

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



№ 1 (95), 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!

**Редакція наукового фахового журналу
ВІСНИК КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
запрошує до співпраці у рамках опублікування наукових
статей.**

Пропонуємо оформити передплату журналу в редакції:

01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2, корп. 1, к. 250, 252

тел.: +38 (044) 256-29-86, e-mail: vistnuk@knuud.com.ua, <http://vistnyk.knuud.com.ua/>

**ЗАПРОШУЄМО
до
НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ
БІБЛІОТЕКИ**

**Київського національного
університету
технологій та дизайну**

<http://biblio.co.ua>

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК

**КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

№1 (95), 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 лёгкой промышленности», який видавався з березня 1958 року у Київському технологічному інституті легкої промисловості (СРСР)

№1 (95), 2016 Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ №19330–9130 ПР від 08.08.2012 р.
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) 22.12.2004 р.
Журнал реферується та індексується у наступних міжнародних базах даних: Ulrich's Periodicals Directory, EBSCOhost, WorldCat, РИИЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, ОАЛ, 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
www.knutd.com.ua

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного університету технологій та дизайну, протокол №7 від 23.03.2016 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)

№6 (93), 2015 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

www.knutd.com.ua

Recommendations from Science Council of Kyiv National University of Technologies and Design, Protocol №7, of 23.03.2016

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.

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.

Куклін Олег Володимирович – 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

www.knutd.com.ua

ЗМІСТ

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

- 1 **Зварич І.Т.**
Економічний націоналізм, як явище політика і складова національної ідеї 7
- 2 **Герасимчук Н.А.**
Передумови і етапи формування підприємницького механізму
ресурсозбереження: мікроекономічний аспект 15
- 3 **Шевчук В.Я.**
Економічний механізм стимулювання ресурсозбереження 23
- 4 **Штулер І.Ю.**
Співвідношення базових макроекономічних показників в контексті відновлення
рівноваги економічної системи 30
- 5 **Щербак В.Г.**
Оптимізація процесів підвищення рівня ресурсовикористання та
енергоефективності сільськогосподарського виробництва 36

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

- 1 **Коберник І.В.**
Інвестиційне забезпечення механізму управління інноваційним розвитком
інтегрованих бізнес структур 44
- 2 **Шкода М.С.**
Активізація інноваційної політики як чинник підвищення
конкурентоспроможності національної економіки 55

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

- 1 **Антощишина Н.І.**
Дослідження трансформації поняття «потенціал підприємства» з урахуванням
історичного та сутнісного аспекту 64
- 2 **Гарафонова О.І.**
Теоретичні засади впровадження інформаційної логістики в туризмі 76
- 3 **Міх О.М.**
Методичний підхід до оцінки необхідності впровадження змін на підприємствах
легкої промисловості 81
- 4 **Павлов В.В.**
Креативні технології в просуванні продукції легкої промисловості 88
- 5 **Чубукова О.Ю., Яренко А.В.**
Сучасні проблеми маркетингу: загальний погляд та концептуальний підхід 98
- 6 **Шабельник Л.Ю.**
Теоретико-правові особливості державної сертифікації промислової продукції в
Україні 105

TABLE OF CONTENTS

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY

1	Igor T. Zvarych Economic nationalism as a phenomenon, policy and a component of the national idea	7
2	Nataliia A. Gerasymchuk Prerequisites and stages of formation of entrepreneurial of resource saving mechanism: microeconomic aspect	15
3	Vasily Y. Shevchuk Economic mechanism for enhancing resource saving	23
4	Iryna Y. Shtuler Correlation of basic macroeconomic indicators in the context of restoring economic system equilibrium	30
5	Valery G. Shcherbak Resources and energy efficiency optimization processes in agricultural production	36

INNOVATIVE-INVESTMENT POLICY

1	Ivan V. Kobernyk Investment provision for the mechanism of innovative development of integrated business structures management	44
2	Maryana S. Shkoda Enhancing the innovation policy through boosting the competitiveness of national economy	55

MODERN TENDENCIES AND MANAGEMENT PROBLEMS

1	Nataliia I. Antoschyshyna Research on the transformation of the enterprise potential concept in the light of historical and essential aspects	64
2	Olha I. Harafonova A theoretical framework for information logistics implementation in tourism	76
3	Oksana M. Mikh Methodological approach to evaluating the need for implementing changes at light industry enterprises	81
4	Vladyslav V. Pavlov Creative technologies in light industry products promotion	88
5	Olga Y. Chubukova, Anatolii V. Yarenko Contemporary marketing problems: general view and conceptual approach	98
6	Liudmyla Y. Shabelnyk Theoretical and legal peculiarities of state certification of industrial products in Ukraine	105

УДК: 323.12/.14:33

Ігор Т. Зварич

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника
**ЕКОНОМІЧНИЙ НАЦІОНАЛІЗМ ЯК ЯВИЩЕ,
ПОЛІТИКА І СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕЇ**

У статті висвітлено сучасні погляди на феномен економічного націоналізму як явища, політики і складової національної ідеї, а також обґрунтовано природу його основних проявів в Україні. Проаналізовано суспільно-політичні передумови для реалізації ідей економічного націоналізму.

Ключові слова: економічний націоналізм, нація, держава, економічна і національна безпека.

Игорь Т. Зварич

Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника
**ЭКОНОМИЧЕСКИЙ НАЦИОНАЛИЗМ КАК ЯВЛЕНИЕ,
ПОЛИТИКА И СОСТАВЛЯЮЩАЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕИ**

В статье рассмотрены современные взгляды на феномен экономического национализма как явления, политики и составляющей национальной идеи, а также обоснована природа его основных проявлений в Украине. Проанализированы общественно-политические предпосылки для реализации идей экономического национализма.

Ключевые слова: экономический национализм, нация, государство, экономическая и национальная безопасность.

Igor T. Zvarych

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University
**ECONOMIC NATIONALISM AS A PHENOMENON,
POLICY AND A COMPONENT OF THE NATIONAL IDEA**

The article discusses the contemporary approaches to the concept of economic nationalism as a phenomenon, policy and a component of the national idea, the nature of its basic manifestations in Ukraine is explored. The social and political antecedents of further evolution of economic nationalism ideas are analyzed.

Keywords: economic nationalism, nation, state, economic and national security.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями На наше переконання, наводити окремі праці з проблем нації, націєтворення, націоналізму та їх економічних складових із їх широкого загалу, які давно увійшли у вітчизняний науковий простір, який активно поповнюється особливо в останній час, потреби немає. Водночас деталізований аналіз феномену економічного націоналізму як явища, політики та домінанти національної ідеї є, на нашу думку, не лише актуальним, а й своєчасним у контексті сучасних подій і України, що і стало метою цієї статті.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Вважається, що історично першим звернувся до проблематики економічного націоналізму німецький економіст **Фрідріх Ліст** у своїй праці «Національна система політичної економії» (1841 р.) [2], який обґрунтовує його як окрему економічну систему і дає визначення «економічної нації» як об'єднання людей на одній території для захисту своїх інтересів. Він вважає, що **націю творить саме національна економіка**, а економічна могутність стає передумовою її політичної сили та впливу. На думку Ф. Ліста, класична політична економія обґрунтувала космополітичну теорію, яка розглядає індивідуальні інтереси кожної особи основою для розвитку суспільства як сукупності рівноправних індивідів, загальносвітову їх спільноту. Але історично склалось так, що кожна людина відрізняється від іншої своєю належністю до конкретної спільноти –

нації, держави, тому реалізація цих інтересів залежить від їх можливостей, а вони розвиваються нерівномірно.

Невирішені частини дослідження При цьому формування загальнонародської спільноти можливе лише на паритетних засадах, отже за принцип об'єднання необхідно обрати саме рівень соціально-економічного розвитку, щоб модерна нація не потрапила у залежність до іншої.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування До засадничих положень економічного націоналізму Ф. Ліст, прагнучи поєднати оптимальні методи планової, тобто регульованої, та ринкової систем, відносить відповідну організацію:

– **фінансів:** фінансова політика перебуває під контролем держави, регулюється її законами, але не підпорядковується її установам. Збереження контролю *національного капіталу* над банківською системою;

– **торгівлі:** вільний розвиток внутрішнього ринку. Державне регулювання торгівлі у міждержавних угодах. Кожна держава захищає своїх виробників через політику *протекціонізму* з метою їх розвитку. Після підйому промисловості – повернення до вільної торгівлі. Важливим інструментом у становленні національного виробництва стає таким чином протекціонізм (обмеження надходжень імпорту високим митним оподаткуванням), а також стимулювання розвитку трансферту науково-технічних знань. Можна запропонувати правило, – стверджує Ф. Ліст, – що нація тим багатша і могутніша, чим більше вона експортує промислових виробів, імпортує сировини та чим більше вона споживає тропічних продуктів. Якщо у результаті економічної політики власного уряду країна починає спеціалізуватись на експорті палива і сировини, то це призводить до вічної відсталості та убогості. Значить, потрібна прямо протилежна політика;

– **промисловості:** державна підтримка власного виробника і стратегічно важливих галузей промисловості. Державний контроль над ними. Продуктивні сили у розумінні Ф. Ліста, – усі джерела багатства нації. Держава повинна піклуватись про їх розвиток, а не про миттєву вигоду. У перспективі вкрай важливо розбудовувати ті галузі, де витрати поки що вищі, ніж за кордоном. Розвивати, інвестувати – ось єдина дорога зниження витрат на перспективу. Цю втрату належить сприймати лише як ціну за *промислове виховання нації*, – резюмує Ф. Ліст. Точно сформульована мета – промислове виховання нації, подолання відсталості. Вони мають свою ціну, але такі вкладання приносять величезний прибуток у перспективі;

– **сільського господарства:** опора на *середні фермерські формування*. Їм надається право володіти засобами виробництва і самостійно розпоряджатись результатами своєї праці. Їхня діяльність не повинна наносити шкоди національному господарству. Рівень та масштаби конкуренції нівелюються *кооперативними спілками*;

– **приватної власності:** є не тільки священною, але й *сприймається як необхідність*, надається представникам нації з метою збільшення особистого і суспільного добробуту;

– **ролі держави:** держава – *головний інструмент* для досягнення економічного добробуту нації та народів, які у ній проживають. Через це вона є непересічною цінністю для її населення. Держава – окремий гравець у господарській системі поряд із її іншими суб'єктами. Саме вона покликана координувати і спрямовувати розвиток усіх її ланок, акцентуючи на *національних інтересах*. Її основною метою має стати розбудова продуктивних сил. Важливу роль при ньому, на думку Ф. Ліста, відіграє промислове виховання нації, покликане створювати належні умови для їх підйому. Його суттю є пряме ігнорування особистих, суто егоїстичних інтересів окремих індивідів для порятунку і збереження нації. Цілі її покоління можуть та повинні *жертвувати своїм добробутом* задля того, щоби продуктивні сили держави розвивались швидше та ефективніше. До того ж найсуттєвіші переваги мають отримувати ті галузі виробництва, які у поточний період не

здатні витримати конкуренцію з відповідними закордонними товаровиробниками. За Ф. Листом, державі належить інвестувати також у науку, освіту та транспорту систему, котрі є *головними рушіями* розвитку і модернізації нації та країни;

– *основної економічної мети: економічний розвиток нації як частини світової спільноти.* Класовість не заперечується, як і у марксизмі, але й безконтрольна експлуатація робітників буржуазією (власниками капіталу) не допускається. Рівень життєдіяльності окремої людини прямо залежить від добробуту усієї нації.

Глибинні витоки сучасного вітчизняного економічного націоналізму ґрунтуються передовсім на економічній складовій боротьби українського народу у західних областях України, яка була не менш важливою, аніж збройний опір [3]. Держави, до яких вони входили, значно відставали у своєму економічному розвитку. Ситуація погіршувалась також тим, що панівним у їх економіках став іноземний капітал. Так, 44,4% виробництва у деревообробній і 88,5% – у нафтовій промисловості контролювали іноземні банки. Західноукраїнські землі були по суті колонією, аграрно-сировинним придатком окупаційно-колоніальних режимів. При цьому у корінній частині Польщі концентрувалось 80,0% металообробної, електротехнічної, паперової та текстильної промисловості, друкарень, виробництва цегли, вапна, цукру. У 1938 р. у західній частині України, що становила чверть території та населення тодішньої Польщі, вироблялось лише 7-10% її промислової продукції. У промисловості регіону переважали ті галузі, які без значних капіталовкладень забезпечували високі прибутки. Подібним було становище і у Північній Буковині та на Закарпатті [3].

Сутністю тодішнього українського економічного націоналізму стало гасло кооперації тих років: *«свій до свого по своє»*, що актуалізується і сьогодні. Було утворено кілька потужних українських союзів, спілок та навіть банків і серед них: «Союз українських хліборобів» (великі землевласники; майже 700 членів, котрі володіли біля 500 тисяч моргів землі), «Союз українських кам'яничників» (власників будинків, яких лише у Львові налічувалось не менш, ніж 400 осіб), Українська спілка «Сільський господар» (об'єднувала переважно середніх і дрібних землевласників), страхові українські організації та насамперед – одна із найбільших компанія «Дністер» [3; 4]. Але ключова увага зосереджувалась тут саме на розвитку *кооперативного руху*, який, окрім свого основного призначення – розбудови економіки почав виконувати й *функції самоврядування і економічного самозахисту, економічної та загальної освіти* тощо. Кооперативні формування надавали селянам істотну консультативну допомогу з кращого ведення власного господарства, фінансово підтримували товариства хліборобської освіти «Сільський господар» (1683 місцеві гуртки, 107 тисяч членів) і «Хліборобський вишкіл молоді» (455 гуртків). До того ж українські кооперативи швидко утворили свою розгалужену мережу. Так, вони зорганізувались у «Центробанк» (м. Львів) та «Центросоюз», який успішно вивозив на західні ринки м'ясо, вироби із нього, яйця, стручкові плоди. Спілка молодих кооператорів під назвою «Маслосоюз», яка, за визнанням самих поляків, була настільки потужною (понад 250 молочарень), що диктувала ціни на молочні продукти в усій Польщі, з річним обсягом у астрономічну на той час суму у 15 млн. злотих забезпечувала маслом не лише її, а й експортувала його до Австрії, Німеччини, Франції, Чехословаччини і навіть Палестини. Міські торговельні кооперативи об'єднались у «Народну торгівлю» [3; 4].

Активно діяла організація РУСК (Ревізійна Українська спілка кооперативів), яка об'єднувала усі кооперативи, навчала їх працівників та забезпечувала загальне керівництво, що призвело до швидкого зростання їх кількості – з 581 у 1920 р. до 4 тисяч – у 1939 [4], коли їх загальне число досягло 700 тисяч. Таким чином, слід погодитись з автором [3], що у міжвоєнній Польщі був створений своєрідний національний фронт Українських сил у формі найрізноманітніших товариств, союзів, об'єднань, головним завданням якого стало саме *економічне і культурне виховання українців*. Разом з тим конкуренція з польським

націоналізмом, яка значно загострилась під дією передовсім соціально-економічних чинників, спричинило виникнення радикальних тенденцій, які остаточно сформувались під час *української революції 1917-1921 рр.* і після її поразки. Водночас у Наддніпрянській частині України розвиток націоналізму у легальних формах був неможливий внаслідок протидії політичного режиму. Це, з одного боку, перешкоджало його ідеологічному та організаційному оформленню, послаблювало його, а з іншого – призвело до виникнення *національного радикалізму*, найвідомішими представниками якого були М. Міхновський і Д. Донцов. При цьому у радянській Україні націоналізм був фактично позбавлений можливості функціонувати як ідеологія. До того ж в умовах соціалістичного ведення господарства та тоталітарного ладу нищились і будь-які прояви економічної самостійності та незалежності [3].

Нагадаємо, що *економіка – це система забезпечення матеріальних інтересів тих, кому належить влада.* У розвинених національних державах значну її частку виборів народ, а з нею – і право на адекватну долю у розподілі прибутків від економічної діяльності. Важливою складовою *національної ідеї* є економічний розвиток держави, націлений на *створення добробуту її населення.* Регіональні відмінності та коротка спільна історія поки що не дають можливості розвивати *українські державність і патріотичний дух* на спільній соціокультурній основі. При цьому ефективною та корисною для народу є лише економіка у *національних державах*, де вона будується і розвивається за формулою: *«Від створення та утвердження національної держави – через державний захист економічних інтересів нації – до добробуту кожного громадянина».* Національними та економічними принципами слід вважати: *«Свій до свого по своє»*, *«Українські гроші – в українські руки – на українські справи»*, *«Ви не даєте нам жити – ми не даємо вам панувати»* тощо [3].

Водночас *національно спрямована (націоналістична) економічна політика* має підтримувати насамперед ті види діяльності, які мають символічну цінність для *«національної ідентичності»* [5]. Особливої уваги вимагають у цьому контексті промисловість, зокрема, ті її галузі, які символізують *промислову конкурентоспроможність* (автомобілебудування – для американців та японців, літакобудування – для тих же американців, а також французів і бразильців, хімічна та сталеплавильна – для німців, електроніка – для тих же японців тощо). *Для українців – це розвиток важкого машинобудування, гідро- і атомної енергетики, космічних та авіатехнологій, кораблебудування*, тобто найсучаснішої індустрії. Але їх успішна розбудова вимагає ефективної *політики протекціонізму* – належного захисту власного товаровиробника.

В Україні такий комплекс дій вже здійснювався – від підвищення ввізного мита до режимів вільних економічних зон і територій пріоритетного розвитку, який, на жаль, не дав бажаних практичних результатів. А це означає, що протекціоністські заходи, котрі нібито вживались задля захисту певних галузей промисловості України (автомобілебудування, вугільна промисловість та інше), насправді забезпечували не їх розвиток, а надприбутки власникам окремих підприємств [3]. Водночас здійснення на ліберальних засадах економічних «перетворень», перехід до ринкових відносин призвели до послаблення майже усіх видів управління, у тому числі на державному рівні. Переважання поглядів, що в умовах ринку підвищується роль самоорганізації та відпадає необхідність у централізованих механізмах управління, відбувається ефективно «самофункціонування» економіки, як показала вітчизняна практика, на жаль, також ні до чого доброго не привели. Адже, за роки економічних реформ так і не вдалось створити ефективну систему державного управління та регулювання. Організація і стан фінансового контролю також перебувають на вкрай низькому рівні, що вкрай негативно позначається на економіці України. Для виходу із цієї ситуації серед пріоритетів слід визнати *найголовнішим зміцнення інститутів державного управління та контролю.*

Важливою складовою національної економічної ідентичності України є сільське господарство. Структура агропромислового комплексу сьогодні теж суттєво деформована [6]. Дійсно успішними є лише крупні експортоорієнтовані підприємства, що спеціалізуються на продажах зерна і олійних культур. Тваринництво, овочівництво, садівництво і уся сфера їх переробки та виробництва продуктів харчування все ще знаходяться у занепаді. Натомість, нам необхідне багатоукладне сільське господарство. Внутрішній ринок слід захистити від *транснаціональних компаній*, створивши повний цикл виробництва: *від поля – до готових харчових продуктів*. Виготовлення сільськогосподарської техніки має стати ще одним найважливішим пріоритетом *нової індустріалізації*. Тільки так можна забезпечити жителів села високооплачуваною роботою, а Україну – якісним і недорогим продовольством вітчизняного виробництва. При цьому *засадничими принципами сучасної економічної політики* повинні стати такі:

– уся державна політика та практика щодо села має бути спрямована на його збереження, відродження і всебічний розвиток, створення таких умов, щоби не лише припинилась міграція із нього, але й розпочався зворотній процес – *повернення колишніх селян та переселення у село частини мешканців міст*. Саме за цим має оцінюватись аграрна політика і практика влади;

– здійснення націоналістичної економічної політики повинне сприяти тим видам економічної діяльності, які відповідають потребам середніх освічених прошарків населення у *працевлаштуванні* [7], а це – запровадження *високотехнічних виробничих процесів*, промислових систем виготовлення сільськогосподарської продукції, наукомістких виробництв на рівні середнього та малого підприємництва. До того ж серед визначальних елементів конкурентоспроможності економіки, у тому числі аграрної, слід виділити *якість освітньої системи*, яка забезпечує розвиток *інтелектуального потенціалу суспільства*. Сучасний ринок праці – як внутрішній, так і зовнішній, висуває і нові вимоги до рівня підготовки управлінського персоналу. Тому подальша розбудова національної освітньої системи має вичерпно відповідати положенням *Болонського процесу*, що забезпечить кореляцію між вимогами ринку праці (попитом) та рівнем знань (пропозицією) працівників;

– націоналістична економічна політика повинна передбачати *масштабний державний контроль* за економічною діяльністю і водночас заохочувати різноманітні форми приватної економічної ініціативи [8]. Її слід спрямовувати, особливо *на початкових стадіях формування націй чи національних держав*, на перерозподіл національного багатства на користь середнього класу, наявність якого є передумовою стабільності суспільства та державного розвитку;

– створення *дієвої системи енергетичної безпеки і енергозбереження*. Енергетична безпека – вкрай важлива невід’ємна складова економічної та національної безпеки, необхідна умова існування і розвитку держави. Тому слід створити *замкнений цикл ядерного палива*, тобто розпочати його власне виробництво для АЕС з використанням вітчизняної уранової руди. З метою зменшення зовнішньополітичного тиску Росії невідкладно диверсифікувати поставки ядерного палива та інших енергоносіїв.

Основним паливно-енергетичним ресурсом держави на сучасному етапі розвитку України залишається *природний газ* (його частка у її паливно-енергетичному балансі сягає 42%). Враховуючи значну залежність вітчизняної економіки саме від цього ресурсу, що суттєво позначається і на рівні національної безпеки, нормалізація такого становища та розбудова сучасного і стабільного ринку природного газу є одним із першочергових завдань *енергетичної політики держави*. У зв’язку з цим слід звернути найпильнішу увагу на процес *підвищення енергоефективності* в усіх сферах його використання (житлово-комунальній, промисловій тощо).

Не меншої уваги вимагає і *стан вугільної галузі* (29% паливно-енергетичних ресурсів України), динаміка основних показників у якій за роки незалежності нашої держави свідчить

про значне погіршення кількісних, а також якісних параметрів вуглевидобутку. Непоправних втрат вугільній промисловості завдала також загарбницька політика Росії на Сході України. При цьому за час української приватизації у приватну власність перейшли практично усі перспективні та рентабельні шахти, металургійні та коксохімічні підприємства, ключові збагачувальні фабрики, машинобудівні підприємства. Власниками цих активів стали тричотири відомі фінансово-промислові групи, які мають величезний вплив на політичні та державні інституції в Україні. У результаті – контроль фактично усіх вхідних і вихідних товарно-грошових потоків навіть державних вугледобувних підприємств виявився сконцентрованим у їх руках, а держава опинилась у ролі фінансового донора приватних інтересів [3].

З початку 70-х рр. XX ст. внаслідок *нафтової кризи та зростання цін на неї* (зараз спостерігається протилежна тенденція) країни ЄС розпочали *активну енергозберігаючу політику*. Вже впродовж 80-х рр. завдяки реалізації програм підвищення ефективності використання енергоресурсів у промисловості та активній популяризації енергозбереження тут вдалось значно скоротити споживання енергоресурсів. У більшості цих країн за практично незмінних показників їх споживання обсяги ВВП збільшились у 1.5-2 рази. Сьогодні розвинені держави світу використовують біля 14% *поновлювальних енергетичних ресурсів*, а в окремих країнах і більше: у Фінляндії – 26%, Швеції – 18%. На жаль, в Україні вони у загальному балансі енергоспоживання не досягають навіть 1%.

Висока енергоємність ВВП в Україні є наслідком істотного технологічного відставання більшості секторів її господарського комплексу, який має незадовільну галузеву структуру [6], вкрай негативного впливу «тіньового» підприємництва, зокрема, експортно-імпортних оборудок, що об'єктивно обмежує конкурентоспроможність національного виробництва і важким тягарем лягає на економіку – особливо, за її зовнішньої енергетичної залежності. На відміну від промислово розвинених країн, де енергозбереження є елементом економічної та екологічної доцільності, для України – це питання виживання в ринкових умовах і входження у європейські та світові ринки. Для цього підлягають невідкладному розв'язанню *проблеми збалансованого платоспроможного попиту* як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, а також *диверсифікації імпорту паливно-енергетичних ресурсів*.

Слід також зауважити, що на цей час структурний чинник як складова енергозбереження в основному вичерпано. Для збереження досягнутих темпів зниження енергоємності ВВП (4-6% щороку) треба якнайшвидше задіяти технологічний чинник його потенціалу. У разі зволікання з кардинальними заходами щодо цього відставання енергоефективності економіки України від розвинених країн стане хронічним. Це своєю чергою значно ускладнить у коротко- і середньостроковій перспективах конкурентоздатність вітчизняної продукції на світових ринках. Тому держава має просто змусити суб'єктів господарювання через зміну законодавчої та іншої нормативно-правової бази до впровадження програм енергозбереження, взявши належну участь у їх фінансуванні [3].

Енергозбереження при цьому змінює і *структуру фінансових потоків у державі*. Ті кошти, які раніше йшли за кордон в оплату імпортного природного газу чи уранового пального, направлятимуться у розвиток власної індустрії енергозбереження – виготовлення теплоізоляційних матеріалів, сонячних колекторів, вітрогенераторів тощо. А це – десятки тисяч робочих місць у високотехнологічних галузях, сплата додаткових сум податків, суттєве зменшення коштів на оплату енергоносіїв для населення і бюджетних організацій, а, отже, економія на програмах соціальної підтримки та перерозподіл ресурсів у бік підвищення добробуту громадян. Це також помітний чинник подальшого формування структур малого і середнього підприємництва. Кошти підуть не лише на великі проекти, а й на модернізацію десятків тисяч будинків, квартир, встановлення індивідуального опалення, тобто на роботу, а, отже, доходи отримують тисячі малих підприємств та підприємців [3].

І ще про одне. Поняття «економічний націоналізм» тісно пов'язане з явищем *етнічної економіки*, яка за визначенням І. Остафійчука є наукою про цілісну систему процесів розширеного відтворення (на стадіях виробництва, розподілу, обміну, споживання), котра виходить із тільки їй притаманних закономірностей, екологічних та культурологічних чинників, явищ, зв'язків, співвідношень, спрямованих на збереження і розвиток матеріальної та духовної культури етнічної (або ж – етнографічної, *І. Зварич*) групи, що історично склалась протягом багатьох віків в умовах компактного проживання та детермінована особливостями географічного розташування, природними і кліматичними умовами [10].

