим з економічних наук. З моменту свого заснування журнал став сполучною ланкою між науковцями і практиками, які працюють у науково-дослідних закладах, вищій школі, економіці, державних установах України і зарубіжжя, між усіма тими, хто переймається проблемами розвитку економіки в ринкових умовах. Активна участь в наукових публікаціях на шпальтах журналу сприяє розвитку фундаментальних та прикладних досліджень з усіх напрямків економічних наук, посиленню впливу економіки на вирішення правових, політичних, соціальних, екологічних та інших проблем розвитку суспільства, входженню України в міжнародні економічні союзи.

Журнал є дуже цікавим для науковців, аспірантів, студентів, фахівців національного господарства, державних службовців.

**Рубрики журналу «Вісник КНУТД», серія «Економічні науки»:**

- **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**
- **МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ**
- **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ**
- **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА**

Періодичність видання – 6 раз на рік. Журнал видається українською, російською, англійською мовами, анотації – українською, російською і англійською мовами. Матеріали, що надходять для публікації в журналі, проходять рецензування з боку членів редакційної колегії, розглядаються та рекомендуються Вченою радою Київського національного університету технології та дизайну до друку.

**01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 1, к. 250**  
**тел./факс: +38 (044) 280-60-47**

**Інформаційна довідка  
ДО УВАГИ АВТОРІВ ЖУРНАЛУ  
«Вісник Київського національного університету технологій та дизайну»  
серія «Економічні науки»**

Редакційна колегія журналу «Вісник Київського національного університету технологій та дизайну» приймає до розгляду наукові статті авторів за матеріалами досліджень і науково-технічних розробок. Подані статті розглядаються редакційною колегією журналу «Вісник КНУТД» і після отримання позитивної рецензії приймаються до публікації.

**ПРАВИЛА ПОДАННЯ РУКОПИСІВ СТАТЕЙ**

Для публікації автори подають в редакцію журналу:

1. **Рукопис статті** з анотаціями російською та англійською мовами, які розміщуються після тексту статті (роздрукований з електронного варіанта статті (файлу), підписаний авторами, в **2 (двох) примірниках**). Один примірник передається для редакторської роботи та рецензування.

2. **Електронний варіант статті** з анотаціями російською та англійською мовами, які розміщуються після тексту статті (файл на CD- або CD-RW-дисках). Файл статті повинен мати таку назву (англ. мовою): П.І.Б. (автора статті англ. мовою) Stat.  
**Наприклад: Karpenko\_Stat**

3. **Електронний файл та роздрукований варіант інформації про автора** (-ів) подається українською, російською та англійською мовами. Фото авторів обов'язкове, розмір 3x4, формат файлу jpg. Файл інформації повинен мати таку назву (англ. мовою): П.І.Б. (автора статті англ. мовою) Inform\_engl.  
**Наприклад: Karpenko\_ Inform\_engl**.

Алгоритм оформлення авторських даних такий:

**Алгоритм оформлення авторських даних:**

	Англійською МОВОЮ	Українською МОВОЮ	Російською МОВОЮ
Прізвище Ім'я По-батькові			
посада кафедра назва вищого навчального закладу, місто, вчене звання, вчена ступінь			
(Робоча адреса) індекс, область, місто, вулиця, будинок			
(Домашня адреса) індекс, область, місто, вулиця, будинок, квартири			
(телефон – краще мобільний); (E-mail)			
Наукові інтереси			
Фото авторів			

4. **Рецензія** на статтю, підписана доктором наук за напрямом наукової діяльності (підпис рецензента повинен бути засвідчений установою).

5. **Оригінал платіжного документу**, який засвідчує оплату за публікацію. **Оплата здійснюється після рецензування та прийняття статті до друку.**

6. **Договір** з підписами авторів про те, що надіслана стаття не друкувалася і не подана до інших видань.

7. **Заява** на друк.

### **Вимоги до структури та оформлення матеріалів:**

– прізвище, ім'я та по-батькові автора (співавторів) – повністю, без скорочень, вчене звання, вчена ступінь, точна назва посади та місця роботи (повна назва кафедри або іншого структурного підрозділу, без абревіатур), робоча та домашня поштові адреси з індексами, електронна адреса (дуже бажано особиста, а не кафедральна), робочий, домашній та мобільний номери телефонів, основні наукові інтереси (найчастіше – тематика дисертаційного дослідження);

– анотація трьома мовами (укр., рос., англ.); ключові слова – теж трьома мовами, 5-6 позицій;

– структура тексту статті: **постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями; аналіз останніх публікацій по проблемі; невирішені частини дослідження, мета дослідження, виклад основних результатів та їх обґрунтування; висновки та перспективи подальших досліджень;**

– всі структурні розділи по тексту мають бути виділені жирним шрифтом;

– всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела;

– всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела;

– посилання на підручники та науково-популярну літературу є небажаними;

– посилання на власні публікації є не бажаними і допускаються лише в разі нагальної потреби;

– якщо в огляді літератури або далі по тексту Ви посилаєтесь на прізвище вченого – його публікація має бути у загальному списку літератури після статті;

– вторинне цитування не дозволяється! Якщо Ви цитуєте Адама Сміта – то посилання має бути саме на Сміта, а не на автора, який читав Сміта;

– інтервал – 1,15; шрифт – 12 пт. Поля – по 2 см з кожного боку. Лише Microsoft Word, doc, docx. Шрифт – TimesNewRoman. Всі нетекстові об'єкти мають бути побудовані із застосування засобів Microsoft Word (MicrosoftExcelChart, MicrosoftEquation тощо). При побудові графіків майте на увазі, що журнал є чорно-білим;

– у формулах – лише найрозповсюдженіші символи із стандартного набору;

– таблиці мають бути пронумеровані, кожна повинна мати назву;

– всі малюнки та графіки мають бути пронумеровані та мати назву;

– список джерел – не менше 10 позицій, мовами оригіналу, оформляється згідно з **ДСТУ 8302:2015**. У тексті рукопису посилання на літературу ставляться в квадратні дужки.