У цілому поділяючи зазначене, навряд чи можливо погодитись з тим, як характеризує це поняття «Короткий етнополітичний словник»: «етноекономіка – феномен економічної політики та господарської практики створення привілеїв для представників однієї нації (переважно автохтонної) у системі національної економіки». І далі: «... рецидиви етноекономіки можуть виявлятися ... у формі проповідування зверхності та абсолютності певної соціально-економічної моделі розвитку суспільства; в політиці – протекціонізму, що забезпечує інтереси певного етносу всупереч інтересам багатьох інших, у намаганні монополізувати сфери економічного життя, в першу чергу фінансово-банківську систему, інвестиції та кредити» [11, с. 83]. Але, у наведеному тексті йдеться не про етноекономіку, а про крайню форму протекціонізму – економічний (або ж – етноекономічний) шовінізм як найбільш негативний різновид загалом позитивного феномену економічної політики та господарської практики – економічного націоналізму, котрий визначається як «... теорія і практика соціально-економічних та організаційно пов'язаних з ними етнічних відносин, що базуються на економічній самоідентифікації нації, прагненні домогтися економічного суверенітету» [12, с. 537]. Водночас, не заперечуючи, що «... етноекономіка також може виявлятися в діяльності окремих етнічних груп або діаспор у поліетнічній країні, коли вони монополізують та значною мірою контролюють певні сектори національної економіки країни чи регіону» [11, с. 83], все ж зауважимо, що нерідко, як і у випадку з етнографічними групами українського етносу, така «монополія» є природною та до того ж ніяк не зазіхає на підпорядкування собі господарської діяльності як у державі в цілому, так і у її регіонах зокрема.

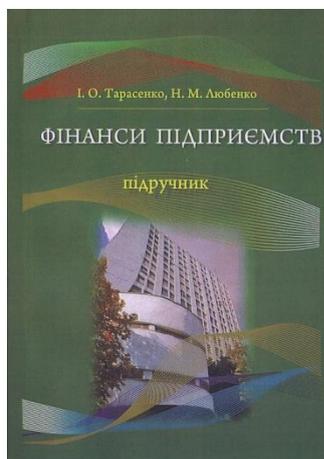
Висновки та перспективи подальших досліджень Мартін Бубер у книзі «Народ і його земля» [9] відмітив: «Ми говоримо про національну ідею, коли який-небудь народ бачить свою єдність, свій внутрішній зв'язок, свій історичний характер, свої традиції, своє становлення та розвиток, свою долю і призначення, робить їх предметом своєї свідомості, мотивуванням своєї долі». У цьому зв'язку неможливо не погодитись з автором [3], що *для реалізації ідей економічного націоналізму* необхідна низка наведених та інших суспільно-політичних передумов, серед яких пріоритетними є прихід до влади осіб, котрі діятимуть в інтересах не лише якогось класу чи соціальної групи, а в ім'я цілої нації та усіх громадян національної держави, і формування громадянського, об'єднаного національною ідеєю, суспільства, яке зможе ефективно контролювати та доповнювати обрану ним самим національну державну владу.

Література

1. Зварич І. Т. Економічний націоналізм : [Текст] / І. Зварич // Політична енциклопедія / [редкол. : Ю. Ливинець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін.]. — К. : Парламенське видавництво, 2011. — 808 с.
2. List D. F. Das national System der politischen Okonomie : [Text] / Daniel Fridrich List. — Stuttgart: Cotta, 1983. — 352 s.
3. Кондзьолка В. Економічний націоналізм як складова національної ідеї : [Електронний ресурс] / Володимир Кондзьолка. — Режим доступу : <http://avatta-ukraine.com>.

4. Вітанович І. Історія українського кооперативного руху. Із праць історико-філософської секції НТШ : [Текст] / Ілля Вітанович. — Нью-Йорк : ТУК – Товариство української кооперації, 1964. — 624 с.
5. Бубер М. Народ и его земля : [Текст] / Мартин Бубер // Бубер М. Избранные произведения / Пер. с нем. — М.: Книга, 1979.
6. Зварич І. Т. Формування національної ідентичності – домінанта етнополітичного менеджменту України : [Текст] / І. Т. Зварич // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень імені І. Ф. Кураса НАН України. — Вип. 43. — К., 2009. — С. 330–342.
7. Зварич І. Т. Деформації в розміщенні продуктивних сил регіонів та їх вплив на стратегічний розвиток економіки України : [Текст] / І. Т. Зварич, Г. В. Васильченко // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Стратегічне планування регіонального розвитку : [збірник наук. праць / НАН України. Ін-т регіональних досліджень ; ред. кол. : відп. ред. акад. НАН України М. І. Долішній]. — Вип. 5 (XLIX). — Львів, 2004. — С. 234–242.
8. Зварич І. Т. Модель динаміки зайнятості населення у системі багатofакторного моделювання економічного зростання регіону : [Текст] / І. Т. Зварич // Вісник Прикарпатського університету. — Серія: Економіка. — 2007. — Вип. IV. — С. 3–11.
9. Зварич І. Т. Проблеми і перспективи реформування економіки України : [Текст] / І. Т. Зварич // Україна: державність, історія, перспективи : [матеріали регіональної наукової конференції]. — Івано-Франківськ: Плай, 1999. — С. 17–26.
10. Остафійчук І. Етнічна економіка: новий погляд на стратегію розвитку : [Текст] / І. Остафійчук // Регіональна економіка. — 2003. — № 3. — С. 7–17.
11. Малий етнополітичний словник : [Текст] / О. В. Антонюк, В. І. Волобуєв, М. Ф. Головатий та ін. — К. : МАУП, 2005. — 288 с.
12. Економічна енциклопедія : у трьох томах : [Текст] / ред. кол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К. : Академія, 2001. — Т. 2. — 848 с.

Актуальні видання Київського національного університету технологій та дизайну



658.14/.17(075.8)

Тарасенко, Ірина Олексіївна

Фінанси підприємств : підручник / І. О. Тарасенко, Н. М. Любенко. — К. : КНУТД, 2015. — 360 с.

ISBN 978-966-7972-43

У підручнику викладено теоретичний матеріал основних тем курсу відповідно до рекомендованої програми навчальної дисципліни «Фінанси підприємств» який представлено у складі двох змістовних модулів: Модуль I «Основи фінансів підприємств, розрахункові і податкові відносини» та Модуль II «Управління фінансовими ресурсами, фінансовими потоками та фінансовим станом підприємств».

Для студентів ВНЗ і слухачів факультетів післядипломної освіти напряму підготовки «Фінанси та кредит» та викладачів.

УДК: 338.242

Наталія А. Герасимчук

Національний університет біоресурсів і природокористування України

**ПЕРЕДУМОВИ І ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО МЕХАНІЗМУ
РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ: МІКРОЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ**

В статті розглянуті основні передумови та мікроекономічні основи формування підприємницького механізму ресурсозбереження. Розглядаючи сільськогосподарське підприємство в якості мікроекономічної системи, автором запропоновані п'ять етапів реалізації підприємницького механізму ресурсозбереження, що базується на підприємницькій ініціативі розвитку підприємства і стимулює його до зміни умов господарювання і постійного вдосконалення виробничого процесу для збільшення прибутку.

Ключові слова: підприємництво, механізм, ресурсозбереження, аграрні підприємства, мікроекономіка.

Наталія А. Герасимчук

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины

**ПРЕДПОСЫЛКИ И ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО
МЕХАНИЗМА РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ: МИКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В статье рассмотрены основные предпосылки и микроэкономические основы формирования предпринимательского механизма ресурсосбережения. Рассматривая сельскохозяйственное предприятие в качестве микроэкономической системы, автором предложены пять этапов реализации предпринимательского механизма ресурсосбережения, которое базируется на предпринимательской инициативе развития предприятия и стимулирует его к изменению условий ведения хозяйства и постоянного совершенствования производственного процесса для увеличения прибыли.

Ключевые слова: предпринимательство, механизм, ресурсосбережения, аграрные предприятия, микроэкономика.

Nataliia A. Gerasymchuk

National university of life and environmental sciences of Ukraine

**PREREQUISITES AND STAGES OF FORMATION OF ENTREPRENEURIAL OF
RESOURCE SAVING MECHANISM: MICROECONOMIC ASPECT**

In the article the author analyzed the basic microeconomic conditions and guidelines for the development of mechanism of resource-saving. Considering the agricultural enterprise as a microeconomic system, the author proposed five stages of mechanism of resource-saving, based on the entrepreneurial initiatives of the enterprise and encourages it to change economic conditions with the continuous improvement of the production process in order to increase profits.

Keywords: business, mechanism, resource conservation, agricultural enterprises, microeconomics.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Трансформація системи господарювання, що склалася в умовах централізованої економіки, об'єктивно зумовила не тільки зростання нестабільності середовища функціонування підприємств аграрної сфери, а й призвела до руйнування регульованої державою, налагодженої і досить ефективної системи формування та використання ресурсного потенціалу аграрних формувань. Централізований розподіл ресурсів, відповідно до доведеними планами виробничої і фінансової діяльності і сформованою системою розподілу праці, вимагало від господарюючих суб'єктів лише вирішення тактичних завдань розподілу виділених ресурсів, тоді як вирішення стратегічних питань розвитку

сільськогосподарських підприємств (у тому числі проблем формування їх ресурсного потенціалу) вважалось прерогативою державних органів управління.

Залишившись «один на один» зі стихією ринку, в умовах «шокової терапії» і прискореного реформування господарського механізму, більшість аграрних формувань так і не змогли адаптуватися до мінливого зовнішнього середовища функціонування. Відмова держави від участі в процесі формування ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств призвів не тільки до різкого падіння рівня їх ресурсозабезпеченості, а й зумовив зростання ресурсних диспропорцій, які поглиблюють і без того важке фінансове становище підприємств аграрної сфери.

Питання формування ресурсного потенціалу та визначення оптимальних базових ресурсних пропорцій системи входять в компетенцію завдань стратегічного менеджменту і можуть бути успішно вирішені лише в комплексі заходів, які забезпечують сталий та ефективний розвиток аграрних підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища їх функціонування. Забезпечення стійкості агроекономічних систем реалізується, в першу чергу, через створення компенсаційних механізмів, що дозволяють адаптувати підприємства до змін умов господарювання. Основним інструментом такої адаптації служить перерозподіл ресурсів і коректування ресурсних пропорцій, реалізовані в рамках концепції тактичного управління ресурсами і використанням потенціалу господарюючого суб'єкта.

Теоретичні та практичні проблеми, пов'язані з підвищенням ефективності управління процесами формування та використання ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств, необхідність актуалізації методологічних і методичних підходів до його оцінки в умовах нестабільного середовища функціонування, низький рівень інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень щодо стабілізації та стійкого розвитку підприємств аграрної сфери зумовили актуальність теми статті.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Питання стратегії розвитку систем різного рівня набули особливої актуальності для економіки України з початком економічних реформ, зміною соціально-економічних орієнтирів і зростанням економічної самостійності господарюючих суб'єктів. Теоретичні та методологічні основи досліджень стратегічних аспектів розвитку підприємств представлені в працях представників західної економічної школи Б. Аїкс, І. Ансоффа, С. Боумена, Б. Карлофа, У. Кінга, Р.Т. Коха, А. Лестера, М. Портера та ін.

Значний внесок у розробку теорії та методології ресурсозбереження, у тому числі підприємств аграрної сфери, внесли Ареф'єва О.В. [1], Вовк І. [2], Гавриш О.А. [3], Герасимчук Н.А. [4], Долишній М.І. [5], Каленюк А.А. [6], Кондратенко Н.О. [7], Ляшенко І.О. [8], Малік М.Й. [9], Мельник Л.Г. [10], Сотник І.М. [11], Старицька О.П. [12], Шаповал А.І. [13], Яловий Г.К. [14], Крейдич Г.К. [14] та ін.

Теоретичною та методологічною основою дослідження стали праці, розробки та наукові рекомендації вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з стратегічним аспектам розвитку соціально-економічних систем, з питань оптимального формування та використання їх ресурсного потенціалу, законодавчі акти, програмні документи та постанови уряду з питань ефективного та сталого розвитку аграрних формувань, методичні матеріали та розробки наукових колективів.

Проведені дослідження базувалися на системному підході до досліджуваних об'єктів і процесів. У ході роботи використовувалися діалектичний, абстрактно-логічний, монографічний, економіко-математичний, економіко-статистичний, експериментальний і інші методи економічних досліджень.

Невирішені частини дослідження Стабілізація і поживлення української економіки безпосереднім чином пов'язані з розвитком підприємництва. Останнє може розглядатися як прибуткова діяльність у сфері організації, виробництва, розподілу та реалізації товарів і

послуг, заснована на принципах постійної ініціативи і новаторства, орієнтації на нововведення для задоволення мінливих потреб суспільства [1].

Зміст підприємництва, межі його здійснення тісно пов'язані з формами і видами підприємницької діяльності. Підприємництво в умовах аграрної сфери як вид має свою характерну специфіку, що полягає в значній трудомісткості та матеріаломісткості виробництва продуктів харчування та їх подальшій реалізації безпосередньо кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Аналіз сформованих теоретичних основ підприємництва показав, що підприємницька діяльність в області здійснення виробничих функцій як об'єкт дослідження детально відпрацьований вітчизняною та зарубіжною наукою в плані вироблення методологічних і методичних принципів щодо її здійснення. Однак фактор еволюційного розвитку і ускладнення економічних відносин, прискорення всіх процесів в економіці, її глобалізація вимагає виявлення і детального вивчення сучасних механізмів організації підприємницької діяльності в аграрній сфері.

Оскільки український аграрний ринок перебуває в стадії становлення, і ринкова інфраструктура підприємництва характеризується як слаборозвинена [9], а виділення в рамках даного дослідження таких порівняно нових і мало вивчених механізмів підприємницької діяльності в сільському господарстві як ресурсозбереження є обумовленим внаслідок їх спрямованості саме на вирішення зазначених проблем.

Сільськогосподарське виробництво на засадах підприємницької діяльності будується на системі зв'язків і відносин між суб'єктами ринку в процесі їх діяльності [4]. Підприємницька структура (підприємство), будучи суб'єктом ринку, чуйно реагує на найменші зміни в ній, оскільки дані зміни моментально позначаються на ефективності його діяльності, конкурентоспроможності аграрного підприємства. Посилення конкуренції і насичення ринку іноземними продуктами харчування змушує підприємницькі структури в аграрній сфері пускати в обіг значні матеріальні та інтелектуальні ресурси для розробки шляхів відстоювання своєї частки ринку.

При цьому кількісна перевага даних ресурсів не є гарантом конкурентної переваги в силу геометричного збільшення взаємозв'язків на ринку, а значить і факторів, що визначають ефективність підприємницької діяльності окремо взятого підприємства. З одного боку дана обставина ускладнює аналіз економічної ситуації, з іншого боку дає реальний шанс зайняти свою нішу на ринку тим підприємницьким структурам, що змогли якісно розпорядитися своїми обмеженими ресурсами для завоювання переваг споживачів. Для того щоб підприємство змогло досягти бажаних результатів, йому слід концептуально підійти до питання побудови взаємин з економічним середовищем.

Невід'ємним атрибутом підприємства як відкритої економічної системи у його взаємодії з зовнішнім середовищем є нестабільні умови функціонування, що об'єктивно обумовлює нерівномірність їх розвитку. Причому, найчастіше, ця нерівномірність має повторюваний характер, що дозволяє прослідкувати певну циклічність, що супроводжує еволюцію економічних систем. Очевидно, що стратегія розвитку взаємовідносин підприємницької структури з нестабільним зовнішнім середовищем повинна визначатися виходячи з того, на якій фазі циклічного розвитку вона знаходиться, які циклічні процеси характерні й прогнозовані для макроекономічного середовища. Природно, що в умовах поживлення і підйому підприємство визначає стратегічні орієнтири свого розвитку інакше, ніж в умовах кризи. Оскільки стратегія розвитку охоплює досить тривалий часовий інтервал, то стає об'єктивно необхідним прогнозувати тривалість поточної фази розвитку підприємства, можливості та умови переходу до нової фази і т.д. [5].

Розглядаючи сільськогосподарське підприємство в якості мікроекономічної системи, можна виділити цілий ряд економічних циклів, об'єктивно породжених специфікою самої системи. У першу чергу слід виділяти виробничі цикли, тривалість яких визначається

тривалістю процесу виробництва того чи іншого виду продукції. Безперервність і динамічність процесу відтворення обумовлюють існування так званих відтворювальних циклів. Найбільш яскраво ці цикли виявляються щодо основних засобів, складна і неоднорідна структура яких характерна для сільськогосподарських підприємств, об'єктивно викликає необхідність постійного оновлення окремих фізично і морально застарілих елементів. Поряд з даними циклами можна виділити і технологічні цикли, що виникають в результаті зміни технологій виробництва. В силу того, що сільськогосподарське виробництво значною мірою піддається впливу кліматичних факторів, можна виділити і природно-економічні цикли [3].

У реальній господарській практиці показники, що характеризують матеріальні, фінансові та інші потоки, визначаються на вході і виході економічної системи, а показники, що характеризують запаси, визначаються як різниця між сумарними потоками ресурсів на вході і виході. При цьому показники ресурсних потоків характеризують взаємовідносини підприємства із зовнішнім середовищем, а показники, що характеризують запаси, визначають внутрішній стан економічної системи. Обидві групи показників взаємозалежні, бо потоки ресурсів, що надходять на підприємство, збільшують його запаси [9].

Таким чином, виробничий процес включає в себе два аспекти: формування запасу засобів праці і предметів праці, трудових ресурсів і переробку певних запасів у готову продукцію. Тому ключову роль слід відвести виробничій функції, яка виражає стійке кількісне співвідношення між входами і виходами мікроекономічної системи підприємства. Здається, у цьому і полягає основний сенс закону самозбереження, відповідно до якого не повинно бути рівності енергії, що надходить і витраченої на здійснення виробничої діяльності. Отже, для свого сталого функціонування підприємство повинно постійно отримувати ресурси з зовнішнього середовища і передавати в нього продукти своєї діяльності за умови, якщо їх вартість перевищує вартість ресурсів [9].

Насамперед, це обумовлено тим, що для забезпечення навіть простого відтворення потрібно більше коштів унаслідок витрат на адаптацію до змін ринкової кон'юнктури, що в свою чергу вимагає зростання продуктивності праці; зниження витрат і втрат. Тому вирішення питання про зміст виробничої функції повинно зводитися до розгляду показників, що характеризують виробничу систему підприємства.

Визначальними показниками, безсумнівно, є запаси засобів виробництва, предметів праці і трудових ресурсів; при цьому вартість основних фондів як ресурсу буде узагальнюючим показником засобів виробництва, а вартість оборотних фондів – показником предметів праці [9].

Трудові ресурси в даний час вельми складно оцінити тільки за допомогою показника чисельності, оскільки важливу роль в умовах конкуренції грають ключові компетенції трудових колективів, які визначаються рівнем професіоналізму кожного виконавця.

Перерахований перелік показників є основним для визначення аргументів виробничої функції, а безліч їх значень буде як областю її визначення, так і безліччю показників, що характеризують стан економічної системи, яке залежить від того, як на підприємстві організовано процеси фінансування, матеріально-технічного забезпечення, навчання персоналу, контролю та розподілу ресурсів.

Таким чином, загальний результат функціонування у вигляді обсягу створеної продукції є залежним від основних факторів виробництва, їх кількісного та якісного рівня.

Думається, що математичний вираз виробничої функції Ч. Кобба і П. Дугласа[5] свідчить саме про кількісній залежності обсягу випуску продукції від двох факторів:

– капіталу як частини фінансових ресурсів підприємства, авансованих та інвестованих у виробництво з метою отримання прибутку;

– праці як діяльності людей, що регулюється сукупністю організаційно-економічних відносин, що склалися в процесі господарської діяльності підприємства на поточний момент часу;

– результатів науково-технічного прогресу, що впливають на якісну зміну основних фондів і оборотних коштів, в які авансуються і інвестуються фінансові ресурси у вигляді капіталу, а також на якісну зміну форм організаційно-економічних відносин.

$$Y = A \times K^{\alpha} \times L^{\beta} \times E^n, \quad (1)$$

де Y - обсяг випуску; K – капітал; L –праця; A – коефіцієнт пропорційності (коефіцієнт сполучення розмірності), $\alpha\beta$ – коефіцієнти, що характеризують приріст обсягу випуску продукції, що припадає на 1% приросту відповідного фактору (капіталу або праці); E – фактор, що відображає вплив технічного прогресу і часу n .

Якщо розглянуту функцію виразити в показниках середньорічних темпів приросту факторів, у тому числі і ресурсозбереження, то вона прийме наступний вигляд [6]:

$$Y = \alpha K + \beta L + R, \quad (2)$$

де Y , K , L – відповідно темпи приросту продукції, капіталу, робочої сили; R – комплексний показник зростання економічної ефективності всіх факторів, що відображає якісні зміни в техніці і технології, підвищення кваліфікаційного та освітнього рівня персоналу, поліпшення якості матеріалів, поява нових видів матеріалів, підвищення ефективності використання живої або матеріалізованої праці та ін.

Таким чином, виробнича функція Кобба-Дугласа визначає не тільки максимально можливий рівень випуску продукції при заданій кількості факторів виробництва і конкретній технології, а й свідчить про конкурентоспроможне функціонування підприємства при ефективному управлінні факторами виробництва. При цьому виробнича функція може приймати наступний вигляд: $Y = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$, де Y – кількість продукції, що випускається підприємством за певний період часу; x_1 – показники першого фактору виробництва за той же період часу; x_2 – показники другого чинника виробництва за той же період часу; x_n – показники n -го чинника, що впливає на виробничий процес за той же період часу; n – кількість факторів, що впливають на виробничий процес в даний період часу.

Отже, для ефективного управління ресурсним забезпеченням необхідно мати оперативну інформацію не тільки у вартісному вираженні, але й інформацію про стан і рух товарно-матеріальних цінностей, у взаємозв'язку грошових і товарних потоків. Підприємець в будь-який момент часу має мати можливість побачити стан поставок і відвантажень, розрахунків по них, рівень витрат і результатів з будь-якої необхідної ступенем деталізації: по підприємству в цілому, конкретним договором, партії товару, періоду, аж до конкретної поставки і платежу.

Суттєвою складовою ефективної роботи в даному напрямку є наявність механізму ресурсозбереження в загальній системі управління підприємством, функціонування якої, у свою чергу, залежить від ступеня інформованості керівників усіх рівнів управлінської ієрархії про витрати, доходи та витрати, майно та фінанси підприємства. Подібна інформація зазвичай міститься в бухгалтерській звітності, проте існуючі її форми не дають відповіді на багато питань управління ресурсами, що зумовлює необхідність створення додатково інформаційної підсистеми, діючої паралельно з підсистемою бухгалтерського обліку.

Таке завдання викликає необхідність введення в управління ресурсами натуральних показників, що забезпечує можливість в плановій та звітній формі відслідковувати виконання конкретного проекту не тільки за вартісними показниками (за статтями витрат, фінансовим результатом, рух грошових коштів, за термінами), але і в натуральному вираженні (за обсягами закупівель, відвантажень, продажів, по руху товару).

Для отримання подібних показників потрібно узагальнений консолідований звіт, об'єднуючий інформацію про підприємство у вартісному і натуральному вираженні, а також облік нематеріальних ресурсів підприємства. У цьому зв'язку передбачається необхідність

формування механізму ресурсозбереження, відповідно до якого підприємство умовно необхідно розділити на об'єкти, що характеризуються входами грошово-матеріальних потоків на них і документально підтверджуються виходами.

Таким чином, робота підприємства перетворюється в розділений у просторі та часі процес, обумовлений двома станами:

- наявністю ресурсів підприємства у вищезазначених об'єктах на початку досліджуваного періоду;
- наявністю ресурсів підприємства у вищезазначених об'єктах в кінці досліджуваного періоду.

Різниця між даними станами свідчатиме про динаміку обсягу запасів ресурсів як по підприємству в цілому, так і по кожному об'єкту окремо.

Таким чином, при розробці підприємницького механізму ресурсозбереження до складу управлінських функцій на першому етапі включається аналітична функція, що представляє комплекс заходів з оцінки ефективності використання ресурсів підприємства та виявлення резервів ресурсозбереження.

На другому етапі розробляються заходи щодо використання виявлених резервів та подальшому розвитку потенційних напрямків ресурсозбереження, освоєння яких може забезпечити раціоналізацію процесу використання ресурсів та оптимізацію величини їх витрати на одиницю продукції, що випускається.

Так, наприклад, економія матеріальних ресурсів в конкретному виробничому підрозділі підприємства може бути рівнозначна приросту їх виробництва на суміжному підприємстві чи збільшенню обсягу сировини, необхідної для виготовлення даного матеріального ресурсу.

Крім того, зниження обсягу використання певного ресурсу в результаті його економії сприяє підвищенню ефективності використання виробничих потужностей або їх вивільненню, а використання меншої кількості ресурсу при встановленій технологічній карті виробництва продукції забезпечує зростання продуктивності праці.

Третім етапом є розробка постійно діючого механізму ресурсозбереження на підприємстві. Тут визначаються мета, завдання та перспективні напрямки ресурсозбереження, заходи, спрямовані на їх освоєння, формується система показників, що визначають міру відповідальності за здійснення ресурсозбереження та варіанти стимулювання персоналу.

Таким чином, результатом перших трьох етапів процесу є формування складових механізму ресурсозбереження, для реалізації якого на четвертому етапі повинен бути розроблений комплексний механізм ресурсозбереження. Тут визначаються цілі та напрямки реалізації механізму на основі його ключових складових, визначаються інноваційні та організаційні заходи, які послужать відповідними інструментами по кожному напрямку.

Розробка механізму ресурсозбереження не повинна обмежуватися витратами щодо основних фондів, матеріальних і трудових ресурсів. Чимале значення мають інформаційні та інтелектуальні ресурси, оскільки розробка і реалізація підприємницьких рішень обумовлюють необхідність наявності великого обсягу інформації, що постійно аналізується і систематизується. Інформаційні ресурси підприємства тісно пов'язані з інтелектуальними, так як завжди потрібні кадри, здатні виявити тенденції розвитку зовнішнього середовища, перспективи розвитку підприємства і ринку, обґрунтувати необхідність концентрації ресурсів в стратегічних цілях.

Результатом реалізації підприємницького механізму ресурсозбереження за допомогою функціонування відповідного комплексного механізму очікується активізація роботи всіх членів трудового колективу в напрямку послідовного виконання комплексу заходів в технічному, економічному, фінансовому та правовому аспекті раціонального використання та економного витрачання різних видів ресурсів, зниження відходів виробництва, скидів та

викидів, що негативно впливають на навколишнє природне середовище. При цьому реалізація механізму ресурсозбереження має представляти собою комплексний процес, обумовлений зростанням ефективності системи матеріально-технічного постачання, підвищенням якості продукції, її транспортуванням, зберіганням та реалізацією.

Виходячи з викладеного, на другому, третьому і четвертому етапах у складі підприємницьких функцій з'являється організаційно-координуюча функція, яка полягає у розробці заходів, спрямованих на використання резервів ресурсозбереження, а також стратегічних напрямків даного процесу, що виражаються в стратегії ресурсозбереження, а координуюча роль даної функції реалізується в механізмі ресурсозбереження.

П'ятий етап призначений для контролю процесу реалізації механізму ресурсозбереження за результатами моніторингу стану конкурентоспроможності продукції підприємства. Крім того, поліпшення роботи із забезпечення ресурсами процесу виробництва повинно супроводжуватися систематичним контролем за їх споживанням і станом виробничих запасів.

Таким чином, ресурсозбереження – це раціоналізація процесу споживання всіх видів ресурсів у господарській діяльності сільськогосподарського підприємства. Для цього потрібно керувати відповідними процесами за допомогою формування підприємницького механізму ресурсозбереження.

Висновки та перспективи подальших досліджень Станом на 1 червня 2015 року в сільськогосподарських підприємствах (крім малих) і підприємствах, що здійснюють зберігання, переробку зернових культур є наявності 3 968,9 тис. тон пшениці, що на 56,7% більше, ніж у 2014. При цьому запаси пшениці становили майже 40% від всіх зернових запасів на зазначену дату, тому зниження таких запасів тільки на 1% може забезпечити залучення в народногосподарський обіг додаткову кількість дефіцитних ресурсів. Тому, на даному етапі потрібно обліково-контрольна функція, яка полягає в поданні достовірної інформації, про стан справ з реалізацією механізму ресурсозбереження, а також стимулююча функція, що надає можливості впливу на учасників господарського процесу, які спонукають їх не перевищувати заданий рівень запасів ресурсів і ресурсоемності продукції, і знаходити резерви їх зниження.

Слід зауважити, що вирішення задачі ресурсозбереження по відношенню до різних видів ресурсів неможливо без її чіткої наукової обґрунтованості, розвитку прогресивної нормативної бази, зростання рівня професіоналізму персоналу; підвищення рівня інформаційного забезпечення. Але найбільш важливим чинником формування механізму ресурсозбереження є підприємництво, як інноваційна і ризикова діяльність, що забезпечує рушійні сили розвитку підприємства і стимулює його до зміни умов господарювання і постійного вдосконалення виробничого процесу для збільшення прибутку. Саме тому виникла необхідність не тільки розглянути закономірності виробничої функції у мікроекономічному аспекті, але і знайти їх важелі впливу у підприємницькій функції.

Література

1. Ареф'єва О. В. Управління формуванням підприємництва : [моногр.] / О. В. Ареф'єва, Н. А. Герасимчук. — К. : Корпорація, 2006. — 225 с.
2. Вовк І. Особливості формування організаційно-економічного механізму ресурсозбереження в умовах соціально-економічної трансформації підприємств : [Електронний ресурс] / І. Вовк, О. Погайдак // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2012. — № 2 (7). — С. 315–326. — Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12vipetp.pdf>.
3. Гавриш О. А. Методичний підхід до моделювання економічних ефектів внаслідок впровадження ресурсозберігаючих заходів на сільськогосподарських

підприємствах : [Текст] / О. А. Гавриш, І. О. Ляшенко // Вісник НТУУ «КПІ». — 2013. — № 10. — С. 234–242.

4. Герасимчук Н.А. Підприємництво як рушійна сила ресурсозбереження : [Текст] / Н. А. Герасимчук // Матеріали п'ятої Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених «Розвиток і регулювання ринків сільськогосподарської продукції та продовольства». — К.: ННЦ ІАЕ, 2013. — С. 26–30.

5. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ–ХХІ століть: нові пріоритети : [моногр.] / М. І. Долішній. — К. : Наукова думка, 2006. — С. 198–200.

6. Каленюк А. А. Сущность проблемы управления ресурсосбережением на промышленном предприятии : [Електронний ресурс] // Экономические науки : материалы конференции. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/24_NTP_2009/Economics/50325.doc.htm.

7. Кондратенко Н. О. Інструментарій інвестиційного забезпечення процесу ресурсозбереження на регіональному рівні : [Текст] / Н. О. Кондратенко, Д. Г. Молодченко // Сталий розвиток економіки : [всеукраїнський науково-виробничий журнал]. — 2011. — С. 107–111.

8. Ляшенко І. О. Аналіз економічних ефектів внаслідок впровадження ресурсозберігаючих заходів на сільськогосподарських підприємствах : [Текст] / І. О. Ляшенко // Інноваційна економіка : [всеукраїнський науково-виробничий журнал]. — 2013. — № 2 (40). — С. 79–84.

9. Малік М. Й. Інституціоналізація аграрного підприємництва: трансформація та ефективність : [Текст] / М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. — 2010. — № 7. — С. 132–139.

10. Мельник Л. Г. Ресурсосбережение как направление природопользования : [Текст] / Л. Г. Мельник, С. А. Скоков // Механізм регулювання економіки, економіка природокористування, економіка підприємства та організація виробництва. — 2001. — № 1–2. — С. 70–73.

11. Сотник І. М. Управління розвитком ринку ресурсозбереження в Україні: проблеми і перспективи : [Текст] / І. М. Сотник, Ю. О. Мазін // Сталий розвиток : [всеукраїнський науково-виробничий журнал]. — 2011. — № 1. — С. 3–8.

12. Старицька О. П. Структурна характеристика ринкових важелів ресурсозбереження : [Текст] / О. П. Старицька // Агроінком. — 2005. — № 7. — С. 67–69.

13. Шаповал А. І. Методичні підходи до формування ефективної системи управління ресурсозбереженням на підприємстві : [Електронний ресурс] / А. І. Шаповал. — Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua>.

14. Яловий Г. К. Напрями ефективного інвестування у розвиток підприємництва в Україні : [Текст] / Г. К. Яловий, Г. К. Крейдич // Фінансове та інституціональне забезпечення підприємництва в Україні : [зб. наук. праць]. — К. : Європейський університет, 2005.

УДК: 338.43:502.171

Василь Я. Шевчук*Національна академія управління***ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ**

В статті розглянуті основи передумови та економічний механізм стимулювання процесів ресурсозбереження, розглянуті основні положення даного механізму та формула розрахунку винагороди за економію ресурсів. Представлений у статті економічний механізм стимулювання ресурсозбереження може бути застосований в усіх сферах створення продукції тільки за умови реалізації проектно-конструкторських розробок, виробленої продукції, відходів виробництва і отримання фактичної додаткового прибутку.

Ключові слова: економічний механізм, стимулювання, ресурсозбереження

Василий Я. Шевчук*Национальная академия управления***ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СТИМУЛИРОВАНИЯ РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ**

В статье рассмотрены основные предпосылки и экономический механизм стимулирования процессов ресурсосбережения, проанализированы базовые положения данного механизма, а также формула расчёта вознаграждения за экономию ресурсов. Представленный в исследовании экономический механизм стимулирования ресурсосбережения может быть применён во всех сферах создания продукции только при условии реализации проектно-конструкторских разработок, изготовленной продукции, отходов производства фактического получения дополнительной прибыли.

Ключевые слова: экономический механизм, стимулирование, ресурсосбережение.

Vasily Y. Shevchuk*National Academy of Management***ECONOMIC MECHANISM FOR ENHANCING RESOURCE SAVING**

In the article analyzed the basis conditions and economic incentives of resource saving processes, basic elements of the mechanism and proposed the formula for evaluation of impact of worker on resources saving process and payment for it. Presented in the article resource economic incentives can be applied in all areas of production only with full cycle of R&D, production process, waste recycle and the actual receipt of additional revenue from resource saving.

Keywords: economic mechanism, incentives, resource saving

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Визначальне значення в проведенні робіт з ресурсозбереження має правильно організована система стимулювання учасників цього процесу. Тому необхідна чітко продумана з одного боку система ресурсозбереження на різних рівнях управління, а з іншого – механізм її реалізації та стимулювання. Необхідно при цьому визначити цілі системи, зв'язки між елементами і способи її дії, які б забезпечували ефективні напрямки ресурсозбереження. У широкому плані система ресурсозбереження повинна базуватися на управлінні якістю продукції, прогресивних нормах і нормативах, механізмі ціноутворення, економічному і матеріальному стимулюванні. Комплексне рішення перелічених напрямів служить основою для проведення ефективної ресурсозберігаючої роботи.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Питання теорії та методології ресурсозбереження знайшли своє відображення у працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема таких як О.С. Виханський [1], Л.М. Ганущак-Єфіменко [2], Н.А. Герасимчук [13], Н.О. Кондратенко [3], И.В. Ли [4], Е.И. Локтик [5], М.Й. Малік [6], І.М. Сотник [7], О.П. Старицька[8], А.В. Улезько [10], А.І. Шаповал [12] та ін.

Теоретичною та методологічною основою дослідження стали праці, розробки та наукові рекомендації вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань оптимального формування та використання їх ресурсного потенціалу, законодавчі акти, методичні матеріали та розробки наукових колективів. Проведені дослідження базувалися на діалектичному, абстрактно-логічному, експериментальному і інших методах економічних досліджень.

Невирішені частини дослідження У науковій літературі неодноразово підкреслювалось, що рівень матеріаломісткості виробів закладається в процесі наукових досліджень, проектно-конструкторських розробок і безпосередньо проявляється в процесі виробництва. Лише при такому підході можуть бути вирішені завдання найбільш повного, раціонального використання ресурсів у ланцюзі "дослідження – проектування – виробництво – експлуатація", хоча кожен з цих етапів самостійний і виконує свою окрему функцію. При цьому результати роботи на кожному попередньому етапі суттєво впливають на ефективність наступних і таким чином, на кінцеві результати. Точкою відліку на всіх стадіях створення виробу повинні бути нормативи матеріальних витрат. Саме відсутністю останніх, особливо на проектно-конструкторських стадіях, пояснюються труднощі побудови моделі ресурсозбереження іншого боку, нормативи необхідно визначати на основі врахування кінцевих результатів, тобто собівартості, якості і конкурентоспроможної ціни.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування У сучасному ринковому ціноутворенні найбільш поширеною є договірно-контрактний порядок встановлення ціни. Завдання підприємства полягає у визначенні найбільш вигідної для нього ціни [1].

Стратегія підприємства під час ціноутворення в умовах ринку охоплює широке коло питань, пов'язаних з цінами як на вхідні ресурси, так і на готову продукцію. Здавалося б, в цих умовах ринкове ціноутворення має стимулювати до зниження матеріаломісткості продукції та спонукати до процесів ресурсозбереження, особливо коли ціни на матеріальні ресурси значно виросли через високу частку імпортованих ресурсів та відповідно, валютних та курсових ризиків. Однак процеси ресурсозбереження у вітчизняній практиці відбуваються дуже повільно [2]. Тимчасова відсутність гострого дефіциту ресурсів в значній мірі пояснюється неповною завантаженістю потужностей підприємств. А вихід в конкурентній боротьбі наші виробники знаходять шляхом випуску більш дешевої продукції не стільки за рахунок зниження матеріаломісткості, скільки за рахунок низької заробітної плати. Цей тимчасовий вихід з положення в перехідній економіці не може тривати довго. В умовах стабілізації економіки і сучасної конкуренції питання зниження рівня використання ресурсів стануть об'єктивною необхідністю.

Тому на рівні галузі повинні бути розроблені галузеві стандарти граничних норм витрачання ресурсів по окремих виробництвах на одиницю продукції або іншими параметрами. Комітети з економіки та промислової політики адміністрацій регіонів повинні мати прогнози споживання ресурсів і плановані обсяги ресурсозбереження, проводити контроль та аналіз ресурсозберігаючої діяльності організаціями та підприємствами, створювати інформаційно-аналітичну базу ресурсозбереження, використовувати фінансово-кредитні важелі.

В ринкових умовах підприємства, як самостійні товаровиробники, повинні бути зацікавлені в зниженні витрат, більш ефективного використання виробничих ресурсів. Завдання полягає в створенні таких умов, які б стимулювали працівників до раціонального використання сировини, матеріалів та інших ресурсів виробництва.

Аналіз показує, що розроблені і використовувані на окремих підприємствах системи матеріального і морального заохочення працівників за економію матеріалів мають відмінність в показниках і джерелах преміювання, порядок виплати винагород і т.д., що пояснюється не тільки особливостями діяльності підприємств, але і різним рівнем розробки положень про преміювання, відсутністю єдиного методичного підходу. На багатьох

підприємствах такі положення взагалі не існують. Що стосується заохочення працівників науково-дослідних інститутів та конструкторських бюро за зниження матеріаломісткості виробів, що проектуються, то вони застосовуються дуже рідко [7].

В умовах ринкової економіки, коли ціни визначаються виходячи з споживчої вартості виробу і дії закону конкуренції на ринку, підприємства об'єктивно повинні бути зацікавлені в зниженні собівартості продукції, як головного джерела підвищення прибутковості підприємства.

Як відомо, ядром господарського механізму, його діючими пружинами на підприємствах служить категорія інтересів[8]. Розглянемо з цих позицій питання заохочення на всіх етапах життєвого циклу продукції.

В даний час в науково-дослідних і проектно-конструкторських організаціях системи стимулювання не забезпечують необхідну матеріальну зацікавленість в економії ресурсів. Іноді навіть за досить високі результати, досягнуті при розробці та впровадженні заходів щодо економії матеріальних ресурсів (створення нових економічних матеріалів, ресурсозберігаючих технологічних процесів і т.д.), безпосередньо спрямованих на зниження матеріаломісткості та ресурсоемності, працівники не завжди отримують додаткову матеріальну винагороду. А інтереси держави вимагають, щоб НДІ, КБ і підприємства створювали і виробляли високо ефективну конкурентоздатну продукцію не тільки і не стільки для внутрішнього споживання, а в більшій мірі для торгівлі на світовому ринку.

Будь-яка система стимулювання найбільш дієва в тому випадку, коли розмір заохочення поставлений в пряму залежність від величини необхідного і досягнутого результату. Тому для максимальної ув'язки розмірів заохочення і отриманих результатів джерелом винагороди на всіх етапах створення продукції повинна стати сама економія і отриманий додатковий прибуток, створюваний за рахунок реалізації наукових розробок. Це забезпечить повну відповідність суми, необхідної для заохочення розробників з величиною грошових коштів, виділених на стимулювання, тобто дозволить утворювати і використовувати кошти виходячи з одних і тих же принципів і тим самим найбільш наочно закріпити зв'язок між високими результатами і отриманою винагородою.

Однак на стимулювання наукових розробок слід виділяти не всю суму економії, а певну частину. Це пояснюється тим, що досягнута економія не є досягненням лише певної групи розробників або будь-якої організації. Передумови економії, необхідний науково-технічний заділ був створений на попередньому етапі розвитку науки і техніки. Тому величина отриманої економії повинна розподілятися між організаціями і підприємствами, які реалізували ці можливості.

Такий розподіл може здійснюватися за допомогою коефіцієнта відрахувань від суми отриманої економії, що показує яка її частка виділяється на заохочення. Розмір заохочення при цьому визначається як добуток зазначеного коефіцієнта на величину економії в грошовому вираженні.

Основними результатами розробки і впровадження заходів щодо зниження матеріаломісткості є, по-перше, економія матеріальних ресурсів, по-друге, обумовлений нею економічний ефект, який може полягати в зменшенні величини витрат на виробництво і експлуатацію виробів за рахунок зниження трудомісткості їх виготовлення, скорочення виробничого циклу, поліпшення експлуатаційних характеристик виробу, по-третє, найголовніше – забезпечення конкурентоспроможності продукції. Вони є прямим наслідком економії матеріалів, що досягається шляхом реалізації конструктивних заходів щодо зниження маси виробу або підвищення його технологічності. Тому до переліку повинні включатися: по нових виробках – заходи по зниженню матеріаломісткості, реалізовані в процесі проектування виробів; по інших напрямках нової техніки – заходи по зниженню прогресивних технологічних процесів, ефективних методів організації праці та виробництва і т.д. в тій частині їх економічного ефекту, яка обумовлена економією ресурсів.

Слід враховувати, що частина розробок, за якими має місце економія матеріалу, може заохочуватися в цілому на підставі повної величини економічного ефекту. За таких розробок, на нашу думку, з сумарною величини економічного ефекту слід виділяти ефект від зниження матеріаломісткості, ресурсоемності і за нього заохочення встановлювати в підвищеному розмірі.

Організація оцінки і заохочення окремих підрозділів організацій за зниження матеріаломісткості продукції передбачає вирішення двох основних питань. По-перше, необхідно забезпечити врахування внеску кожного виробничого підрозділу на основі оцінки результатів його роботи; по-друге, встановити порядок визначення величини винагороди працівникам залежно від досягнутих результатів.

Найбільшу складність представляє рішення задачі визначення вкладу кожного працівника в зниження матеріаломісткості. У практиці преміювання відсутні чіткі критерії і рекомендації, що дозволяють оцінити ступінь участі в створенні економічного ефекту. Більш того, практичних рекомендацій по співвідношенню частки участі прямих виконавців і допоміжних підрозділів також сьогодні немає. Відсутній науковий метод вирішення цього завдання. Тому вважаємо за доцільне підійти до їх вирішення на основі узагальнення практичного досвіду і використання для цих цілей експертних оцінок.

У практиці роботи проектно-конструкторських організацій на всі етапи роботи існують або затверджені, або апробовані практикою нормативи, що враховують як трудомісткість, так і необхідну класифікацію працівників. Однак ці нормативи не враховують ні ініціативи працівників, ні заходи його творчої віддачі. Тому визначені нормативами трудовитрати з урахуванням кваліфікації повинні бути скориговані на коефіцієнт, що враховує той творчий внесок, ту частку винахідливості та ініціативи, яку кожен працівник вніс у розробку комплексу документів. Цим же коефіцієнтом враховуються і трудовитрати, понесені у неробочий час, з якими неминуче пов'язана творча діяльність. Цей коефіцієнт надалі будемо називати коефіцієнтом творчої участі.

Таким чином може бути запропонований показник, пропорційно якому повинні встановлюватися розміри матеріального заохочення всередині відділу, тобто серед безпосередніх розробників проекту ресурсозбереження. Цей показник може бути представлений у вигляді формули:

$$W_v = T * W * K_k * K_{tv}, \quad (1)$$

де: W_v – показник винагороди, пропорційно якому визначається оплата праці, грн. за люд-год;

T – витрати часу на розробку проекту ресурсозбереження, люд-год;

W – погодинна ставка працівника 1 розряду, грн.;

K_k – коефіцієнт кваліфікації, що враховує кваліфікацію працівника;

K_{tv} – коефіцієнт творчої участі.

Вимірювання часу T ми пропонуємо проводити у відповідності зі звичайною системою обліку праці. Коефіцієнт кваліфікації K_k найдоцільніше вимірювати за допомогою встановленої системи оплати, тобто приймаючи K_k як надбавочний коефіцієнт до середньогодинної тарифної ставки працівника 1 розряду. Тоді перша частина формули $T*W*K_k$ становитиме заробітну плату, яка підлягає виплаті працівнику відповідно до нормативної трудомісткістю виконаної роботи. Коефіцієнт творчої участі K_{tv} в даній формулі якраз і становитиме інноваційність підходу, що дасть можливість оцінити вклад найбільш творчого працівника з найкращими результатами впровадження. Оцінка може бути проведена експертним шляхом, а саме: подача ідеї – коефіцієнт 1, творча розробка ідеї – 0,6, доопрацювання та покращення – 0,4, просте втілення вказівок по розробці ідеї 0,2. Аналізуючи цю шкалу і перспективи її застосування, навіть не заперечуючи правомірність і справедливність введених коефіцієнтів, можна відзначити, що її практичне застосування пов'язано з деякими труднощами. Так, важко в практичному випадку відокремити подачу ідеї

від її творчої розробки, а творчу розробку від доопрацювання і поліпшення. Тому в перспективі видається більш доцільним використання другого шляху, запозиченого з досвіду роботи підприємств, де реалізований метод бригадного підряду. Так само, як коефіцієнт трудової участі, він встановлюється для кожного виконавця радою бригади, доцільно K_{TV} визначати обговоренням всередині колективу (відділу, сектору, групи), учасники якого підлягають преміювання. Це забезпечить в більшості випадків найбільш справедливий розподіл премій та сприятиме створенню здорового психологічного клімату в колективі. Іншими словами, такий підхід приведе у відповідність інтереси кожного виконавця з інтересами колективу.

Друге завдання полягає у встановленні порядку розподілу премій між основними і допоміжними підрозділами наукових підрозділів. Незважаючи на те, що визначальний внесок в зниження матеріаломісткості вносять основні відділи (конструкторсько-технологічний і т.д.), значною є роль допоміжних відділів (наприклад, сектори нормоконтролю, замовлення і комплектації і ін.) Наявність своєчасної інформації, що забезпечується активним її пошуком, може надати істотну допомогу розробникам та послужити спонукальним стимулом для пошуку кращого рішення.

Склад кожного з цих підрозділів встановлюється на основі організаційної структури, номенклатури робіт, що виконуються окремими підрозділами та аналізу їх участі в розробці та впровадженні заходів щодо зниження витрат матеріалів.

У цьому завданні можна виявити такі визначальні моменти:

1) сумарна премія кожного із співробітників допоміжних відділів не повинна перевищувати суми премії, одержуваних співробітниками основних відділів, тобто розподіл премій між всією сукупністю основних і допоміжних підрозділів повинно здійснюватися пропорційно фонду заробітної плати;

2) при розподілі преміальних фондів повинна враховуватися провідна роль основних відділів.

Аналіз систем матеріального стимулювання за економію матеріалів на підприємствах різних галузей народного господарства показує, що на одних підприємствах преміювання здійснюється за економію окремих видів матеріалів (дефіцитних і дорогих), на інших – на тих ділянках виробництва, де відбувається найбільше споживання сировини і матеріалів. Дуже рідко в якості стимулюючого показника застосовується додатковий випуск продукції з зекономлених матеріалів, при цьому преміюються в основному тільки робочі [12].

Показники преміювання повинні бути конкретними і відображати особливості окремих виробництв. Для робітників, наприклад, такими показниками можуть бути: конкретна економія різних видів матеріально-технічних ресурсів, скорочення браку, відходів виробництва, підвищення виходу якісної продукції і ін. При цьому система безпосереднього преміювання за економію матеріальних ресурсів може бути ефективною в тому випадку, коли в преміальних положеннях ретельно продумано, економію яких матеріалів найдоцільніше заохочувати, встановлені причини наявних відхилень від норм.

У тих випадках, коли додаткова економія неможлива або не є доцільним (наприклад, викликає погіршення якості та ін.) преміювання робітників може здійснюватися за дотримання встановлених науково-обґрунтованих норм витрат сировини і матеріалів. Своєчасному виявленню та встановленню причини відхилення фактичних витрат від діючих норм сприятиме впровадження нормативного обліку витрат на виробництво. Відхиленням від норм вважається як економія, так і додаткові витрати сировини і матеріалів, викликані відступом від передбачених технологічних процесів, заміною матеріалів і т.д. Передумовами впровадження елементів нормативного методу обліку є упорядкування первинного обліку нормативного та вагового господарства, комп'ютеризація обробки планово-облікової інформації.

Послідовний, системний облік матеріальних ресурсів в натуральному і вартісному вираженні на робочих місцях позитивно позначається і на впровадження комплексних особових рахунків ефективності та якості роботи. Саме через відсутність належного обліку використання матеріалів на робочих місцях, в бригадах і на ділянках є неможливою визначити дійсну економію матеріальних ресурсів.

При встановленні показників преміювання слід мати на увазі ту обставину, що найбільш наочним є визначення економії матеріалів в натуральному вираженні. Грошова оцінка в цьому випадку необхідна для визначення величини коштів, спрямованих на заохочення робітників, а також обліку витрат на виробництво.

Заохочення має бути організовано на основі всебічного врахування економічних, організаційно-технічних і соціальних умов праці та виробництва. У зв'язку з цим виникає необхідність впровадження системи певних показників і умов заохочення, число яких повинно бути зведене до мінімуму. Досвід показує, що наявність великої кількості показників і умов ускладнює і знижує ефективність матеріального заохочення. Наприклад, при заохочення робітників за економію матеріально-технічних ресурсів неодмінною умовою є забезпечення високої якості продукції, що випускається. Як показник заохочення нами рекомендується для внутрішньовиробничих підрозділів пряма економія матеріальних ресурсів від впровадження конкретних заходів. Причому відрахування на стимулювання слід робити у наступних випадках:

- за фактичну економію від підвищення коефіцієнтів використання матеріалів, обумовлену конкретними організаційно-технічними заходами;
- за сприяння в зниженні і переробці відходів виробництва;
- за фактичну економію палива і енергії.

Не менш важливим є питання про розміри заохочень. Вивчення досвіду підприємств показує, що на різних підприємствах встановлюються різні розміри премії від вартості зекономлених матеріалів. На преміювання за економію сировини, матеріалів та інших матеріальних ресурсів може бути направлено до 75% суми економії, отриманої по ділянці, бригаді, цеху або робочого місця. При встановленні ліміту винагороди слід виходити із суми економії, отриманої на кожному підприємстві за врахуванням додаткових витрат на організацію контролю якості продукції та ін. В той же час необхідно врахувати, що мінімальний розмір коштів повинен бути на такому рівні, який дозволяв би стимулювати поліпшення показників і умов заохочення. Ґрунтуючись на рекомендаціях соціологів, мінімальна величина премій повинна бути не нижче 10% основної заробітної плати (тарифної ставки, посадового окладу) [12].

Розподіл премій між працівниками виробничих підрозділів слід проводити з урахуванням дійсного внеску у здобуття економії матеріалів. При колективному досягненні економії розмір премії окремим дільницям роботи встановлюється керівниками підприємства або відповідного підрозділу (відділу, ділянки, бригади, цеху) з урахуванням творчого вкладу працівника в досягнуту економію. Із загальної суми коштів на преміювання не менше 75% має бути витрачено на заохочення робітників і до 25% – на інженерно-технічних працівників і службовців, які безпосередньо беруть участь і активно сприяють досягненню економії.

Потрібно мати на увазі, що при розробці заохочувальних положень за економію матеріалів розміри премій кожного працівника повинні бути не в однаковому розмірі по відношенню до тарифної ставки або посадового окладу, так як останні не можуть відображати дійсного внеску працівника в отриманні економії. У показниках і умовах заохочення необхідно відобразити специфіку виробництва кожного структурного підрозділу (бригади, дільниці, цеху, відділу і т.д.). Викладене повністю відноситься і до сфери експлуатації.