#### ***приклад оформлення:***

1. Державна служба статистики України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Денисенко М.П. Інноваційні процеси в змішаній економіці [Текст] : монографія / [В. Г. Федоренко, М.П. Денисенко, І. М. Грищенко та ін.] ; під ред. : В. Г. Федоренко, М. П. Денисенко; Ін-т підготов. кадрів держ. служби зайнятості України, Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. - К. : ІПК ДСЗУ, 2008 –193с.

3. Денисенко М.П. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком [Текст] : монографія / [О. М. Азарян, М. П. Денисенко, В. Я. Заруба та ін. ; за заг. ред. : О. А. Біловодська]. - Суми : Університетська книга, 2010. - 431 с.

**Редакція лишає за собою право на незначне редагування та скорочення, зберігаючи при тому головні висновки та авторську стилістику.**

**СТАТТІ, ОФОРМЛЕНІ БЕЗ ДОТРИМАННЯ ЗАЗНАЧЕНИХ ВИМОГ,  
РОЗГЛЯДАТИСЯ НЕ БУДУТЬ !**

**Остаточний висновок щодо публікації схвалює редакційна колегія журналу та повідомляє автора (-ів) телефонним дзвінком або повідомленням по електронній пошті.**

**АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:** 01011, м. Київ-11, вул. Немировича-Данченка, 2,  
корп. №1, кім. 1-0309, (044) 256-29-13 та корп. №2, кім. 2-0303 тел/факс (044)256-29-86

**Електронна адреса редакції: [vistnuk@knutd.com.ua](mailto:vistnuk@knutd.com.ua). Статті приймаються на поштову скриньку: [ludmilaganuschak@gmail.com](mailto:ludmilaganuschak@gmail.com)**

**Банківські реквізити журналу «Вісник КНУТД» для перерахування оплати за публікацію наукової статті(вартість 1 стор. формату А4 коштує 45 грн.):**

Отримувач: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ отримувача: 02070890

Банк отримувача : УДКСУ у Печерському р-ні м. Києва

Код банку отримувача: 820172

Розрахунковий рахунок: 31259228203551

**Призначення платежу:**

**П.І.Б. (автора (-ів) публікації) – за публікацію у журналі «Вісник КНУТД» (Серія економічні науки)**

## ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



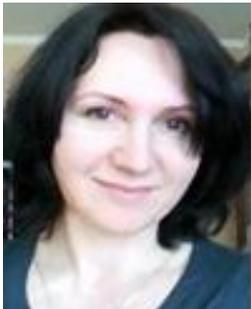
### **Беляєва Наталія Сергіївна**

кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну



### **Герасимчук Наталія Андріївна**

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну



### **Гончаренко Ірина Миколаїва**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну



### **Демченко Ганна Володимирівна**

аспірант кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця



### **Дудорова Людмила Юріївна**

доктор педагогічних наук, професор, Завідувач кафедри фізичного виховання та здоров'я Київського національного університету технологій та дизайну



**Лісун Яніна Вікторівна**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну



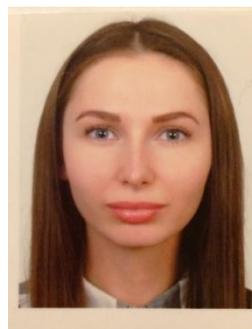
**Ніфатова Олена Михайлівна**

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну



**Плисенко Галина Павлівна**

аспірант кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну



**Поклонська Лілія Сергіївна**

аспірант кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця



**Штулер Ірина Юріївна**

кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи Національної академії управління

***Шановні колеги!***

***Побачила світ колективна монографія  
"Ринок хутряних товарів України"***



***У монографії викладений узагальнений вітчизняний  
досвід та потенційні можливості розвитку ринку  
хутра на сучасному етапі***

*e-mail: [vistnuk@knutd.com.ua](mailto:vistnuk@knutd.com.ua),  
<http://vistnyk.knutd.com.ua/>*

*тел.: +38 (044) 256-29-86,  
01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2,  
корп. 1, к. 250, 252*

*Освітній  
інвестиційно-технологічний  
кластер  
легкої промисловості*

**КООРДИНАЦІЙНИЙ ЦЕНТР  
Київський національний університет  
технологій та дизайну**

**вул. Немировича-Данченка, 2, к.1-0309  
м. Київ, Україна, 01011  
тел./факс: +38(044) 256-84-66, 256-29-15  
[cluster@knu td.com.ua](mailto:cluster@knu td.com.ua)  
[www.cluster.knu td.com.ua](http://www.cluster.knu td.com.ua)**