При організації стимулювання слід виходити з того, що заохочення є не тільки мірою матеріального заохочення, а й громадським визнанням трудових заслуг працівника і повинні служити моральним стимулом для поліпшення роботи інших членів колективу.

Висновки та перспективи подальших досліджень У висновку слід особливо підкреслити, що представлений у статті економічний механізм стимулювання ресурсозбереження може бути застосований в усіх сферах створення продукції тільки за умови реалізації проектно-конструкторських розробок, виробленої продукції, відходів виробництва і отримання фактичної додаткового прибутку.

Можна також відзначити, що пропоновані рекомендації є актуальними в умовах сьогоденної кризи підприємств. Також треба зазначити, що в умовах нестабільної ринкової економіки економічне стимулювання стає рушійним мотивом підвищення прибутку і рентабельності виробництва.

Література

1. Виханський О.С. Проблемы развития управления общественным производством / Олег Самуилович Виханский – Изд-во Моск. ун-та, 1991 – 140 с.
2. Ганущак-Єфіменко Л.М. Інноваційний розвиток підприємництва в Україні: стратегічні орієнтири [Текст] : [монографія] / Людмила Михайлівна Ганущак-Єфіменко – К., Національна академія управління, 2014. – 400 с.
3. Кондратенко Н.О. Стратегія ресурсозбереження регіональних економічних систем: [монографія] / Н.О. Кондратенко. – Харків: НТМТ, 2010. – 362 с.
4. Ли И.В. Стратегия ресурсосбережения в рыночных условиях и ее эффективность. СПбГИЭА. -СПб., 1998.- 214 с.
5. Локтик Е.И. Экономический механизм ресурсосбережения предприятиями с различными формами собственности [Текст] / Е. И. Локтик// Вестник кадровой политики, аграрного образования и инноваций. – 2012. – №7-9. – С. 15-18.
6. Малік М.Й. Сталий розвиток сільських територій на засадах регіонального природокористування та екологічнобезпечного агропромислового виробництва./ Малік М.Й., Хвесик М.А. //Економіка АПК. – 2010. – № 5.
7. Сотник І.М. Еколого-економічні механізми мотивації ресурсозбереження : монографія / І.М. Сотник. — Суми: ВВП «Мрія» ТОВ, 2008. — 330 с.
8. Старицька О.П. Структурна характеристика ринкових важелів ресурсозбереження // Агроінком. – 2005. – № 7. – С. 67-69.
9. Улезько А. В. Стратегия формирования и тактика использования ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий [Текст] : [монография] / Улезько, Андрей Валерьевич .. – Воронеж, 2004. – 223 с.
10. Сотник І. М. Управління розвитком ринку ресурсозбереження в Україні: проблеми і перспективи [Текст] / І.М. Сотник, Ю. О. Мазін // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток». – 2011. – № 1. – С. 3-8.
11. Старицька О.П. Структурна характеристика ринкових важелів ресурсозбереження // Агроінком. – 2005. – № 7. – С. 67-69.
12. Шаповал А. І. Методичні підходи до формування ефективної системи управління ресурсозбереженням на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: essuir.sumdu.edu.ua
13. Gerasymchuk N.A. Development of resourcesaving strategy in economic activity of agricultural enterprises //Modern Management Review. – № 1, 2013.- P. 21-28.
14. Towards a Sustainable Economic Paradigm: From Labour to Resource Productivity – Proceeding for the conference // UNEPDTIE, 2013 – http://www.unep.org/dtie/Portals/126/At_a_glance_UK.pdf.

УДК: 330.101.541:330.342

Ірина Ю. Штулер

*Національна академія управління***СПІВІДНОШЕННЯ БАЗОВИХ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ У КОНТЕКСТІ ВІДНОВЛЕННЯ РІВНОВАГИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ**

У статті досліджено динаміку валового зовнішнього боргу та валового національного доходу протягом 2005-2015 років. Встановлено причини, передумови та тенденції їх подальшого розвитку. Проведений аналіз відношення валового зовнішнього боргу до експорту свідчить про потенціал країни щодо погашення зовнішнього боргу. Визначено, що враховуючи трансформаційність умов, в яких знаходиться економіка, потребує оновлення практика вироблення політики становлення рівноваги в національній економічній системі.

Ключові слова: економічна система, рівновага, гомеостазис, стійкість, соціально-економічний розвиток.

Ірина Ю. Штулер

*Национальная академия управления***СООТНОШЕНИЕ БАЗОВЫХ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В КОНТЕКСТЕ ВОССТАНОВЛЕНИЯ РАВНОВЕСИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ**

В статье исследована динамика валового внешнего долга и валового национального дохода на протяжении 2005-2015 годов. Установлены причины, предпосылки и тенденции их дальнейшего развития. Проведённый анализ соотношения валового внешнего долга к экспорту свидетельствует о потенциале страны по погашению внешнего долга. Определено, что учитывая трансформационность условий, в которых находится экономика, нуждается в обновлении практика выработки политики на установление равновесия в национальной экономической системе.

Ключевые слова: экономическая система, равновесие, гомеостазис, устойчивость, социально-экономическое развитие.

Iryna Y. Shtuler

*National Academy of Management***CORRELATION OF BASIC MACROECONOMIC INDICATORS IN THE CONTEXT OF RESTORING ECONOMIC SYSTEM EQUILIBRIUM**

The paper studies the dynamics of the gross external debt and gross national income for 2005-2015. The reasons, conditions and trends of their further development are identified. The analysis of the ratio of gross foreign debt to exports indicate the potential of the country to repay external debt. It is determined that given the transformational environment the Ukrainian economy is operating, there is a critical need for updating practices in developing equilibrium formation policy in the national economic system.

Keywords: economic system, equilibrium, homeostasis, stability, socioeconomic development.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Взаємозв'язки та взаємовпливи між валовим зовнішнім боргом та валовим зовнішнім доходом проявляються через дослідження їх структури та динаміки з позицій макроекономічного аналізу. На основі проведених розрахунків виникає розуміння причин та передумов виникнення дестабілізаційних процесів в національній економічній системі. Як результат проведеного аналізу стає можливим обґрунтування та вироблення заходів економічної політики, в основу яких має бути закладена концепція економічної рівноваги (з позицій гомеостазису) та передбачені конкретні пропозиції щодо вирішення завдань розвитку країни (зокрема, макроекономічної стабілізаційної політики).

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Широке коло питань, пов'язаних з заборгованістю України висвітлювали такі вітчизняні науковці, як С. Булгакова, Л. Єрмоленко, О. Кириленко, Ю. Пасічник, О. Василик, С. Юрій, А. Мних, О. Ходжаян та ін. Однак, незважаючи на сталий інтерес до цієї проблеми, безліч її аспектів залишається недостатньо вивченими та потребує подальшого опрацювання. В наукових дослідженнях Г. Асадчого, В. Гейця, М. Єрмошенка, С. Єрохіна, В. Глуценка, Г. Калача, В. Козюка, В. Корнесва, та інших розглядалися питання економічної сутності зовнішньої і внутрішньої заборгованості країни та організаційно-економічний механізм управління заборгованістю країни.

Невирішена раніше частина загальної проблеми полягає в тому, що попередні розробки не завжди можуть прямо застосовуватись для характеристики сучасної ситуації в Україні, та враховуючи трансформаційність умов, в яких знаходиться економіка, потребує оновлення практика вироблення політики становлення рівноваги в національній економічній системі.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Україна попри наявний високий потенціал розвитку знаходиться у глибокому кризовому стані. Допомога Заходу, активні дії уряду та працездатність українського народу, на жаль, не стали запорукою добробуту та процвітання країни. В певній мірі це зумовлено політичною та фінансово-економічною кризами та проведенням антитерористичної операції на Сході країни. Проте втрата людського капіталу та макроекономічні дисбаланси попередніх років набули загрозливих форм та тенденцій.

Незважаючи на економічне зростання, яке відбувалося до кризового 2014 року, життєвий рівень населення залишався низьким – денний ВВП на одного жителя України ледь перевищував 2 дол. США. За міжнародними стандартами такий показник характеризує зuboжілість населення країни.

Базові макро- та мікроекономічні показники і параметри характеризують стан національної економіки та вказують на необхідність концентрації зусиль на відновленні економічної рівноваги. Відповідно, точний та послідовний аналіз є необхідною умовою виведення концепції гомеостатичного розвитку економічної системи в сучасних умовах.

Валовий зовнішній борг за станом на певну дату – це загальний обсяг заборгованості за всіма існуючими, зобов'язаннями, що мають бути сплачені боржником у вигляді основної суми та/або відсотків у будь-який час у майбутньому, і які є зобов'язаннями резидентів цієї економіки перед нерезидентами[11].

Валовий національний дохід (Gross National Income) – макроекономічний показник, який відбиває сумарну вартість товарів та послуг (у цінах реалізації), що надходять у розпорядження певної країни за певний проміжок часу (як правило, зарік)[12].

Валовий зовнішній борг країни включає всі види заборгованості резидентів України перед нерезидентами, які класифікуються:

- **за чотирма основними секторами економіки** – сектор загального державного управління, органи грошово-кредитного регулювання, банки, інші сектори;
- **у розрізі початкових термінів погашення** – коротко- та довгострокові;
- **в розрізі фінансових інструментів** – боргові цінні папери, торгові кредити, кредити, валюта і депозити, інші боргові зобов'язання та зобов'язання за кредитами підприємств прямого інвестування [1].

Розглянемо динаміку валового зовнішнього боргу протягом 2005-2015 року, вихідні дані наведені в табл. 1. Валовий зовнішній борг розраховується в доларах США. Для перерахунку боргових зобов'язань, номінованих у гривнях та інших валютах, у долари США використовується офіційний курс, що встановлюється Національним банком України.

Таблиця 1

Вихідні дані валового зовнішнього боргу за 2005-2015 роки

Дата (на 01.01)	Валовий зовнішній борг	Приріст до попереднього року	
		абсолютний	відносний
2005	30 647	+6 836	+28.71%
2006	39 619	+8 972	+29.28%
2007	54 512	+14 893	+37.59%
2008	79 955	+25 443	+46.67%
2009	101 659	+21 704	+27.15%
2010	103 396	+1 737	+1.71%
2011	117 346	+13 950	+13.49%
2012	126 236	+8 890	+7.58%
2013	134 625	+8 389	+6.65%
2014	142 079	+7 454	+5.54%
2015	126 976	+669	+0.53%

Джерело: укладено автором за даними [8]

Динаміку валового національного доходу протягом 2005-2015 року, представимо в табл. 2.

Таблиця 2

Вихідні дані валового національного доходу за 2005-2015 роки

Дата (на 01.01)	Валовий національний дохід	Відношення ВЗБ до ВНД, %
2005	64 883,1	47,2
2006	86 142,0	46,0
2007	107 753,1	50,6
2008	142 719,0	56,0
2009	179 992,4	56,5
2010	117 227,8	88,2
2011	136 418,6	86,0
2012	163 422,5	77,2
2013	176 308,8	76,4
2014	177 430,0	80,1
2015	153 478,0	82,7

Джерело: укладено автором за даними [8]

За всіма прогнозами сума валового зовнішнього боргу тільки зростатиме, а сума валового національного доходу – найближчим часом знижуватиметься. За даними Національного інституту стратегічних досліджень при Президентіві України причинами цих майбутніх негативних зрушень слугуватимуть:

- важка політична криза та військовий конфлікт, що тривав весь 2014 рік та наразі продовжується, це вимагає додаткового фінансування сфери оборони;
- глибока економічна рецесія, викликана необхідністю переформатування економічних зв'язків, пов'язаних із втратою економічного вкладу АРК, частини Донецької та Луганської областей, відходом від економічного кооперування з Російською Федерацією, низкою внутрішніх та зовнішніх факторів, що впливають на виконання доходної частини бюджету і вимагають додаткових джерел фінансування;
- наявність соціальних та інших зобов'язань держави, обов'язкових для виконання незважаючи на економічну нестабільність; в першу чергу це забезпечення потреб

населення у енергоносіях (природному газі та електроенергії), виконання зобов'язань з виплати пенсій тощо;

- необхідність додаткових коштів для здійснення структурного реформування та стабілізації економічної ситуації;

- фінансування за рахунок державних запозичень значного дефіциту державного бюджету, сформованого під впливом істотного зростання видатків на оборону (на 84,4%) та на обслуговування боргу (на 51,5%); дефіцит у 2014 році склав 78,1 млрд. грн. або 4,95% ВВП і суттєво перевищив економічно обґрунтоване граничне значення цього показника в 3% ВВП;

- необхідність подальшої бюджетної підтримки державних підприємств та банків шляхом збільшення їх статутних капіталів [9].

Представимо динаміку валового зовнішнього боргу та національного доходу на рис. 1.

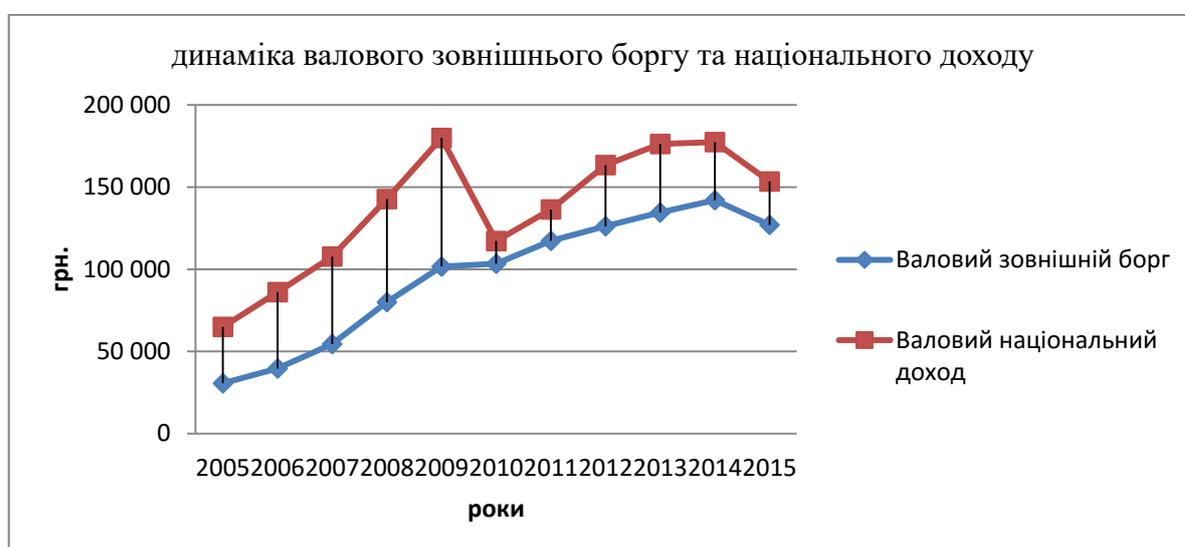


Рис. 1. Динаміка валового зовнішнього боргу та національного доходу

Джерело: побудовано автором за даними [8].

Як видно з рисунку 2 валовий зовнішній борг менший за валовий національний дохід, тому представимо відношення валового зовнішнього боргу до валового національного доходу (рис. 2).

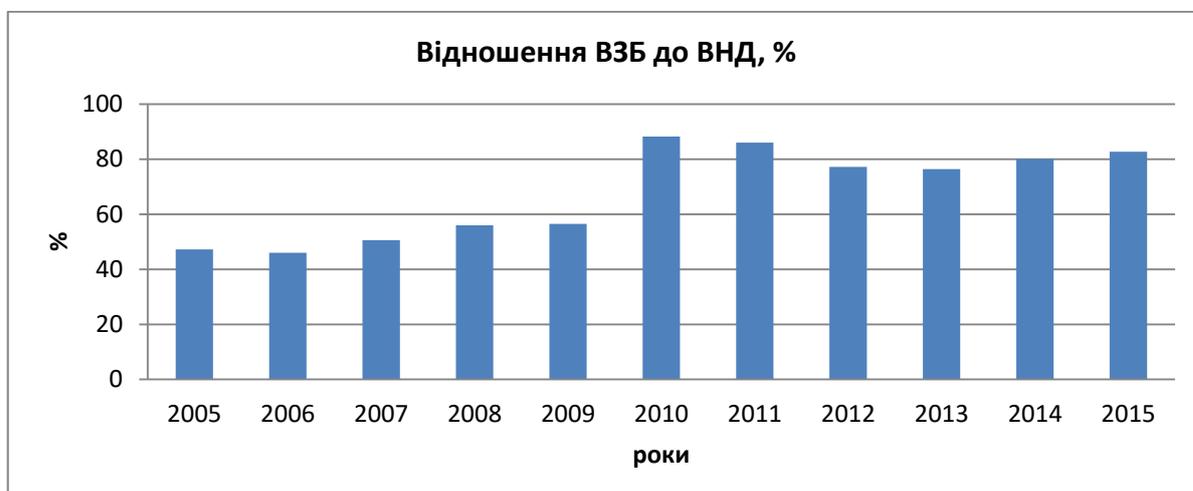


Рис. 2. Відношення валового зовнішнього боргу до валового національного доходу, %

Джерело: побудовано автором за даними [8].

Отже, можемо зробити висновок, що у 2010 році валовий зовнішній борг до валового національного доходу має найбільшій відсоток. Даний показник безпосередньо залежить від зовнішньої політики уряду, тобто у 2010 році Україна максимально застосовувала кредити міжнародних валютних фондів.

Наступним важливим показником є відношення валового зовнішнього боргу до експорту. Характеристика даного показника свідчать про потенціал країни щодо погашення зовнішнього боргу.

Таблиця 3

Вихідні дані експорту та імпорту України

Рік	Експорт товарів та послуг		Імпорт товарів та послуг		Сальдо (експорт – імпорт)	Відношення валового зовнішнього боргу до експорту, %
	сума	% ВВП	сума	% ВВП		
2005	227252	51.5%	-223555	-50.6%	+3697	13,5
2006	253707	46.6%	-269200	-49.5%	-15493	15,6
2007	323205	44.8%	-364373	-50.6%	-41168	16,9
2008	444859	46.9%	-520588	-54.9%	-75729	18,0
2009	423564	46.4%	-438860	-48.0%	-15296	24,0
2010	549365	50.7%	-580944	-53.7%	-31579	18,8
2011	707953	53.8%	-779028	-59.2%	-71075	16,6
2012	717347	50.9%	-835394	-59.3%	-118047	17,6
2013	681899	46.9%	-805662	-55.4%	-123763	19,7
2014	770121	49.2%	-834133	-53.2%	-64012	18,4

Джерело: [8]

Як видно з даної таблиці з 2005 року експорт товарів зріс в 4 рази.

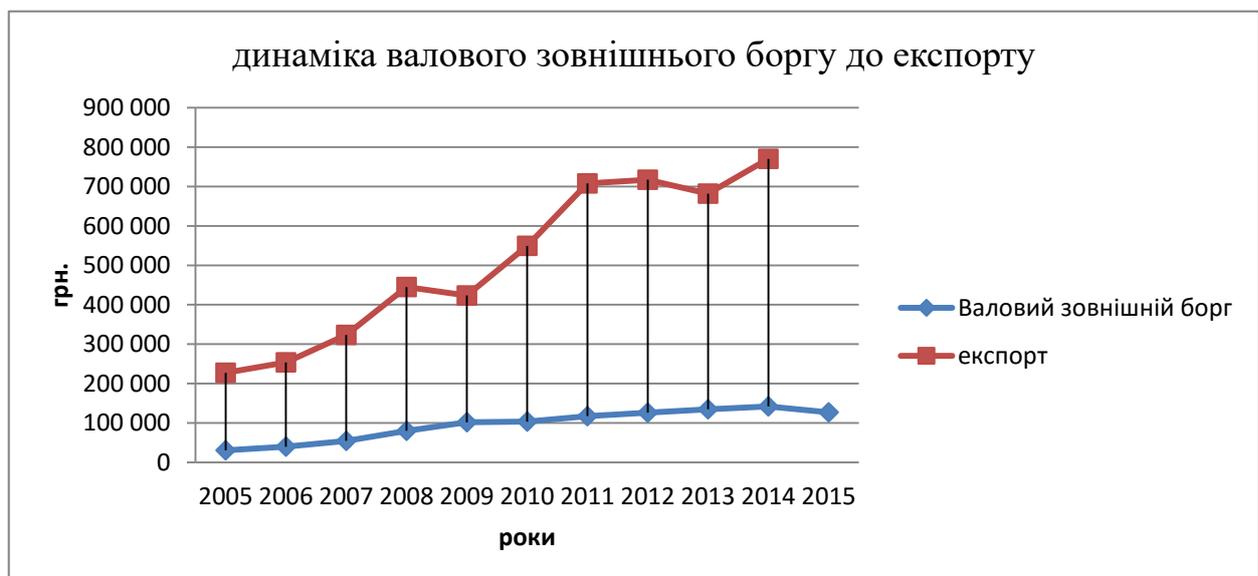


Рис. 3. Відношення валового зовнішнього боргу до експорту за 2005 – 2014 роки, %
 Джерело: побудовано автором за даними [8].

Можемо зробити висновок, що експортний борг України найбільший у 2009 році, та найменший у 2005 році. А це погано, так як кошти не зразу повертаються до України.

Висновки та перспективи подальших досліджень Отже, у статті було проведено деталізований аналіз найвагоміших чинників зростання та розвитку української економіки – показників валового зовнішнього боргу та валового національного доходу.

Проведені дослідження свідчать про наступні негативні тенденції, а саме за всіма прогнозами сума валового зовнішнього боргу тільки зростатиме, а сума валового національного доходу – найближчим часом знижуватиметься. Відповідно, завдання пошуку рівноважного стану національною економічною системою не тільки не втрачає своєї актуальності, а навпаки – вимагає термінового вирішення. Дедалі більшої гостроти набувають питання стабілізації економічної ситуації. Термінового вирішення вимагає проблема включення нашої країни у висококонкурентний світовий простір. Стабілізація, а в майбутньому і зростання економіки України в значній мірі залежить від зовнішньої торгівлі (традиційно – від динаміки обсягів експорту), економічної ситуації в ЄС, динаміки цін на продукцію основних експортоорієнтованих галузей та послідовності державної економічної політики.

На жаль, виробленню гомеостатичної моделі розвитку національної економіки заважає постійне відволікання ресурсів та спрямування зусиль на вирішення «пожежних» наслідків кризових явищ. Усунення першопричин та передумов їх виникнення сприятиме впровадженню реформ стосовно вирішення стратегічних завдань економічного зростання.

Література

1. Зибарева О. В. Сучасний стан зовнішньої заборгованості України : [Електронний ресурс] / О. В. Зибарева, А. В. Джаман, Л. А. Гомба. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68892.doc.htm.
2. Ерохин С. Структурная трансформация национальной экономики : [Текст] / С. Ерохин // Экономика Украины. — 2002. — № 10. — С. 49–55.
3. Корреспондент: Рада одобрила изменения в госбюджет-2015, 10.04.2015 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3486078-rada-odobryla-uzmenenyia-v-hosbuidzhet-2015>.
4. Central Intelligence agency (CIA): Budget surplus (+) or deficit (-), 30.05.2015 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.cia.gov/Library/publications/the-world-factbook/fields/2222.html>.
5. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.
6. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://cslr.org.ua/vzayemozv-yazok-byudzhethnoyi-ta-borhovoyi-politiki-ukrayini>.
7. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://commons.com.ua/wp-content/uploads/2015/06/Bezmyannyj1.png>.
8. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://data.worldbank.org/indicator/DT.DOD.DECT.CD>.
9. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_analit/derzh_borg.pdf.
10. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/news/2015/12/25/7093690/?attempt=1>.
11. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК: 338.43:631.15

Валерія Г. Щербак*Київський національний університет технологій та дизайну***ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ РЕСУРСОВИКОРИСТАННЯ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА**

У статті запропоновано підхід щодо оптимізації процесів ресурсо- та енерговикористання сільськогосподарського виробництва, який базується на критерії виробу найбільш доцільного виду виробничо-технологічної діяльності сільськогосподарського підприємства, – застосування коефіцієнту енергоефективності. Вибір найбільш доцільного виду діяльності для сільськогосподарського підприємства здійснюється за принципом оптимального співвідношення між максимально можливими обсягами продукції, отриманої за допомогою певної технології та мінімально можливими витратами на паливно-енергетичні ресурси за допомогою певного виду сільськогосподарської техніки.

Ключові слова: оптимізація ресурсо- та енерговикористання; сільськогосподарське виробництво; коефіцієнт енергоефективності.

Валерия Г. Щербак*Киевский национальный университет технологий и дизайна***ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПОВЫШЕНИЯ СТЕПЕНИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ И ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА**

В статье предложен подход к оптимизации процессов использования ресурсов и энергопотребления в сельскохозяйственном производстве, базирующийся на критерии выбора наиболее приемлемого вида производственно-технологической деятельности сельскохозяйственного предприятия, – применение коэффициента энергоэффективности. Выбор наиболее приемлемого вида производственно-технологической деятельности сельскохозяйственного предприятия осуществляется по принципу оптимального соотношения между максимально возможными объемами продукции, полученной при применении определённой технологии и минимально возможными расходами на топливно-энергетические ресурсы с использованием определённого вида сельскохозяйственной техники.

Ключевые слова: оптимизация использования ресурсов и энергопотребления; сельскохозяйственное производство; коэффициент энергоэффективности.

Valery G. Shcherbak*Kyiv National University of Technology and Design***RESOURCES AND ENERGY EFFICIENCY OPTIMIZATION PROCESSES IN AGRICULTURAL PRODUCTION**

The article suggests an approach to resources and energy optimization process in agricultural production, based on the criteria of selecting the most appropriate type of production and engineering at an agricultural enterprise – i.e. the application of the energy efficiency coefficient. Choosing the most appropriate type of agricultural production and engineering is to be carried out by the principle of optimal ratio between the maximum possible amount of production obtained under certain technologies implementation and the lowest possible cost of fuel and energy resources by using a certain type of agricultural machinery.

Keywords: optimization of resource usage and energy consumption; agricultural production; energy efficiency coefficient.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Україна належить до енерго- та ресурсо- дефіцитних країн.

Сільськогосподарське виробництво є одним із самих ресурсозатратних, серед яких найбільшу питому вагу ресурсних витрат складають паливно-енергетичні. За рахунок власних джерел потреби у ресурсах, необхідних для виробничої сільськогосподарської діяльності зараз задовольняються не більш як на 80%, у паливно-енергетичних – менш як на 50%. В структурі споживання паливно-енергетичних ресурсів переважає природний газ, нафта та вугілля. При чому, рівень енергетичної залежності від імпорتنих носіїв становить 61%, зокрема по газу – 75%, по нафті – 88%, по вугіллю – 13%.

Одним із найбільш перспективних напрямків вирішення цієї проблеми є використання поновлювальних і нетрадиційних джерел енергії. В ряді розвинених країн світу частка поновлювальних джерел енергії у виробництві електроенергії достатньо висока: у Данії – більше 12%, Італії – 2,8%, Іспанії, Німеччині – 2,7%, Швеції – 2,5%, Великобританії – 2,4%, США – 2,2%. В Україні проблемам використання поновлювальних джерел енергії увага приділяється нещодавно, але мають значний потенціал [1, С. 209, 215]. За результатами досліджень перспективного використання поновлювальних джерел енергії в Україні передбачається, що з 2015 роком рівень розвитку сонячної енергетики в 2030 році зросте з 0,003 до 1,1 млн. т у. п., біоенергетики – з 1,3 до 9,2 млн. т у. п., малої гідроенергетики – з 0,12 до 1,13 млн. т у. п. вітроенергетики – з 0,018 до 0,7 млн. т у. п. [2].

Нестача енергетичних ресурсів в Україні, особливо для аграрної діяльності, сприяє підвищенню уваги до використання нетрадиційних джерел завдяки використанню альтернативної паливно-енергетичної сировини. При чому, експлуатація таких комплексних енергосистем, в яких компенсація нерівномірного надходження первинної енергії забезпечується за рахунок відновлювальних джерел, за прогнозами дозволить на 30-50% підвищити ефективність використання обладнання. Застосування комплексних енергосистем на основі відновлювальних джерел енергії надасть можливість оптимізувати процеси підвищення рівня ресурсовикористання та енергоефективності сільськогосподарського виробництва.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Оцінці ефективності ресурсовикористання, у т.ч. паливно-енергетичного, присвячено ряд наукових праць провідних вітчизняних вчених: І. Бакум, В. Білодіда, Т. Бурцевої, В. Геєця, Г. Дубровської, С. Єрмілова, Д. Зеркалова, В. Кадієвського, С. Кошеленко, Ю. Лега, В. Микитенко, В. Розен, О. Соловей, О. Ситника, В. Хомякова, [3; 4; 5; 6; 7] та зарубіжних: Г. Абрамовіца, О. Андрижєвського, І. Бородіна, В. Володіна, П. Уайта [8; 9; 10].

Невирішені частини дослідження Разом з тим оцінювання, прогнозування та підвищення рівня ефективності ресурсо- та енерговикористання, організації енергоспоживання, збереження виробничих ресурсів потребують постійного дослідження, подальших наукових і прикладних розробок у цьому напрямі. Все ще залишається не до кінця вирішеною проблема виявлення ефективних технологій аграрного виробництва в умовах обмеженості доступу до економічних та інноваційних видів паливно-енергетичних ресурсів.

Метою статті є удосконалення процесів підвищення рівня ресурсовикористання та енергоефективності сільськогосподарського виробництва.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Для визначення можливих напрямків підвищення рівня ресурсовикористання та енергоефективності сільськогосподарського виробництва було з'ясовано за допомогою яких показників можна цього досягнути. Основні показники енергоефективності використовуються у наступному вигляді: індикатори енергоефективності: для продукції, що відображають економічність споживання ресурсів при звичайному їх використанні; для процесів, що відображають енергоємність виробництва; для продукції та процесів, що відображають енергоефективність передачі та зберігання ресурсів; для термодинамічних циклів в отриманні максимальної корисності роботи.

На нашу думку, критерій виробу найбільш доцільного виду виробничо-технологічної діяльності сільськогосподарського підприємства є показник енергоефективності:

$$K_{ef} = \frac{Q_{ijz}}{R_{ijz}} \rightarrow \max, \quad (1)$$

де Q_{ijz} – обсяги виробництва, отриманий за i -ю технологією, за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки, за z -м видом аграрної діяльності; R_{ijz} – витрати на паливно-енергетичні ресурси на виробництво за i -ю технологією, за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки, за z -м видом аграрної діяльності.

Як видно за формули (1) вибір найбільш доцільний вид діяльності для аграрного виробництва здійснюється за принципом оптимального співвідношення між максимально можливими обсягами продукції, отриманої за допомогою i -ї технології та мінімально можливими витратами на паливно-енергетичні ресурси за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки. Тобто, це представляє собою задачу максіміна/мінімакса, яка може бути вирішена за допомогою методів теорії гри, де гравці: сільськогосподарські підприємства, які прагнуть отримати максимально можливий обсяг продукції за i -ю технологією, з другого – прагнення цих же підприємств витратити на виробництво як можливо мінімальний обсяг ресурсів за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки.

Завдання максіміна/мінімакса представляє собою констатацію стратегічних напрямків та цілей, де кожний з гравців має діаметрально протилежні інтереси, і зводиться до вирішення пари двоїстих задач:

Задача 1

$$f1(x) = x_1 + x_2 + \dots + x_n \rightarrow \max$$

$$\begin{cases} a_{11}x_1 + a_{12}x_2 + \dots + a_{1n}x_n \leq 1 \\ a_{21}x_1 + a_{22}x_2 + \dots + a_{2n}x_n \leq 1 \\ a_{m1}x_1 + a_{m2}x_2 + \dots + a_{mn}x_n \leq 1 \\ x_i \geq 0 \\ (i = 1, 2, \dots, n) \end{cases}$$

де $f1(x)$ – обсяг виробництва підприємства (гравець А), грн.;

x_j – обсяг виробництва підприємства за i -ю технологією ($j = 1, \dots, n$)

Задача 2

$$f2(y) = y_1 + y_2 + \dots + y_m \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} a_{11}y_1 + a_{12}y_2 + \dots + a_{m1}y_m \leq 1 \\ a_{21}y_1 + a_{22}y_2 + \dots + a_{m2}y_m \leq 1 \\ a_{1n}y_1 + a_{2n}y_2 + \dots + a_{mn}y_m \leq 1 \\ y_j \geq 0 \\ (j = 1, 2, \dots, m) \end{cases}$$

де $f2(x)$ – витрати підприємства на ресурси (гравець В), грн.;

y_i – витрати підприємства на ресурси, за допомогою j -ї техніки ($i = 1, \dots, m$).

При цьому гравець А (вибір технології виробництва, що забезпечує максимальний обсяг виробництва) вибирає стратегію відповідно до принципу максіміна за формулою:

$$\max_{p_i} \left\{ \min \left(\sum_{i=1}^n a_{i1} p_i, \sum_{i=1}^n a_{i2} p_i \dots \sum_{i=1}^n a_{in} p_i \right) \right\}, \quad (2)$$

а гравець В (вибір техніки, що забезпечує мінімум ресурсних витрат, у т.ч. паливно-енергетичних) за принципом мінімакса:

$$\min_{q_j} \left\{ \max \left(\sum_{j=1}^m a_{j1} q_j, \sum_{j=1}^m a_{j2} q_j \dots \sum_{j=1}^m a_{jn} q_j \right) \right\}. \quad (3)$$

Застосовуючи ідею матричної гри для двох гравців сумою при формуванні оптимальної стратегії поведінки на ринку, виробник може одержати орієнтири для встановлення оптимального обсягу виробництва, яка враховує максимум прибутку/виробництва та мінімум ресурсних виробничих витрат за кожним з можливих видів діяльності. У загальному вигляді стратегічна матриця буде мати тривимірний вигляд – рис. 1.

Як видно за запропонованої тривимірної стратегічної матриці (рис. 1) в кожній площині в системі координат ($i; j$) вибору найбільш доцільного виду діяльності за ознакою максимізації обсягів виробництва / мінімізації ресурсних витрат по осі ОХ знаходяться

можливі технологічні варіанти виробничої сільськогосподарської діяльності, по осі ОУ – можливі напрями використання техніки / паливно-енергетичних ресурсів. Як видно за даними табл. 1, за рівнем ресурсного забезпечення, використання засобів, прийомів виробництва, ручної праці технології у рослинництві умовно можна поділити на екстенсивні, індустріальні інтенсивні, проміжні, або інтегровані, та біологічні. Для *екстенсивних технологій* характерним є: максимальне обмеження енергетичних, матеріальних і ресурсних вкладень, виключення агрохімічних речовин, максимальне обмеження використання механізмів; широке застосування ручної праці, кінної тяги, екстенсивних сортів низьких репродукцій, а часто й знеособленого насіння, частково органічних добрив.

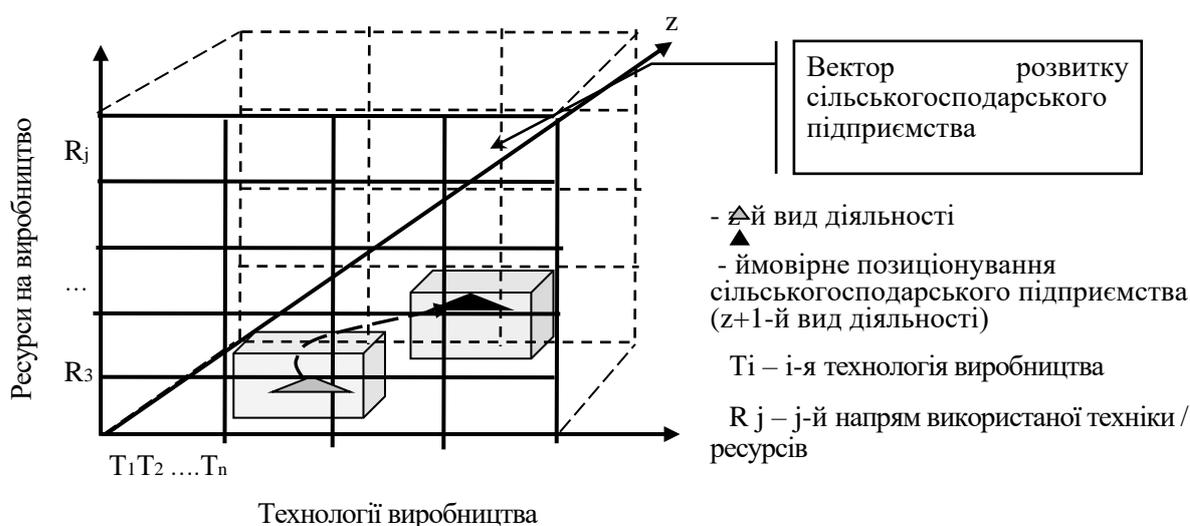


Рис. 1. Тривимірна стратегічна матриця оптимізації аграрної діяльності

Таблиця 1

Теоретична матриця ефективності застосування ресурсозаощаджуючої техніки та технологій аграрної діяльності

Тип техніки та палива для дизельних двигунів	Види технологій			
	екстенсивні	індустріальні інтенсивні	інтегровані	Біологічні (органічні, екологічні, біодинамічні)
Дизельне пальне	$\frac{Q_{11}}{R_{11}}$	$\frac{Q_{21}}{R_{12}}$	$\frac{Q_{31}}{R_{13}}$	$\frac{Q_{41}}{R_{14}}$
Біодизель	$\frac{Q_{12}}{R_{21}}$	$\frac{Q_{22}}{R_{22}}$	$\frac{Q_{32}}{R_{23}}$	$\frac{Q_{42}}{R_{24}}$
Паливні суміші на основі біодизеля	$\frac{Q_{13}}{R_{31}}$	$\frac{Q_{23}}{R_{32}}$	$\frac{Q_{33}}{R_{33}}$	$\frac{Q_{43}}{R_{34}}$
Комбіновані агрегати	$\frac{Q_{14}}{R_{41}}$	$\frac{Q_{24}}{R_{42}}$	$\frac{Q_{34}}{R_{43}}$	$\frac{Q_{44}}{R_{44}}$
Газобалонна техніка	$\frac{Q_{15}}{R_{51}}$	$\frac{Q_{25}}{R_{52}}$	$\frac{Q_{35}}{R_{53}}$	$\frac{Q_{45}}{R_{54}}$

Умовні позначки: Q_{ij} – обсяги виробництва, отриманий за i -ю технологією, за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки; R_{ij} – витрати на ресурси на виробництво за i -ю технологією, за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки.

Характерні ознаки *індустріальних інтенсивних технологій*: концентрація енергетичних, матеріальних і фінансових вкладень на одиницю площі, використання ефективніших засобів виробництва – нових сортів, гібридів, агрохімічних речовин; машин і механізмів; застосування ефективніших технологічних процесів, передових методів організації праці, новітніх досягнень науки і техніки. *Проміжні, або інтегровані, технології* поєднують використання як новітніх засобів виробництва, виробничих процесів, технічних засобів, методів регулювання родючості ґрунту, захисту культур від шкочинних об'єктів, так і біологічних методів, придатних для екстенсивних технологій, включаючи ручну працю. Останніми роками в світі набуває поширення пряма сівба по стерні чи дернині без будь-якого механічного обробітку ґрунту, за винятком формування мілких борозенок (щілин) для висівання насіння. Цей спосіб має ще назву нульового, або хімічного, обробітку ґрунту. Слід зазначити, що паралельно з інтенсифікацією технологій частина вчених послідовно розвивала і пропагувала технології, в яких не допускалося застосування агрохімікатів.

Останніми роками все більше уваги приділяється *біологічним (органічним, екологічним, біодинамічним тощо)* технологіям, що засновані на екологізації і біологізації інтенсифікаційних процесів. Другим критерієм визначення найбільш доцільного виду сільськогосподарської діяльності є обґрунтування мінімуму витрат на виробничу діяльність сільськогосподарських виробників (ось ОУ).

Для практичної реалізації матриці табл. 1 було розраховано кореляційні залежності для кожного сегменту: Q_{ij} – обсяги виробництва, отриманий за i -ю технологією за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки / R_{ij} – витрати на паливно-енергетичні ресурси на виробництво за i -ю технологією за допомогою j -ї сільськогосподарської техніки за допомогою пакету прикладних програм STATISTICA 10. До моделей залежності Q_{ij} були включені наступні часткові показники: фондоозброєність підприємства (x_1), рівень забезпеченості трудовими ресурсами (x_2), виробничі витрати у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь (x_3), площа сільгоспугідь (x_4), тривалість вегетаційного періоду за i -ю технологію (x_5). До моделей залежності R_{ij} були включені наступні часткові показники: площа сільгоспугідь (x_4), кількість техніки (x_6), витрати на профілактичне та ремонтне обслуговування техніки (x_7), витрати на паливно-енергетичні ресурси у розрахунку на 100 га сільськогосподарських угідь (x_8), коефіцієнт нерівномірності споживання сільськогосподарською технікою j -го виду пального s -ї марки (x_9) (табл. 2).

Розрахуємо стратегічну матрицю для визначення оптимального співвідношення обсягів виробництва за видами діяльності / витрат на паливно-енергетичні ресурси за на прикладі підприємства фермерське господарство "СПОП", яке спеціалізується на вирощуванні зернових культур та овочів (на прикладі вирощування томатів). Проаналізуємо обґрунтованість вибору виду діяльності та ефективності енергоспоживання підприємства за допомогою отриманої матриці. Розрахунки за допомогою отриманої стратегічної матриці здійснюються наступним чином. Дані про підприємницьку діяльність досліджуваного підприємства фермерське господарство "СПОП" (значення 9 часткових показників) необхідно підставити в кожну з отриманих кореляційних залежностей, наведених в табл. 3.

Оптимальним з точки зору теорії ігор (максимально можливий обсяг виробництва за певною сільськогосподарською технологією / мінімальні витрати на виробництво з використанням певного виду паливно-енергетичних ресурсів) є те отримане значення результатів розрахунків, де показник максимальний. Результати гри можна представити, сформувавши матрицю, де розглядаються три можливі виробничі технології виробника (Фермерське господарство "СПОП") і чотири можливі види застосованої техніки (відповідно витрат на паливно-енергетичні ресурси).

Таблиця 2

**Кореляційна матриця застосування ресурсозаощаджуючої техніки та технологій
виробничої сільськогосподарської діяльності (рослинництво)**

Тип техніки та палива для дизельних двигунів	Види технологій			
	екстенсивні	індустріальні інтенсивні	інтегровані	біологічні
Дизельне пальне	$Q_{11} = -32,7 + 0,11x_1 + 0,43x_2 + 2,63x_3 - 59,54x_4 - 3,17x_5$	$Q_{21} = -17,6 + 0,03x_1 + x_2 + 0,96x_3 - 0,3x_4 + 0,29x_5$	$Q_{31} = -12,8 + 0,02x_1 + 0,06x_2 + 0,7x_3 - 0,03x_4 + 0,03x_5$	$Q_{41} = -19,1 + 0,8x_1 + 0,32x_2 - 0,28x_3 - 0,18x_4 + 0,13x_5$
	$R_{11} = 22,8 + 0,15x_4 - 0,03x_6 - 0,1x_7 - 0,28x_8 - 0,07x_9$	$R_{12} = 13,6 + 0,3x_4 - 0,09x_6 - 0,15x_7 + 0,15x_8 - 0,13x_9$	$R_{13} = 18,2 + 0,03x_4 - 0,19x_6 - 0,18x_7 + 0,22x_8 - 0,3x_9$	$R_{14} = 17,4 + 0,18x_4 + 0,01x_6 - 0,16x_7 + 0,2x_8 + 0,33x_9$
Біодизель	$Q_{12} = -37,1 - 0,28x_1 + 0,29x_2 + x_3 + 0,04x_4 - 0,01x_5$	$Q_{22} = -21,2 - 0,28x_1 + 0,29x_2 + x_3 + 0,04x_4 - 0,01x_5$	$Q_{32} = -17,5 + 0,32x_1 + 0,3x_2 + 0,4x_3 - 0,53x_4 + 0,43x_5$	$Q_{42} = -16,5 + 0,22x_1 + 0,33x_2 + 2,63x_3 - 59,54x_4 - 3,17x_5$
	$R_{21} = 14,7 + 0,04x_4 - 0,05x_6 - 0,13x_7 - 0,21x_8 - 0,1x_9$	$R_{22} = 17,6 + 0,33x_4 - 0,1x_6 - 0,1x_7 + 0,18x_8 - 0,13x_9$	$R_{23} = 19,5 + 0,04x_4 - 0,05x_6 - 0,13x_7 - 0,21x_8 - 0,1x_9$	$R_{24} = 24,9 + 0,04x_4 - 0,29x_6 - 0,55x_7 + 0,75x_8 - 0,03x_9$
Паливні суміші на основі біодизеля	$Q_{13} = -32,7 + 0,11x_1 + 0,43x_2 + 2,63x_3 - 59,54x_4 - 3,17x_5$	$Q_{23} = -18,7 + 0,3x_1 + 0,29x_2 + x_3 + 0,04x_4 + 0,24x_5$	$Q_{33} = -13,9 + 0,22x_1 + 0,96x_2 + 0,33x_3 - 0,33x_4 + 0,33x_5$	$Q_{43} = -12,7 + 0,03x_1 + x_2 + 0,96x_3 - 0,3x_4 + 0,29x_5$
	$R_{31} = 14,9 + 0,53x_4 - 0,17x_6 - 0,1x_7 + 0,18x_8 - 0,13x_9$	$R_{32} = 11,5 + 0,44x_4 - 0,01x_6 - 0,73x_7 + 0,21x_8 - 0,02x_9$	$R_{33} = 18,8 + 0,09x_4 - 0,18x_6 - 0,14x_7 + 0,7x_8 - 0,07x_9$	$R_{34} = 34,1 + 0,23x_4 - 0,11x_6 - 0,16x_7 + 0,08x_8 - 0,13x_9$
Комбіновані агрегати	$Q_{14} = -32,7 + 0,19x_4 - 0,5x_6 + 0,13x_7 + 0,14x_8 + 0,36x_9$	$Q_{24} = -18,6 + 0,22x_1 + x_2 + 0,4x_3 - 0,09x_4 + 0,13x_5$	$Q_{34} = -18,8 + 0,02x_1 + 0,06x_2 + 0,7x_3 - 0,03x_4 + 0,03x_5$	$Q_{44} = -14,7 + x_1 + 0,03x_2 + 0,02x_3 + 0,15x_4 - 0,13x_5$
	$R_{41} = 16,8 + 0,15x_4 - 0,03x_6 - 0,1x_7 - 0,28x_8 - 0,07x_9$	$R_{42} = 13,7 + 0,11x_4 - 0,08x_6 - 0,32x_7 - 0,13x_8 + 0,33x_9$	$R_{43} = 18,5 + 0,1x_4 - 0,43x_6 - 0,13x_7 - 0,11x_8 + 0,08x_9$	$R_{44} = 27,8 + 0,17x_4 - 0,22x_6 - 0,09x_7 - 0,11x_8 + 0,08x_9$
Газобалонна техніка	$Q_{15} = -44,1 + 0,52x_1 + 0,13x_2 + 0,04x_3 - 0,44x_4 + 0,72x_5$	$Q_{25} = -13,7 + 0,4x_1 + 0,05x_2 + x_3 - 0,23x_4 + 0,23x_5$	$Q_{35} = -22,1 - 0,28x_1 + 0,29x_2 + x_3 + 0,04x_4 - 0,01x_5$	$Q_{45} = -17,5 + 0,8x_1 + 0,32x_2 - 0,28x_3 - 0,18x_4 + 0,13x_5$
	$R_{51} = 15,8 + 0,1x_4 - 0,13x_6 - 0,33x_7 - 0,11x_8 + 0,08x_9$	$R_{52} = 18,7 + 0,22x_4 - 0,08x_6 - 0,1x_7 - 0,13x_8 + 0,17x_9$	$R_{53} = 14,9 + 0,08x_4 - 0,16x_6 - 0,05x_7 + 0,02x_8 - 0,19x_9$	$R_{54} = 26,3 + 0,08x_4 - 0,16x_6 - 0,05x_7 + 0,02x_8 - 0,19x_9$

В результаті оцінюємо отриману величину кожного показнику енергоефективності як результат ділення обсягів виробництва підприємства-виробника, отриманих за певною технологією вирощування, на ресурсні витрати за обраним видом сільськогосподарської техніки. Розрахуємо стратегічну матрицю для визначення оптимального виду діяльності для фермерського господарства "СПОП" (табл. 3).

Таблиця 3

Підсумкова матриця стратегій виробництва фермерського господарства "СПОП"

Застосована техніка	Технології вирощування томатів			Мінімальне значення за рядками
	I (розсадний спосіб)	II (безрозсадний спосіб)	III (астраханська технологія)	
Дизельне пальне	1,512	0,792	0,614	0,614
Комбіновані сільськогосподарські машини	1,536	0,780	0,816	0,780
Мобільна дозуюча система (МДС)	1,488	0,770	0,662	0,662
Використання когенераційної системи	1,392	0,806	0,586	0,586
Максимальне значення за стовпцями	1,536	0,806	0,816	

Аналізуючи дані табл. 3, за допомогою теорії ігор визначимо, наприклад, число 0,780, яке знаходиться на перетині другої строки і другого стовпця, що означає переваги для максимізації обсягів виробництва за технологією безрозсадного способу вирощування томатів, отриманий за допомогою використання комбінованих сільськогосподарських машин. Необхідно знайти оптимальний обсяг виробництва, що задовольняла би виробника з точки зору максимізації обсягів виробництва, так і мінімізації витрат на виробництво. Результати розрахунку зведемо у табл. 4.

Таблиця 4

Розрахунок змішаних виробничих стратегій фермерського господарства "СПОП"

Стратегії виробника відносно застосування	Виробничі стратегії за технологією виробництва	Ймовірність використання стратегії	Розрахунок змішаної стратегії
комбінованих сільськогосподарських машин	0,780	50%	$v = 0,780 \times 0,5 + 0,806 \times 0,5 = 0,793$
когенераційної системи	0,806	50%	

Аналізуючи дані табл. 4 за допомогою теорії ігор визначимо, що за результатами розрахунків для фермерського господарства "СПОП" доцільно займатися вирощуванням томатів з використанням технології безрозсадного способу вирощування томатів, отриманий за допомогою використання як комбінованих сільськогосподарських машин (для вирощування на відкритому ґрунті), так і когенераційних систем (для вирощування в парнику), що дозволить отримати підприємству максимально можливий обсяг виробництва з мінімізацією витрат на ведення сільськогосподарської діяльності. Таким же чином необхідно здійснити розрахунок найбільш доцільних видів технології / видів використовуваної сільськогосподарської техніки вирощування для останніх видів діяльності підприємства: виробництва сировини продовольчого призначення, соняшнику, зерна.

Висновки та перспективи подальших досліджень Розподіл і використання енергоресурсів

потребує удосконалення шляхом зміни стратегії енергозабезпечення, створення умов для сталого функціонування і розвитку паливно-енергетичного комплексу. Для здійснення диверсифікації джерел постачання необхідно зробити досконалу оцінку внутрішніх ресурсів забезпечення і ефективності використання енергоносії. У першу чергу це стосується енергозбереження, яке повинно стати основним пріоритетом енергетичної політики сільськогосподарського виробництва. Західні експерти впевнені, що енергоспоживання можна значно скоротити за рахунок впровадження в Україні єдиної системи збору інформації про втрати всіх видів енергоресурсів: газу, електроенергії, тепла і води (подібна система діє у багатьох високо розвинутих країнах світу). За підрахунками впровадження такої системи обліку наприклад газу дозволило б скоротити його річне використання на шість мільярдів кубометрів. А це означає, що Україна могла б заощаджувати в межах 500 млн. доларів щорічно. Зазначений напрямок використання енергоресурсів особливо важливий тому, що геополітичні умови видобутку первинних ресурсів для умов країни погіршуються, їхні запаси зменшуються, що приводить не тільки до їх подорожчання, появи енергетичних криз, але й до насильницького перерозподілу тих обсягів енергоресурсів, що залишилися. Боротьба за енергію, за її джерела, за відкриття нових способів її перетворення і використання йде безперервно й дедалі наростаючими темпами. З іншого боку виникає необхідність інтенсифікувати розвиток новітніх технологій в цій сфері, здатних забезпечити країну новими різновидами енергоносіїв.

Література

1. Новий курс: реформи в Україні. 2010–2015 : [національна доповідь] / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. — К. : НВЦ НБУВ, 2009. — 232 с.
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 № 145-р : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov>.
3. Енергоефективність як ресурс інноваційного розвитку: Національна доповідь про стан та перспективи реалізації державної політики енергоефективності у 2008 році : [Електронний ресурс] / С. Ф. Єрмілов, В. М. Геєць, Ю. П. Ященко, В. В. Григоровський, В.Е. Лір та ін. — К. : НАЕР, 2009. — 93 с. — Режим доступу : <http://euea-energyagency.org/userfiles/file/National%20report%20NAER.pdf>.
4. Білодід В. Д. Аналіз можливостей розвитку геотермальної енергетики України : [Текст] / В. Д. Білодід, Т. В. Павлюченко, Г. О. Білодід // Відновлювана енергетика : [науково-прикладний журнал]. — 2006. — № 1. — С. 71–76.
5. Бурцева Т. І. Аналіз та перспективи використання потенціалу енергоресурсів в Україні : [Текст] / Т. І. Бурцева // Збірник наук. праць ЧДТУ. — Серія : Економічні науки. — 2010. — Вип. 26. — Ч. 1. — С. 57–61.
6. Кадієвський В. А. Економічний механізм реалізації регіональної політики енергозбереження та енергоефективності в окремих видах діяльності : [Текст] / В. А. Кадієвський, Т. І. Бурцева // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. — 2011. — № 3. — С. 56–61.
7. Хомяков В. І. Економічний механізм стратегічного управління запасами : [Текст] / В. І. Хомяков, С. В. Кошеленко, І. В. Бакум // Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. — Серія : Економічні науки. — Вип. 17. — Черкаси : ЧДТУ, 2007. — С. 14–19.
8. Нетрадиційні та поновлювальні джерела енергії : [навч. посіб.] / [О. І. Соловей, Ю. Г. Лега, В. П. Розен та ін.]. — Черкаси : ЧДТУ, 2007. — 483 с.
9. Андрижиевский А. А. Энергосбережение и энергетический менеджмент : [учеб. пособ.] / А. А. Андрижиевский, В. И. Володин. — 2-е изд., испр. — Минск : Вышэйшая школа, 2015. — 294 с.
10. Бородин И. А. Качественная оценка и повышение эффективности использования сельскохозяйственных земель : [Текст] / И. А. Бородин. — М. : Экономика, 2013. — 64 с.

УДК: 338:330.322

Іван В. Коберник

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ІНТЕГРОВАНИХ БІЗНЕС СТРУКТУР

У статті наведено методико-прикладні рекомендації щодо формування механізму управління інноваційним розвитком інтегрованих структур бізнесу (ІСБ) в умовах становлення економіки знань.

Розкрито науково-методичний підхід до управління інноваційним розвитком інтегрованих структур бізнесу, що ґрунтується на аналізі циклів життєдіяльності інноваційних продуктів із застосуванням матриці "Boston Consulting Group". Цей метод надає можливість виокремити якісний і кількісний напрями процесу управління інноваційним розвитком задля інтенсифікації інноваційної діяльності та сприяння її трансформації в базову діяльність у межах ІСБ.

Ключові слова: інтегровані структури бізнесу (ІСБ); інноваційний розвиток; механізм управління; інвестиційне забезпечення; матриця "Boston Consulting Group"; економіка знань.

Іван В. Коберник

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ИНТЕГРИРОВАННЫХ БИЗНЕС-СТРУКТУР

В статье предложены методико-прикладные рекомендации по формированию механизма управления инновационным развитием интегрированных структур бизнеса (ИСБ) в условиях становления экономики знаний.

Раскрыт научно-методический подход к управлению инновационным развитием интегрированных структур бизнеса, базирующийся на анализе циклов жизнедеятельности инновационных продуктов на основе матрицы "Boston Consulting Group". Данный метод позволяет выделить качественное и количественное направления процесса управления инновационным развитием с целью интенсификации инновационной деятельности и способствования ее трансформации в базовую деятельность в рамках ИСБ.

Ключевые слова: интегрированные структуры бизнеса (ИСБ); инновационное развитие; механизм управления; инвестиционное обеспечение; матрица "Boston Consulting Group"; экономика знаний.

Ivan V. Kobernyk

INVESTMENT PROVISION FOR THE MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF INTEGRATED BUSINESS STRUCTURES MANAGEMENT

The article provides methodological and applied recommendations on building a mechanism for integrated business structures innovative development management in knowledge economy formation framework.

The suggested methodological approach to managing integrated business structures innovative development, based on the analysis of innovation products life cycles with application of a Boston Consulting Group matrix, allows for determining the qualitative and quantitative perspectives in the process of innovative development management to enhance innovation activity and facilitate its transformation into the basic operation within IBS.

Keywords: integrated business structures (IBS); innovative development; management mechanism; investment provision; Boston Consulting Group matrix; knowledge economy.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Наразі, більшість вітчизняних ІСБ не є конкурентоспроможними на світовому ринку, а в основі їх виробництва лежать старі та неефективні технології, внаслідок чого їх

продукція в основній масі – низькоякісна, генерує низьку додану вартість та нездатна задовольняти потреби споживачів у високотехнологічній продукції.

Одним із найперспективніших шляхів подолання ситуації, що склалася в економіці України, автор, як і інші науковці, бачить впровадження інновацій.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Досвід зарубіжних країн підтверджує це твердження, адже визнано, що чим більш інновативною є економіка країни – тим більш вона є конкурентоспроможною на світовому ринку Також зазначено, що рівні ВВП вищі в тих країнах, основу економіки яких займає експорт високотехнологічного обладнання та новітніх технологій.

Проте, аналіз діяльності вітчизняних ІСБ показав, що механізми ефективного інноваційного розвитку відсутні, а інноваційною діяльністю в Україні займаються не більше 11,1% ІСБ, а питома вага III технологічного укладу, початком якого прийнято вважати 1875 рік, в структурі вітчизняного виробництва займає більше 50%, питома вага сучасного VI технологічного укладу складає лише 1-3% та спостерігається тільки в Київській, Львівській та Харківських областях [2].

До того ж, фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні протягом останніх років не сягало порогового значення понад 0,9% ВВП [3 с. 27].

Невирішені частини дослідження Однак, попри низьку інноваційну активність суб'єктів господарювання України, було визначено, що саме ІСБ є найбільш активними з них в інноваційному сенсі. Водночас, непрямим доказом спроможності збільшення інвестування вітчизняних ІСБ в інноваційну діяльність можуть бути хоча б рівні доходності промислово-фінансових груп України, адже доходи найбільших шести ПФГ становлять близько 20% доходів всіх підприємств країни [4].

Метою дослідження є обґрунтування організаційно-економічних засад формування механізму управління інноваційним розвитком інтегрованих бізнес-структур.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Співставляючи іноземні та вітчизняні результати інноваційної діяльності, стає очевидним той факт, що процеси інноваційного розвитку не відбуваються, що не дає змоги для переходу вітчизняної економіки на новий етап еволюції – становлення економіки знань в Україні, основою якої є саме високі технології. Автор вбачає можливим впровадження економіки знань в Україні за рахунок вирішення таких основних завдань: запуск та подальша підтримка інноваційних процесів; активізація інтеграційних процесів; збільшення частки саме приватного капіталу, задіяного в інноваційному процесі (рис. 1).

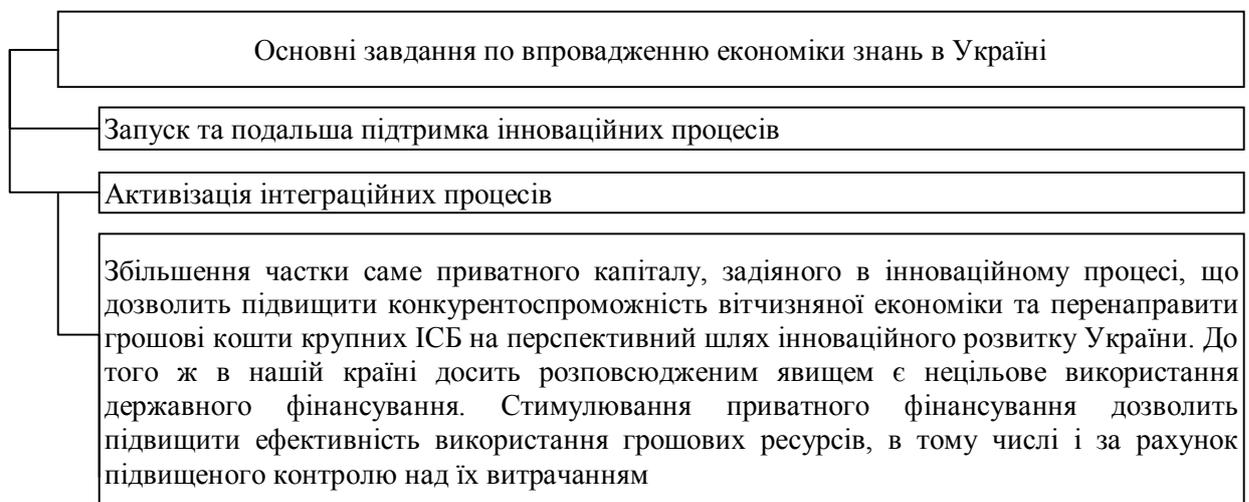


Рис. 1. Основні завдання по впровадженню економіки знань в Україні
[розроблено автором]

Задля вирішення основних завдань по впровадженню економіки знань в Україні та підтримки її становлення, пропонується використовувати підхід до управління інноваційною діяльністю, який передбачає використовувати інноваційний розвиток як мету та технологію управління інноваційною діяльністю, внаслідок чого інноваційна діяльність постійно та неперервно набуватиме нових як кількісних, так і якісних характеристик, що в перспективі дозволить досягти переходу до економіки знань.

Отже, інноваційний розвиток має стати основною ціллю діяльності як на рівні держави, так і на рівні ІСБ для перспективного переходу до економіки знань в Україні та формування стратегічних переваг на світовому рівні.

Однак, перехід до інноваційного розвитку можливий лише за рахунок об'єднання зусиль підприємницьких структур з приводу формування розуміння важливості та необхідності започаткування процесів інноваційного розвитку (що будуть виступати джерелом їх стратегічної переваги), наявності волі до таких змін та відповідних інструментів інтеграції (рис. 2). При цьому, держава має створити належні умови для функціонування та підвищення кількості інноваційно активних ІСБ.

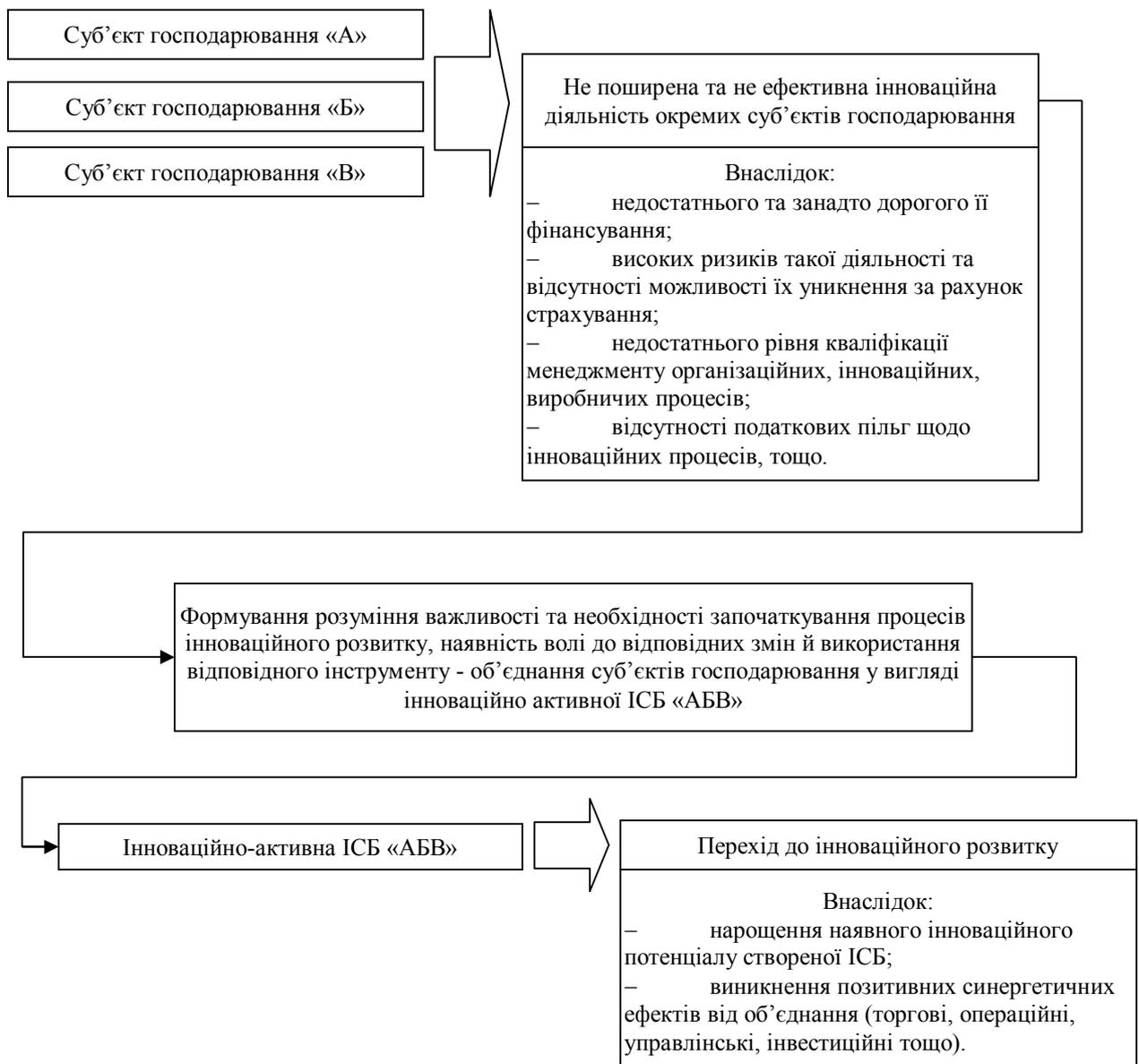


Рис. 2. Схема переходу до інноваційних процесів розвитку [авторська розробка]

Надважливими завданнями ефективної реалізації процесів інноваційного розвитку, є завдання пов'язані з їх управлінням, що зображені на рис 3, а саме: визначення основних напрямів управління інноваційним розвитком ІСБ, що дозволить планувати та прогнозувати інноваційний розвиток конкретної ІСБ на майбутнє; формування ефективного механізму управління інноваційним розвитком ІСБ, що надасть можливості для ефективної реалізації плану щодо інноваційного розвитку; створення перспективної організаційно-правової форми ІСБ для впровадження в дію сформованого механізму управління інноваційним розвитком ІСБ, що надасть додатковий інструмент для пришвидшення та підвищення ефективності впровадження планованого інноваційного розвитку.

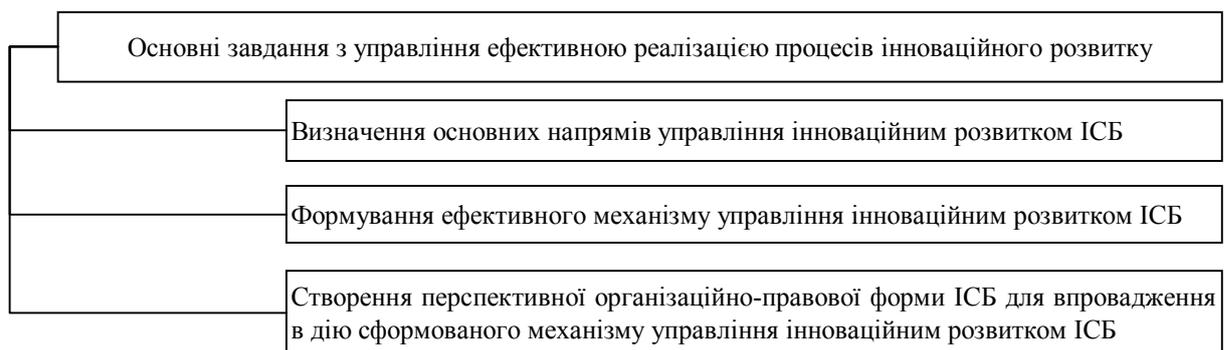


Рис. 3. Основні завдання з управління ефективною реалізацією процесів інноваційного розвитку [розроблено автором]

На нашу думку, процес управління інноваційним розвитком ІСБ в Україні може проходити у два напрями, які реалізуються або послідовно один за одним, або окремими шляхами, незалежно один від одного.

Перший (кількісний) напрям передбачає інтенсифікацію процесів інноваційної діяльності та характерний для класичних видів ІСБ. Тобто, відбувається підвищення кількісних показників інноваційної діяльності як базового процесу для управління інноваційним розвитком ІСБ за рахунок, наприклад, збільшення обсягу витрат на НДДКР, збільшення частки інноваційної продукції та ін.

Проаналізувавши цей напрям за допомогою матриці "Boston Consulting Group" (BCG) [5] та застосуємо її до процесів управління інноваційним розвитком ІСБ. Стає зрозуміло, що на даному етапі результатом інноваційної діяльності більшості вітчизняних ІСБ може стати лише підтримання строку життя та підвищення норми дохідності їх "дійних корів" – базової продукції ІСБ (рис. 4).

Але з огляду на існуючий стан виробничих потужностей класичних форм вітчизняних ІСБ, застосування підходу є мало прийнятним. Він підходить для більш сучасних виробництв, в яких передбачене удосконалення існуючих технологій і розвиток є технічно можливим.

Такий підхід дозволить суттєво покращити строк життя та ефективність існуючої "дійної корови" (продукції). Але рано чи пізно "дійні корови" почнуть втрачати частку ринку та перетворяться на "мертвий вантаж". Отже, розглянута інноваційна політика не має довгострокової перспективи, але є важливою на етапі переходу до економіки знань, адже демонструє практичну цінність застосування інновацій у діяльності ІСБ.

Другий (якісний) етап управління інноваційним розвитком характерний лише для інноваційно активних видів ІСБ та є результатом переходу кількісних змін у якісні і характеризується тим, що інноваційна діяльність перестає бути допоміжною і переростає в основну діяльність ІСБ, основним продуктом якої стають саме інновації. Даний підхід надає довгострокові перспективи інноваційного розвитку для ІСБ, адже поява інноваційних "зірок" та еволюція їх у "дійних корів" є запорукою отримання високих рівнів продажів та

дохідностей, що надасть можливості постійного, неперервного інвестування у нові інноваційні технології (продукти) – "важких дітей" та дозволить вивести їх у "зірки" та "дійні корови". Отже, строк життя такої інноваційної продукції збільшується, а кількість та асортимент постійно оновлюється.

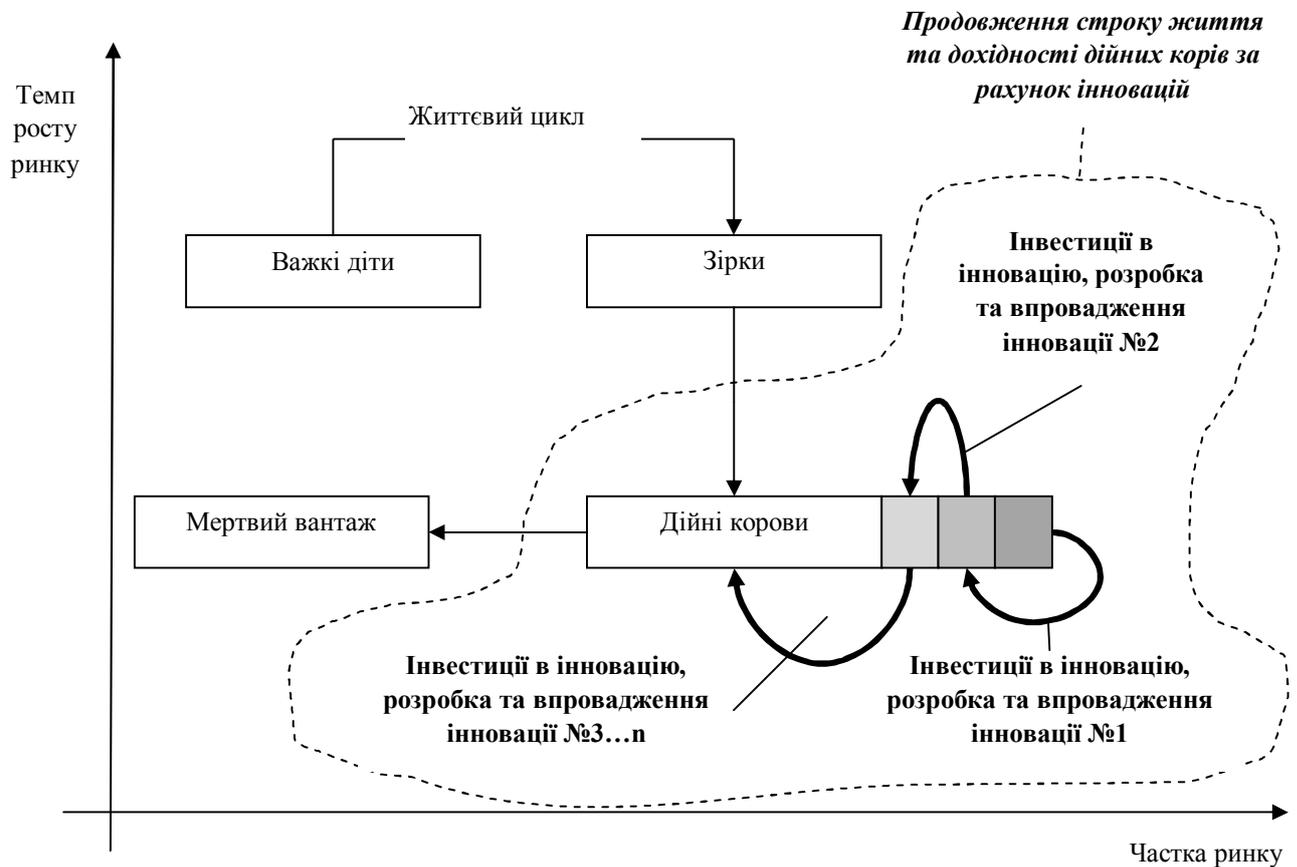


Рис. 4. Кількісний напрям управління інноваційним розвитком ІСБ
(розроблено автором на основі [5])

Охарактеризуємо особливості якісного напрямку управління інноваційним розвитком ІСБ за допомогою матриці BCG. Будь-яка інновація від моменту створення являється "важкою дитиною", адже, займає низьку (нульову) частку ринку, проте має перспективи для високого темпу росту ринку. У процесі управління, інновація перетворюється на "зірку". "Зірка" (інноваційна продукція) потребує певних фінансових ресурсів на підтримку та розвиток свого потенціалу. Через деякий час із зниженням темпів росту ринку "зірка" перетворюється на "дійну корову" (інноваційну продукцію), яка приносить стабільний, високий прибуток та вже не потребує значних вкладень. На етапі розквіту "дійної корови" розпочинається перенаправлення частини прибутків, отриманих від її реалізації, у процес створення нових інновацій – "важких дітей" з подальшим перетворенням їх у "зірок".

З часом "дійна корова" (інноваційний продукт) під впливом морального та фізичного зносу починає застарівати та втрачати частку ринку. При цьому, темп росту ринку сповільнюється, а її прибутковість падає і "дійна корова" перетворюється у "мертвий вантаж". Коло життєвого циклу продукції замкнулося. Однак, на цей момент ІСБ вже має нову інновацію – "важку дитину" або ж навіть "зірку", котра має всі шанси стати "дійною коровою", яка в майбутньому продовжить приносити високий прибуток. Такий підхід дозволить ІСБ завжди знаходитись на піці технологій.

Якісний напрям управління процесом інноваційного розвитку зображено на рис. 5.

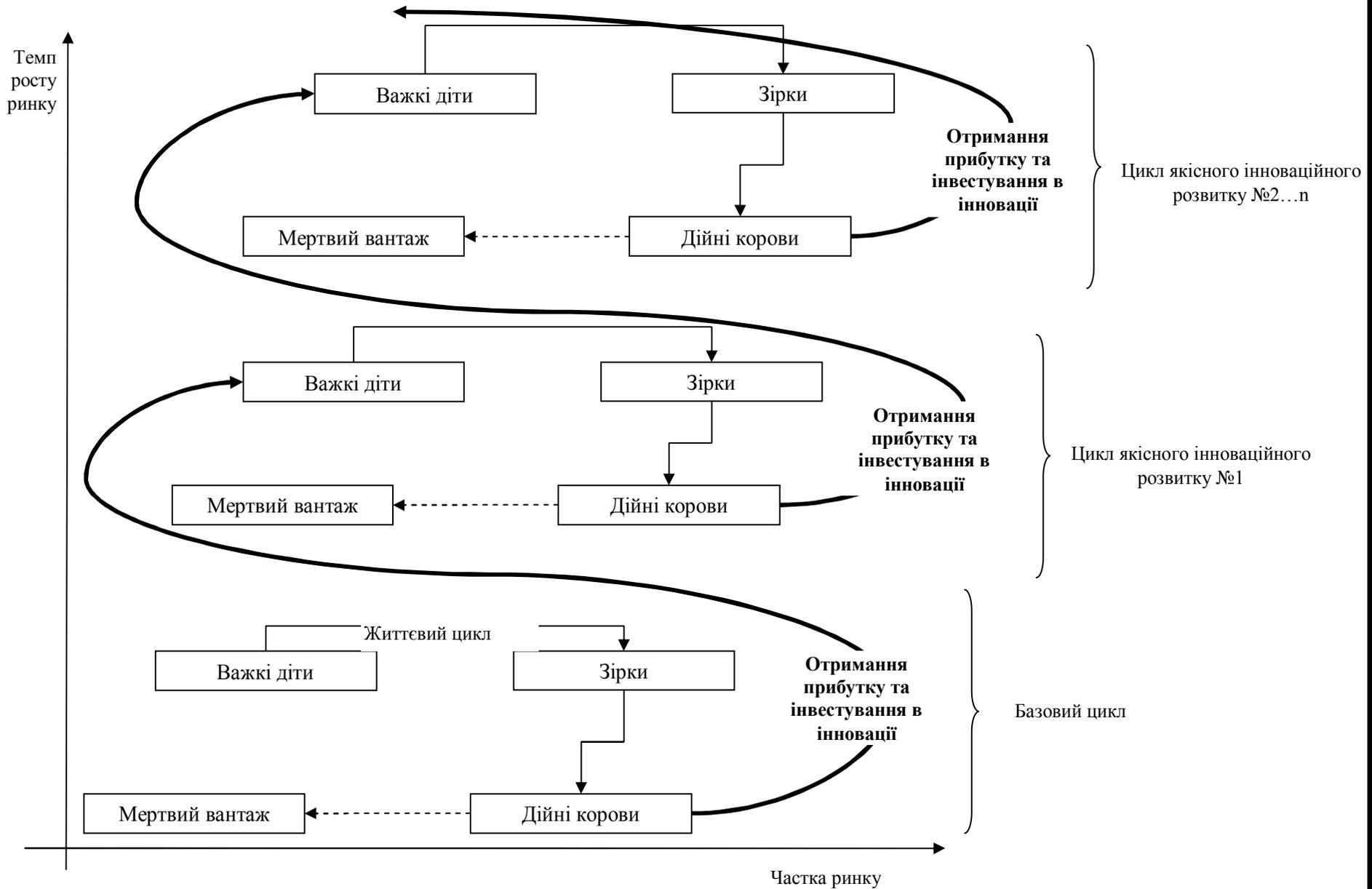


Рис. 5. Якісний напрям управління інноваційним розвитком ІСБ (розроблено автором на основі [5])

Отже якісний напрям управління інноваційним розвитком ІСБ не обмежується лише підтриманням функціонування "дійної корови" (інноваційного продукту), а він направлений на збільшення їх кількості за рахунок тиражування та розробки нових інновацій - "важких дітей" та "зірок". ІСБ, що використовуватимуть якісний шлях управління інноваційним розвитком, отримають стратегічні перспективи для подальшої діяльності та функціонування у вигляді високих рівнів попиту на їх продукцію, а отже, й продажів та дохідностей.

Створення нових інноваційно активних ІСБ та перетворення вже існуючих ІСБ на інноваційно активні структури є явищем об'єктивним, а результатом активізації процесів інноваційного розвитку буде їх виживання на глобальному ринку. Однак реалізація подібних ІСБ, метою і продуктом яких є саме інноваційний розвиток, потребує створення відповідних умов та підтримки з боку держави.

Зарубіжний досвід доводить, що використання ефективного механізму управління інноваційним розвитком ІСБ надає можливість інтенсифікувати процеси інноваційного розвитку; підвищити інноваційний потенціал країни; упорядкувати інтереси функціонуючих ІСБ та органів державної влади; зробити ефективну діяльність ІСБ вигідною і їм, і державі, і територіальним органам влади; надає можливості для отримання синергетичних та емерджентних ефектів від їх спільної діяльності та функціонування, а також пришвидшити реакції на подразники зовнішнього середовища.

Тому, задля досягнення вищеперелічених позитивних ефектів, пропонується сформувати механізм управління інноваційним розвитком ІСБ для українських реалій.

Послідовність основних етапів формування механізму управління інноваційним розвитком інтегрованих структур бізнесу в умовах становлення економіки знань зображено на рис. 6.

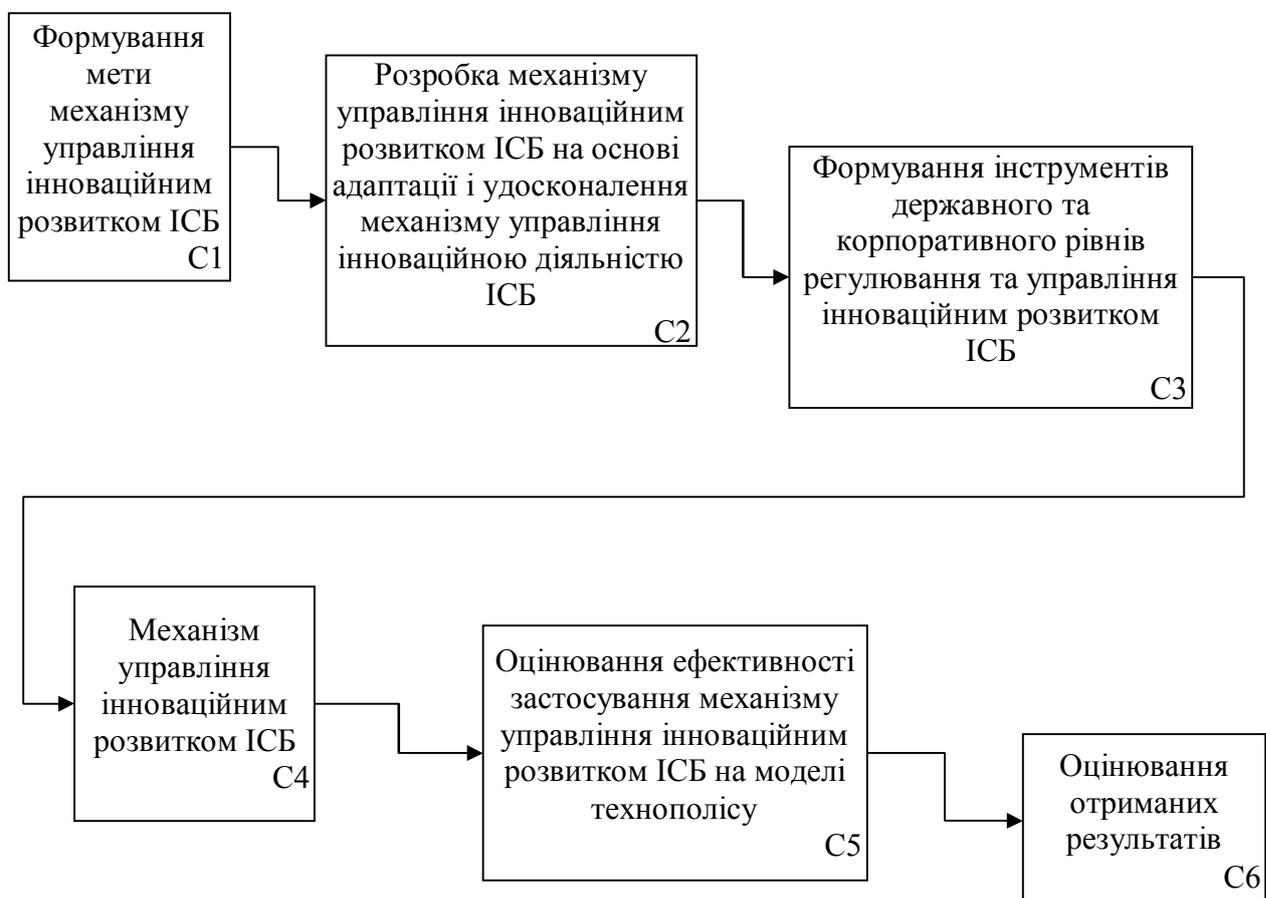


Рис. 6. Схема формування механізму управління інноваційним розвитком ІСБ в умовах становлення економіки знань [авторська розробка]

Відповідно до рис. 6 спочатку відбувається формування мети управління інноваційним розвитком, далі – адаптування та оптимізація механізму управління інноваційною діяльністю ІСБ, що є основою. Потім, відбувається формування нових інструментів з управління інноваційним розвитком ІСБ та врешті-решт відбувається формування механізму управління інноваційним розвитком ІСБ. Після – оцінюємо можливості впровадження механізму в ІСБ та оцінюємо отримані результати.

Коли вся увага приділяється лише інноваційній діяльності як базовому процесу, то процесів розвитку не відбувається, адже акцент лежить саме на базовому процесі. Вдосконалюючи механізм управління інноваційною діяльністю ІСБ, слід переносити акцент з інноваційної діяльності на інноваційний розвиток внаслідок чого отримати механізм управління інноваційною діяльністю ІСБ з новою характеристикою – інноваційним розвитком, а підсумком цього процесу є механізм управління інноваційним розвитком ІСБ.

В основі механізму управління інноваційним розвитком ІСБ в умовах становлення економіки знань (надалі - механізм) закладені 2 рівні регулювання та управління, оскільки з одного боку держава, а з іншого – ІСБ проводять регулювання даного механізму та найбільше зацікавлені в його реалізації. Рівні, суб'єкти та цілі суб'єктів зображено у таблиці 1. Слід зауважити, що більшість цілей суб'єктів механізму є кореспондуючими між собою.

Таблиця 1

Рівні, суб'єкти та основні цілі суб'єктів механізму управління інноваційним розвитком ІСБ в умовах становлення економіки знань [розроблено автором]

Рівні механізму	Суб'єкти механізму	Цілі суб'єктів механізму
Рівень державного регулювання та управління	Держава в особі органів законодавчої та виконавчої влади	Управління інноваційним розвитком ІСБ: - Створення умов для інноваційного розвитку існуючих ІСБ. - Створення умов для виникнення нових інноваційно активних ІСБ. - Перспективний перехід до економіки знань.
Рівень корпоративного регулювання та управління	Інтегрована структура бізнесу в особі органів її управління	Управління інноваційним розвитком ІСБ: - Започаткування та інтенсифікація інноваційних процесів для підвищення прибутковості та ефективності діяльності ІСБ. - Утворення інноваційно активних ІСБ. - Створення умов для постійного інноваційного розвитку.

Суб'єкти механізму задля досягнення своєї мети, здійснюють процес управління над *об'єктом*, що є процесним за допомогою принципів, функцій, методів та інструментів. При цьому, базовим процесом є інноваційна діяльність ІСБ. Внаслідок впливу, базовий процесний об'єкт видозмінюється з процесу інноваційної діяльності ІСБ й трансформується у процес інноваційного розвитку ІСБ. До того ж, базовий процес інноваційної діяльності ІСБ підтримує процес інноваційного розвитку ІСБ, а він, в свою чергу, сприяє подальшому розвитку базового об'єктного процесу (Рис. 7).

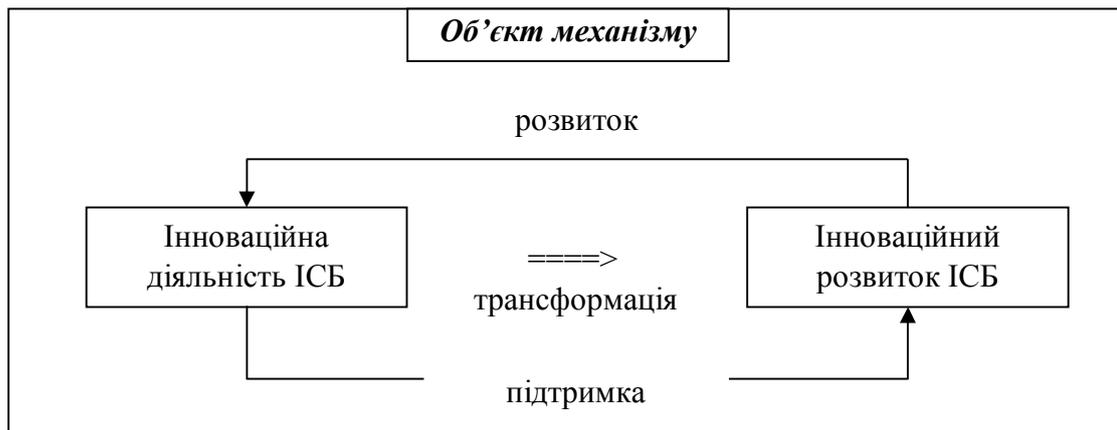


Рис. 7. Схема процесного об'єкту механізму управління інноваційним розвитком ІСБ в умовах становлення економіки знань [авторська розробка]

Наступні складові механізму управління інноваційною діяльністю актуальні й для механізму управління інноваційним розвитком ІСБ, тому автор пропонує продовжити їх використання:

- *принципи*: системність, цілісність, адаптованість, рівновага;
- *функції*: планування, прогнозування, аналіз, організація, мотивація, контроль;
- *методи*: державно-правові, економічні, організаційні, соціально психологічні.

Однак, *інструменти*, що використовуються в механізмі управління інноваційною діяльністю мало адаптовані для інноваційного розвитку, тому автором удосконалено їх набір задля ефективного управління інноваційним розвитком ІСБ (зображено у таблиці 2).

Таблиця 2

Набір інструментів механізму управління інноваційним розвитком ІСБ в умовах становлення економіки знань в залежності від рівня функціонування суб'єктів [розроблено автором]

Рівні механізму	Суб'єкти механізму	Інструменти суб'єктів механізму
Рівень державного регулювання та управління	Держава в особі органів законодавчої та виконавчої влади	1) Інструменти удосконалення державного регулювання та управління інноваційним розвитком ІСБ. 2) Система податкового стимулювання інноваційного розвитку ІСБ.
Рівень корпоративного регулювання та управління	Інтегрована структура бізнесу в особі органів її управління	1) Стратегічний аналіз ІСБ. 2) Формування та впровадження загальної інноваційно активної стратегії ІСБ. 3) Ризик-менеджмент ІСБ.

Зобразимо сформований механізм управління інноваційним розвитком ІСБ в умовах становлення економіки знань на рис. 8.

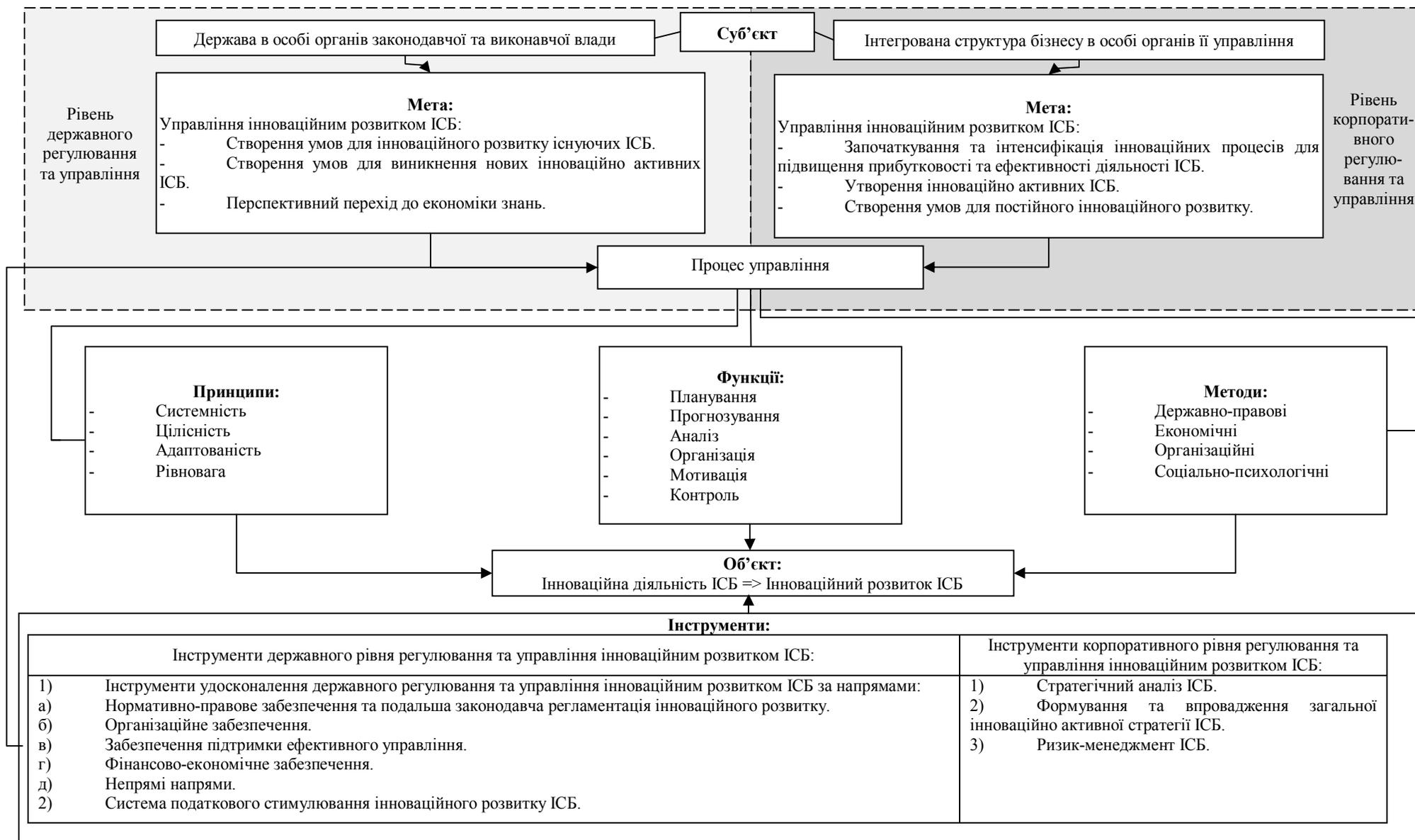


Рис. 8. Механізм управління інноваційним розвитком вітчизняних інтегрованих структур бізнесу в умовах становлення економіки знань
[розроблено автором]

Висновки та перспективи подальших досліджень Отже механізм представлений як відповідна структура, в якій два суб'єкти механізму (держава в особі органів законодавчої та виконавчої влади, а також інтегрована структура бізнесу в особі органів її управління), маючи чітко визначену мету з управління інноваційним розвитком ІСБ, здійснюють процес управління базовим об'єктом механізму – інноваційною діяльністю ІСБ за допомогою принципів, функцій, методів та спеціально розроблених інструментів державного та корпоративного рівнів регулювання та управління інноваційним розвитком ІСБ. Внаслідок чого, базовий процесний об'єкт управління (інноваційна діяльність ІСБ) постійно видозмінюється, набуває нових форм та характеристик та трансформується у процес інноваційного розвитку ІСБ. При цьому, як вже зазначалося раніше, підґрунтям для інноваційного розвитку є розуміння важливості процесів розвитку, наявності волі до змін та активізації інтеграційних процесів.

Література

1. Ганущак-Єфіменко Л. М. Механізм управління розвитком інноваційного потенціалу на основі інтеграційної взаємодії: [Текст] / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Формування ринкових відносин. — 2013. — № 5. — С. 78–82.
2. Ганущак-Єфіменко Л. М. Напрями активізації процесів інтеграційного розвитку національних суб'єктів господарювання: [Текст] / Л. М. Ганущак-Єфіменко, І. В. Коберник // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 10 (124). — С. 145–149.
3. Промисловість і промислова політика України 2013: [наук.-аналіт. доповідь] / О. І. Амоша, В. П. Вишневський, Л. О. Збаразська та ін.; [за заг. ред. В.П. Вишневського]; НАН України, Ін-т екон-міки пром-сті. — Донецьк, 2014. — 200 с.
4. Проскуров І. Як олігархи пережили кризу: [Електронний ресурс] / І. Проскуров // Економічна правда. — Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua/publications/2013/02/1/359016>.
5. Хендерсен Б. Д. Продуктовый портфель: [Текст] / Брюс Д. Хендерсен // VCG Review: дайджест Бостонской консалтинговой группы. — 2008. — Вып. 2. — С. 7–8.
6. Хессельбайн Ф. О лидерстве: [Текст] / Ф. Хессельбайн; [пер. В. И. Супруна]. — Н. : ФСПИ Тренды, 2004. — 184 с.
7. Чепурда Л. М. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: [Текст] / Л. М. Чепурда, С. С. Беяєва, М. В. Плахотнікова та ін.; [за заг. ред. Л. М. Чепурди]. — К. : Професіонал, 2005. — 272 с.
8. Черваньов Д. М. Менеджмент інноваційно інвестиційного розвитку підприємств України: [моногр.] / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. — К. : Т-во Знання, КОО, 1999. — 514 с.
9. Чудаєва І. Б. Технополіси: економічна суть, причини створення та японський досвід: [Електронний ресурс] / І. Б. Чудаєва. — Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45587/12-Chudaeva.pdf?sequence=1>.
10. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: [моногр.] / Н. Чухрай. — Львів: НУ «Львівська політехніка», 2006. — 315 с.

УДК: 330.341.1:32

Мар'яна С. Шкода*Київська гуманітарна академія***АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

У статті досліджено проблему регуляторної політики інноваційного розвитку економіки країни. Запропоновано методичний інструментарій підтримки та стимулювання інноваційних проектів шляхом інтенсифікації діяльності триади кластерного типу (приватного сектору, державного забезпечення і регулювання та наукоємного сектору), що надає можливість ранжувати та встановлювати чіткі орієнтири інноваційної діяльності на макро-, мезо- та мікрорівнях, а також трансформації інноваційного сектору з позицій зменшення ризиків і невизначеності.

Ключові слова: *інноваційна регуляторна політика; підвищення конкурентоспроможності; зменшення ризиків; національна економіка.*

Марианна С. Шкода*Киевская гуманитарная академия***АКТИВИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

В статье исследуется проблема формирования регуляторной политики инновационного развития экономики Украины. Предложен методический инструментальный поддержки и стимулирования инновационных проектов путём интенсификации деятельности триады кластерного типа (частного сектора, государственного обеспечения и регулирования и наукоёмкого сектора), что позволяет ранжировать и устанавливать чёткие ориентиры инновационной деятельности на макро-, мезо- и микроуровнях, а также способствует трансформации инновационного сектора с позиций уменьшения рисков и неопределённости.

Ключевые слова: *инновационная регуляторная политика; повышение конкурентоспособности; уменьшение рисков; национальная экономика.*

Maryana S. Shkoda*Kiev humanitarian academy***ENHANCING THE INNOVATION POLICY THROUGH BOOSTING THE
COMPETITIVENESS OF NATIONAL ECONOMY**

The paper discusses the issues of elaborating a national regulatory policy of Ukraine's innovation development and suggests a methodological toolkit to support and facilitate innovation projects through enhancing the cluster-based triad performance (private sector, state regulatory provisions and science-intensive sector), which enables to range and set clear innovation goals at macro-, mezo- and microlevels, as well as promoting innovation sector transformations from the perspectives of reducing risks and uncertainty.

Keywords: *innovation regulatory policy; enhancing competitiveness; risk reduction; national economy.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Домінантною передумовою вдалого вступу держави в постіндустріальну економіку, зростання її конкурентоспроможності на міжнародному рівні є впровадження результативної інноваційної діяльності і відмінна інтенсивність інноваційних процесів. Інноваційна модель розвитку економіки вже стала завершеним діянням для багатьох розвинених країн світу, що позначилося на функціонуванні всієї світової економіки. У цьому

зв'язку поліпшення позицій України на світовій арені і в світогосподарській системі вимагає якнайшвидшої практичної реалізації такої моделі, що передбачає вдосконалення регуляторної політики розвитку інноваційних процесів.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Світовий досвід регулювання політики інноваційного розвитку та моніторинг національної інноваційної діяльності дозволили встановити напрями вдосконалення державної регуляторної політики, в першу чергу, на основі використання нових форм взаємодії державних і підприємницьких структур у вирішенні проблем інноваційного розвитку економіки України.

Невирішені частини дослідження З цих позицій перед Україною автор визначив два головних завдання:

– перше, в стислі терміни реалізувати загальноприйняті у світовій практиці принципи розробки та реалізації державної інноваційної політики, покращити важелі державного регулювання інноваційної діяльності відповідно до світових стандартів захисту інтелектуальної власності, регулювання конкуренції та зовнішньої торгівлі;

– друге, прискорити формування національної моделі регуляторної політики, включаючи впровадження прогресивних принципів і важелів регулювання інноваційної діяльності, пришвидшити реформування національної інноваційної системи і всіх її складових, вдосконалити економіко-організаційні важелі стимулювання інноваційної діяльності.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні основних напрямів активізації інноваційної політики як фактору підвищення конкурентоспроможності національної економіки

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Найважливішу роль у стимулюванні інноваційної діяльності з боку держави відіграє формування сприятливого інноваційного клімату в економіці та інфраструктурі забезпечення досліджень і розробок, включаючи національні служби науково-технічної інформації, патентування та ліцензування, стандартизації, сертифікації, статистики; аналітичні центри для вивчення зарубіжного досвіду, підготовки прогнозів науково-технічного розвитку та формування на їх основі системи національних наукових пріоритетів в забезпеченні інформацією осіб, які приймають рішення; оцінювання можливих негативних наслідків інновацій.

Автором визначено, що стимулювання інноваційної діяльності з боку держави підрозділяється на два види (рис. 1).

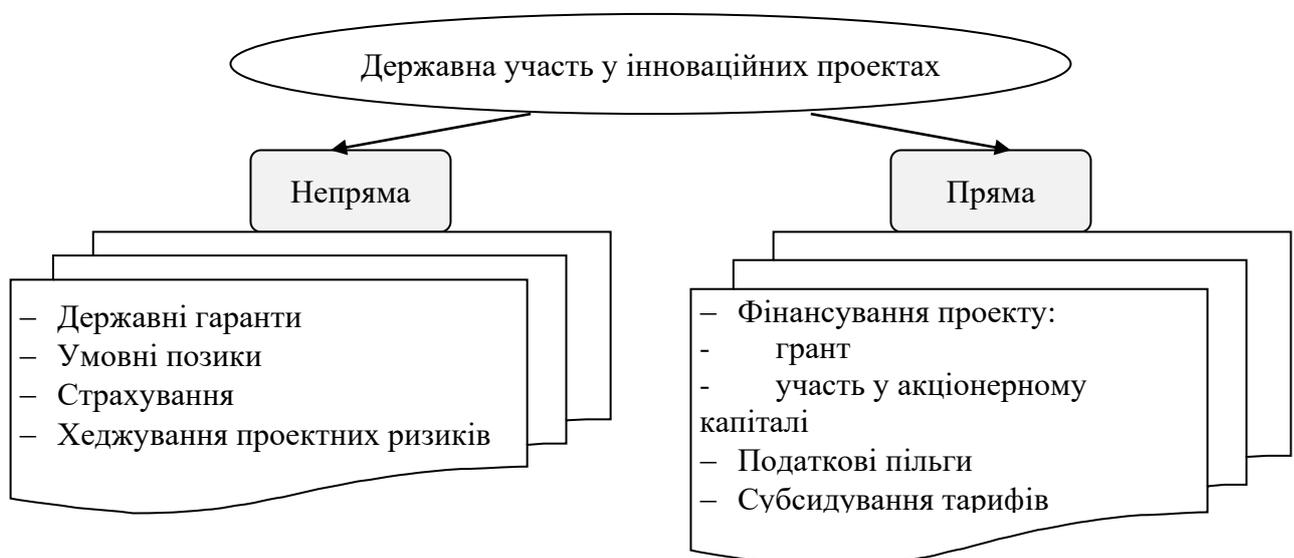


Рис. 1. Державна участь в інноваційних проектах

Джерело: узагальнено автором на основі опрацьованих даних [184; 182; 129; 164; 41]

Уточнення цілей й завдань, формулювання нових принципів державної інноваційної політики і конкретизація її пріоритетів має реалізовуватись на основі: 1) аналізу світової практики регулювання інноваційного розвитку; 2) моніторингу міжнародного інноваційного процесу та НТП з виявленням тенденцій розвитку; 3) моніторингу національного інноваційного процесу з виявленням сильних і слабких сторін інноваційної, науково-технічної (рівень та інтенсивність прикладних досліджень) і наукової (рівень та інтенсивність фундаментальних досліджень) діяльності.

Автором доведено, що для створення інноваційного механізму, необхідно майже з нуля вибудувати інноваційну інфраструктуру, під якою ми розуміємо систему інститутів, що забезпечують прискорене проходження всіх стадій інноваційного продукту: від зародження ідеї до масового виробництва. Крім того, повинна бути створена законодавча база, стимулююча впровадження інновацій у реальному секторі економіки. Тоді національні компанії зможуть масово впроваджувати і адаптувати новітні методи виробництва, підвищуючи свою конкурентоспроможність і, як наслідок, виходити на світовий ринок високотехнологічної продукції, перевершуючи за своїми параметрами аналоги зарубіжних виробників.

В такому процесі, необхідне ефективне функціонування державного регулювання інноваційної сфери(рис 2).



Рис. 2. Функції державного регулювання в інноваційній економіці

Джерело: розробка автора

Серед провідних цілей регуляторної політики інноваційного розвитку економіки України слід виділити:

- забезпечення технологічного прориву економіки на основі культивування прогресивних технологічних укладів;
- підвищення інноваційної активності у всіх секторах економіки і науки;
- розвиток інноваційного сектору економіки та всіх його складових адекватно світовому рівню;
- реалізація інноваційної економіки на основі створення ефективної національної інноваційної системи;
- розвиток інноваційних компонентів національної конкурентоспроможності.

Дані цілі деталізовані завданнями, які встановлюють напрями дій держави в регулюванні політики інноваційного розвитку економіки на базі формату державно-приватного партнерства, як ефективного важеля інтенсифікації інноваційного розвитку (на

базі досвіду Європейських країн) відносно поставлених задач бізнес-структур, науки та освіти (рис. 3).

ЗАВДАННЯ В СФЕРІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ			
Держава	Бізнес	Наука	Освіта
<ul style="list-style-type: none"> - переведення економіки на інноваційний шлях розвитку; - стимулювання виробництва і споживання інновацій господарюючими суб'єктами; - підготовка фахівців для інноваційної економіки 	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення рівня конкурентоспроможності; - пошук нових ринків збуту; - виробництво нових товарів і послуг; - мінімізація підприємницьких ризиків; - збільшення одержуваного прибутку і розвитку бізнесу 	<ul style="list-style-type: none"> - розвиток нових напрямків у науці; - задоволення наукових інтересів і просування наукових ідей; - розробка нових технологій, матеріалів, товарів і виробництв і їх визнання суспільством 	<ul style="list-style-type: none"> - інновації в освітньому середовищі; - розробка нових програм і напрямків підготовки кадрів; - затребуваність фахівців, здатних працювати в інноваційній економіці
<div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> ↓ ↓ ↓ ↓ </div>			
Завдання, які вирішуються за допомогою ДПП			
<ul style="list-style-type: none"> - Створення і управління інноваційними проектами, які вимагають значних фінансових, інтелектуальних і часових витрат. - Створення інфраструктури, відповідної інноваційній економіці. - Проведення спільних дослідних розробок в інтересах інноваційної економіки. - Інтеграція науки, освіти та бізнесу в області інновацій 			

Рис. 3. Основні завдання регуляторної політики інноваційного розвитку економіки України на сформовані на базі ДПП

Джерело: розробка автора

Що стосується переваг державної інноваційної політики, то для умов України вони можуть бути наслідувані з досвіду інших країн, наприклад, країн ЄС, які є основними економічними партнерами України. Визначальне значення в розробці та реалізації ДПП має вибір об'єктів державного впливу. Селекція дозволяє більш концентровано впливати на об'єкти регулювання, економити ресурси і підвищити якість впливу. Даний підхід повинен реалізовуватися за допомогою постійної деталізації та конкретизації роботи державних органів з питань інноваційної інтеграції

Державна регуляторна політика здійснюється за допомогою організаційних, економічних, фінансових та нормативно-правових важелів, що детально викладено в табл. 1.

Також серед регуляторних важелів, які здійснюють значний вплив на політику інноваційного розвитку виділено наступні:

- пряма підтримка державою вітчизняного виробника, шляхом зменшення податкових пільг на продукування інновацій, на базі польського досвіду;
- створення сучасних високотехнологічних підприємств у державній власності або на умовах державно-приватного партнерства, їх просування на міжнародний рівень та можливий продаж;

– визначення пріоритетних напрямів державної промислової політики та їх пряме фінансування з бюджету. У цьому випадку політика ціноутворення не повинна віддаватися на викуп ринку і бізнес-структурам. Повинна підтримуватись пряма участь держави при встановленні ціни на продукцію, виготовленої за рахунок бюджетних коштів.

Таблиця 1

Важелі регуляторної політики інноваційного розвитку економіки

Види регуляторної політики інноваційної діяльності			
Організаційні важелі	Економічні важелі	Фінансові важелі	Нормативно-правові важелі
державна підтримка інноваційних проектів, які включені у державні та регіональні інноваційні програми	розвиток ринкових відносин	проведення бюджетної політики, яка забезпечує фінансування інноваційної діяльності	встановлення правових основ взаємовідносин суб'єктів інноваційної діяльності
сприяння розвитку інноваційної інфраструктури	проведення податкової політики і політики ціноутворення, які сприяють зростанню пропозиції на ринку інновацій	напрямок в інноваційну сферу державних ресурсів та підвищення ефективності їх використання	гарантування охорони прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності, зокрема, охорони таких найбільш істотних для розвитку інноваційної діяльності прав, як права інтелектуальної власності
кадрова підтримка інноваційної діяльності	створення вигідних податкових умов для ведення інноваційної діяльності усіма суб'єктами	виділення прямих державних інвестицій для реалізації інноваційних програм і проектів, важливих для громадського розвитку, але непривабливих для приватних інвесторів	
сприяння підготовці, перепідготовці та підвищенню кваліфікації кадрів, які здійснюють інноваційну діяльність	забезпечення ефективної зайнятості в інноваційній сфері	Створення сприятливого інвестиційного клімату в інноваційній сфері	
Створення сприятливого інвестиційного клімату в інноваційній сфері	розширення попиту на інновації	надання дотацій, пільгових кредитів, гарантій вітчизняним і іноземним інвесторам, які беруть участь в інноваційній діяльності	

Продовження таблиці 1

Інформаційна підтримка інноваційної діяльності	надання фінансової підтримки та податкових пільг підприємствам, які освоювали та поширюють інновації;	зниження відрахувань податків у бюджет у разі використання ними своїх бюджетних засобів для фінансування державних інноваційних програм і проектів;
Сприяння інтеграційним процесам, розширенню взаємодії суб'єктів економіки в інноваційній сфері, розвитку міжнародного співробітництва у цій області	сприяння модернізації техніки;	проведення бюджетної політики, яка забезпечує фінансування інноваційної діяльності;
захист інтересів російських суб'єктів інноваційної діяльності в міжнародних організаціях	розвиток лізингу наукоємної продукції	напрямок в інноваційну сферу державних ресурсів та підвищення ефективності їх використання
	активізація підприємництва	виділення прямих державних інвестицій для реалізації інноваційних програм
	Припинення недобросовісної конкуренції	Створення сприятливого інвестиційного клімату в інноваційній сфері
	підтримка вітчизняної інноваційної продукції на міжнародному ринку	надання дотацій, пільгових кредитів, гарантій українським і іноземним інвесторам, які беруть участь в інноваційній діяльності
	розвиток експортного потенціалу країни;	зниження відрахувань податків у державний бюджет
	Розвиток зовнішньоекономічних в'язків в інноваційній сфері;	проведення бюджетної політики, яка забезпечує фінансування інноваційної діяльності;
	зовнішньоекономічна підтримка, включаючи надання митних пільг для інноваційних проектів, включених в державні інноваційні програми	напрямок в інноваційну сферу державних ресурсів та підвищення ефективності їх використання

Джерело: розробка автора

Важливим завданням підвищення ефективності державної інноваційної політики є досягнення синергетичного ефекту в результаті більш глибокої взаємодії міністерств і відомств при реалізації програм і заходів по інтенсифікації інноваційного розвитку; виділення загальносистемних цілей, напрямів і важелів державної інноваційної політики, які повномасштабно реалізуються на національному рівні та їх доповнення на рівні територіально-адміністративних одиниць; розгортання поліфункціональних макроекономічних програм зі стимулювання інноваційної діяльності; досягнення ефекту ДІП

в результаті реалізації пріоритетних програм, методів, важелів і заходів; формування інноваційних кластерів.

Проте, спираючись на міжнародний досвід і враховуючи національні особливості, необхідно підкреслили головні проблеми, які пов'язані з неефективною законодавчо-нормативною базою, проблематикою фінансування інноваційної інтеграції, нестачею кваліфікованих кадрів в деяких регіонах нашої країни та ін. Передача держвласності так званим «ефективним управлінням» привела в кінцевому підсумку до руйнування наукомісткої промисловості країни. За часи незалежності у країні практично не створюються високотехнологічні підприємства, конкурентоспроможні на світовому ринку. Навіть новостворені компанії з державною участю, орієнтовані на випуск наукомісткої продукції найчастіше досі використовують потенціал промисловості СРСР.

Серед критеріїв, що враховуються при виборі інноваційних проектів, автором виділено наступні:

- проект повинен відповідати вимогам національних пріоритетів в галузі науки і технології (S& T) та інноваційної сфери (ці пріоритети змінюються кожні п'ять років Верховною Радою України);
- проект повинен бути спрямований на практичну реалізацію сучасних, високотехнологічних та енергозберігаючих технологій, виробництво конкурентоспроможної продукції;
- фінансові показники проекту повинні бути обґрунтовані, документація повинна відповідати технічним, екологічним та соціальним стандартам України;
- технічні характеристики нового продукту повинні відповідати національним та світовим стандартам;
- заздалегідь повинні бути вирішені питання юридичного захисту й підтримки продукту або технології;
- фінансовий, правовий статус, а також «запас міцності» підприємства при реалізації окремого проекту повинен відповідати критеріям прийнятності та реалізації проекту.

Суттєве значення для реалізації державної інноваційної політики в Україні є процес відбору інноваційних проектів для надання підтримки та виділення фінансування. В даний час відсутня пряма підтримка з боку держави і R&D організацій, що здійснюють інноваційну діяльність, але їх окремі інноваційні проекти можуть претендувати на різні форми державної підтримки, вибір яких відбувається на конкурсній основі. Ця ситуація різко контрастує з підтримкою R&D, де держава надає основний обсяг фінансування для організацій в рамках різних грантів, а не на конкурсній основі.

Інноваційні проекти відбираються на підставі закону "Про наукову і науково-технічну експертизу" [6], який визначає правові, організаційні та фінансові основи експертної діяльності в науково-технічній сфері, а також загальні основи і принципи регулювання суспільних відносин у сфері організації та проведення наукової і науково-технічної експертизи з метою забезпечення наукового обґрунтування структури та змісту пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки, наукових, науково-технічних, соціально-економічних, екологічних програм і проектів, визначення напрямів науково-технічної діяльності, аналізу та оцінювання ефективності використання науково-технічного потенціалу, результатів досліджень.

Концептуальною метою державної інноваційної політики модернізації є об'єднання суспільства шляхом взаємодії держави, бізнесу, населення, ЗМІ, громадських організацій для розробки єдиної ідеологічної концепції інноваційного розвитку, де будуть відображені економічні, соціальні, політичні та культурні можливості держави, а також потенційні вигоди, які може отримати країна від проведення структурних інноваційних перетворень.

Таким чином, згідно авторської позиції визначальною метою інноваційного розвитку має стати розробка системи ключових показників розвитку економіки в довгостроковій перспективі, що дозволяє сформувавши в суспільстві, бізнес-колах і державних органах влади правильну мотивацію і розуміння кінцевих результатів державної інноваційної політики, а також банальна віра в успіх.

В поточних умовах основою державного регулювання в широкому сенсі має стати не протиставлення ролі інституційного або технологічного підходу, а взаємопов'язаний симбіоз обох підходів з чітко орієнтованим планом використання тих чи інших важелів. На початковому етапі переважно застосовувати проектно-технологічні рішення, включаючи механізми «адміністративного» примусу сировинних галузей до перерозподілу коштів в інноваційні. При цьому найбільш важливим є не сам факт використання проектно-технологічного інструментарію як елемента економічних важелів, а його органічне вливання в політику розвитку, що й повинно бути основним пріоритетом інноваційної діяльності.

У той же час необхідним є чітке розмежування управлінських функцій, при якому регулятивні (інституційні) закріплюються за органами державної влади, а проведення проектно-технологічних рішень перерозподіляється на користь державних економічних агентів (бізнес-структур, створених на основі ДПП). Такий підхід, з одного боку, дозволить сконцентрувати зусилля органів влади на якісному поліпшенні інституційного середовища, а з іншого - забезпечить належну конкурентоспроможність всієї економіки і ефективний перерозподіл фінансових ресурсів, як для цілей модернізації, так і інноваційного розвитку економіки.

Висновки та перспективи подальших досліджень Підсумовуюче вищезазначене автором визначено що інноваційний розвиток української економіки - це процес, який повинен:

1. забезпечити вільний споживчий вибір на ринку за рахунок диверсифікації внутрішнього виробництва;

2. забезпечити інноваційну орієнтацію відродження вітчизняного виробництва.

Міждержавне інноваційне співробітництво держав-учасниць ЄС з одного боку може бути дієвим інструментом інноваційного прориву, а з іншого – нагальною необхідністю, реалізація якої передбачає:

– створення міждержавного інноваційного простору, об'єднуючого ресурси НІС ряду країн, що додає системний характер інноваційного розвитку та сприяє більш широкого використання науково-технічних розробок і винаходів;

– посилення інноваційної детермінанти економічного зростання на основі формування НІС і міждержавних інноваційних проектів;

– здійснення заходів щодо створення імпортозамінних виробництв в окремих сегментах економіки;

– збільшення частки галузевої науки у сформованих системах науково-технічних та інноваційних фондів (промислових кластерах);

– формування повноцінного ринку нанопродукції.

Все це надасть можливість не тільки оцінити реальні перспективи ситуації, що склалася, наявних інноваційних потенціалів і ресурсів, а найголовніше - забезпечити вихід з фінансово економічної кризи та закласти основи переходу національної економіки на стійку інноваційну модель розвитку.

Отже, можна зробити висновок, про те що підвищення ефективності державної інноваційної політики України вимагає впровадження нових підходів до об'єктивізації та управління інноваційним розвитком. Як зазначалося раніше, висока результативність політики держави в сфері інновацій може бути забезпечена важелями впливу на «полюси зростання» сучасної «інноваційної» економіки.

Література

1. Єрмошенко М. М. Проблеми державного регулювання інноваційного розвитку підприємств і шляхи їх розв'язання : [Текст] / М. М. Єрмошенко // Актуальні проблеми економіки. — 2010. — № 3 (105). — С. 45–54.
2. Каленюк І. С. Переваги міжнародного інноваційного співробітництва : [Текст] / І. С. Каленюк, Н. І. Холявко // Економічні науки : [збірник наукових праць Луцького національного технічного університету]. — Серія : Економічна теорія та економічна історія. — Вип. 7 (28). — Ч. 1. — Луцьк, 2010. — С. 266–282.
3. Каленюк І. С. Освітній імператив суспільного прогресу : [Текст] / І. С. Каленюк // Імперативи розвитку України в умовах глобалізації : II Міжнародна науково-практична конференція (4–5 черв. 2010 р.) : [матеріали доповідей та виступів]. — Чернігів : ЧДІЕУ, 2010. — С. 9–13.
4. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України від 16.01.2003 № 433-IV : [Текст] // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 2003. — № 13. — С. 93.
5. Шутова А. Н. Роль малого інноваційного підприємництва в розвитку економіки в умовах глобалізації : [Текст] / А. Н. Шутова // Імперативи розвитку України в умовах глобалізації : Міжнародна науково-практична конференція (24–26 вересня 2008 р.) : [матеріали доповідей та виступів]. — Чернігів : ЧДІЕУ, 2008. — С. 162–165.
6. Kalenyuk I. S. The Assessment of Innovation Projects of International Cooperation : [Text] / I. S. Kalenyuk, N. I. Holyavko // Information Technologies, Management and Society : the 7th International Conference (April 16–17, 2009) : [Programme and Theses]. — Riga, 2009. — P. 99.
7. Odinkova T. The Stimulation of Innovation of Small and Medium Enterprises : [Text] / T. Odinkova // Information Technologies, Management and Society : the 7th International Conference (April 16–17, 2009) : [Programme and Theses]. — Riga, 2009. — P. 106.
8. Number of application submitted by country (Tempus IV – Third Call for Proposals): [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://eacea.ec.europa.eu/tempus/results_compendia/documents.

Актуальні видання Київського національного університету технологій та дизайну

378.014.54

Економічні та соціальні аспекти ефективного розвитку вищої школи: колективна монографія / [І. М. Грищенко, С. В. Бебко, С. В. Бреус, Т. М. Власюк, Н. А. Крахмальова, І. А. Лимар, Т. М. Нефедова, І. О. Тарасенко, С. Г. Натрошвілі та ін.] ; за заг. ред. І. М. Грищенка. – К. : Педагогічна думка, 2015. – 480 с.

ISBN 978-966-644-392-5

У монографії здійснено теоретико-методологічне обґрунтування економічних та соціальних аспектів ефективного розвитку вищої школи. Подано аналіз вітчизняного та міжнародного досвіду фінансування закладів системи вищої освіти. Обґрунтовано пропозиції, спрямовані на розв'язання проблем управління соціально-економічним розвитком вищої школи в умовах глобалізації та підвищення якості освітніх послуг для різних верств населення в сучасних ринкових умовах.

Розраховано на науковців, фахівців з економіки освіти, аспірантів, докторантів та студентів економічних спеціальностей, науково-педагогічних працівників і працівників системи управління сфери освіти.



УДК: 005.336:334.72(091)

Наталія І. Антощишина

ПВНЗ «Європейський університет»

**ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОНЯТТЯ «ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА»
З УРАХУВАННЯМ ІСТОРИЧНОГО ТА СУТНІСНОГО АСПЕКТУ**

У статті розглянуто проблему визначення сутності потенціалу, проаналізовано існуючі підходи до інтерпретації поняття «економічний потенціал» підприємства, проведено дослідження трансформації поняття «потенціал підприємства» за 95-річний період. Визначено ключові фактори, що сприяли трансформації розуміння сутності даної дефініції. Також зазначається, що сучасні умови господарювання потребують перегляду поглядів щодо визначення «економічного потенціалу», його структурних складових та методів його оцінки.

Ключові слова: потенціал підприємства, економічний потенціал, трансформація, адаптація.

Наталія И. Антощишина

ЧВУЗ «Европейский университет»

**ИССЛЕДОВАНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОНЯТИЯ «ПОТЕНЦИАЛ
ПРЕДПРИЯТИЯ» С УЧЁТОМ ИСТОРИЧЕСКОГО И СУЩНОСТНОГО АСПЕКТА**

В статье рассматривается проблема определения сущности потенциала, анализируются существующие подходы к интерпретации понятия «экономический потенциал» предприятия, исследуется трансформация понятия «потенциал предприятия» за 95-летний период. Определены ключевые факторы, способствовавшие трансформации понимания сущности данной дефиниции. Также отмечается, что современные условия хозяйствования требуют пересмотра взглядов на определение «экономического потенциала», его структурных составляющих и методов его оценки.

Ключевые слова: потенциал предприятия, экономический потенциал, трансформация, адаптация.

Nataliia I. Antoschyshyna

European University

**RESEARCH ON THE TRANSFORMATION OF THE ENTERPRISE POTENTIAL
CONCEPT IN THE LIGHT OF HISTORICAL AND ESSENTIAL ASPECTS**

The paper yields insights into a potential essence definition. Contemporary approaches to interpretation of an enterprise "economic potential" are analyzed, the transformation of the "enterprise potential" concept over a 95-year period has been explored. The key factors fostering the transformation of understanding of the given category essence are identified. An emphasis is also made on the need to readjust the "economic potential" definition, its structural elements and evaluation methods subject to the current business environment trends.

Keywords: enterprise potential, economic potential, transformation, adjustment.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями визначається розвитком національної економіки, що постійно супроводжується ускладненням економічних явищ і процесів, які зумовлюють об'єктивну необхідність удосконалення існуючих чи розробку абсолютно нових систем управління потенціалом підприємства, а також розроблення системи комплексної оцінки ефективності його використання. Розробити в сучасних умовах ефективну систему управління потенціалом підприємства неможливо без адекватного розуміння даної дефініції, багато підходів до визначення економічного потенціалу втратили свою актуальність, що спонукало до необхідності вирішення проблемних питань управління на

єдиній діалектичній системі досвіду, сучасного стану і перспективних завдань діяльності суб'єктів господарювання.

В зв'язку з вищевикладеним виник інтерес теоретичного дослідження трансформації поняття «економічний потенціал» в історичному аспекті, який є підґрунтям досліджень причинно-наслідкових зв'язків трансформації визначення і інструментів його оцінки, а також може послугувати вектором розвитку сучасного трактування визначення «економічний потенціал» в рамках сьогоденних економіко-політичних реалій.

Теоретична та практична значущість вирішення визначених проблемних питань та недостатня їх наукова і прикладна розробка обумовлює актуальність обраної теми.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Дослідженням економічного потенціалу підприємства займалися такі видатні вчені, як Л. Абалкін, В. Авдєєнко, О. Ареф'єва, О. Мізіна, Р. Марушков, Б. Мочалов, С. Мочерний, О. Олексюк, І. Рєпіна, О. Федонін, Т. Харчук та закордонних економістів таких, як І. Анософф, Б. Альстренд, С. Бах, Р. Каплан, Д. Нортон, Л. Ліндлар, П. Дукер, В. Кинг, Ф. Котлер, Г. Мицберг, Дж. Лешпел, М. Маскон, Б. Карлоф, Ж-Ж. Ламбер, А. Дж. Стрікленд, Ф. Хедоурі, В. Шермет та ін.

Невирішені частини дослідження Аналіз виявив значні розходження у визначеннях економічного потенціалу, розумінні його сутності, складу структурних елементів та трансформації відношення науковців до даної категорії. В зв'язку з цим у нас виникло припущення, що формування поглядів науковців до визначення економічного потенціалу, розуміння його сутності, складу структурних елементів знаходиться у залежності від впливу чинників зовнішнього середовища які превалювали в той або інший період часу, дане припущення спричинило необхідність подальшого дослідження та опрацювання.

Метою статті є дослідження існуючих теоретичних підходів до поняття економічного потенціалу підприємства, його складових, характеристик з урахуванням історичного та сутнісного аспекту.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування В етимологічному значенні термін «потенціал» походить від латинського potential означає «потужність, сила» і «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю [1, С. 1058]. Залежно від формату дослідження економічний потенціал виділяють у перерізі економічних систем різного масштабу (країна, регіон, галузь, підприємство). Формат нашого дослідження знаходиться на рівні підприємства.

Поняття «економічний потенціал підприємства» сучасною економічною наукою трактується неоднозначно. На думку більшості дослідників, економічний потенціал є узагальнюючим показником. У ньому поєднуються природні, виробничі, науково-технічні, соціально-культурні властивості економічної системи. Величина економічного потенціалу підприємства визначається масштабом, ступенем досконалості і структурою продуктивних сил.

П.В. Круш [2] розкрив особливість «економічного потенціалу» підприємства в залежності від його специфічних ознак. Проведений науковцем аналіз дав можливість представити цю різницю у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Особливості потенціалу підприємства в залежності від його специфічних ознак

Вид потенціалу	Особливості
Потенціал виробничого підприємства	Наявність виробничої складової, важливість складових взаємодії з навколишнім середовищем
Потенціал невиробничого підприємства	Відсутність (спрошеність) виробничої складової, важливість потенціалу маркетингу та інформаційного, важливість потенціалу управління відносинами
Потенціал малого підприємства	Неможливість впливати на зовнішнє середовище, обмеженість фінансово – інвестиційного потенціалу, підпорядкування потребам та вимогам зовнішнього середовища

Продовження таблиці 1

1	2
Потенціал середнього підприємства	Можливість впливу на навколишнє середовище поряд з необхідністю в певних аспектах йому підпорядковуватися
Потенціал великого підприємства	Вплив на зовнішнє середовище, можливість підпорядкування потенціалу зовнішнього середовища потребам організації
Потенціал державного підприємства	Застарілість як моральна, так і фізична виробничого обладнання, обмежений інформаційний потенціал, суттєвий вплив потенціалу нормативної групи навколишнього середовища, можливість збільшення фінансово – інвестиційного потенціалу за рахунок державних коштів
Потенціал приватного підприємства	Гнучкість та мобільність діяльності підприємства, підпорядкування діяльності ринковим законам, що і пояснює успішний розвиток інноваційного потенціалу, обмеженість фінансово-інвестиційного потенціалу у більшості випадків власними та кредитними коштами.
Потенціал підприємства, що функціонує на ринку B2B	Узгоджена структура потенціалу взаємодії підприємства з навколишнім середовищем відповідно до потреб корпоративної групи замовників, специфіка розвитку маркетингового потенціалу, потенціалу управління відносинами
Потенціал підприємства, що функціонує на ринку B2C	Узгоджена структура потенціалу взаємодії підприємства з навколишнім середовищем відповідно до потреб кінцевого фізичного споживача, підвищена важливість розвитку потенціалу бренду, репутації підприємства, розвиток маркетингового потенціалу на основі концепції зближення з споживачем (розвиток дистрибуційної мережі, взаємодія з підприємствами роздрібною торгівлі

Джерело: [2]

Отже, ринкове середовище можна увити як сукупність суб'єктів, кожний з яких має свій власний потенціал. Відповідно, взаємовідносини між ними можна інтерпретувати як взаємодію їх потенціалів.

Зазвичай, коли мова йде про «економічний потенціал» науковці розглядають його універсально, без урахувань особливостей підприємств.

Н.Т. Ігнатенко та В.П. Руденко дослідили існуючі поняття «потенціал», і класифікували їх за ознаками, що винесені в основу визначення, результати їх дослідження наведено в рис. 1.

З результатів проведеного дослідження стало відомо, що більшість науковців поняття потенціалу асоціюють з ресурсами. Деякі з науковців обмежуються тільки даним аспектом у визначенні потенціалу. Інші розуміють, що ресурсне забезпечення не відіграє вирішальної ролі без його перетворення з метою створення прибутку підприємства.

В той же час доречним є зауваження Федосова В., Опаріна В. та Львовчкіна С., що визначають ресурси не самоціллю, а засобом реалізації мети діяльності економічної системи, що полягає в максимізації виробництва товарів та послуг [4].

З огляду на дане дослідження цікавим стало прослідкувати, чи відбувалася зміна поглядів науковців на категорію «економічний потенціал» в залежності від періоду часу у якому здійснювалися дослідження.

Вперше термін "потенціал" з'явився в економічних дослідженнях вітчизняних вчених у 20-30 роках ХХ ст. у зв'язку із вивченням питань розвитку виробничих сил і виробничих відносин у суспільстві [5]. Так, наприклад, у 1924 р. Воблій К.Г. визначив потенціал виробничих сил як потенційну можливість країни виробляти матеріальні блага для задоволення потреб населення [6].

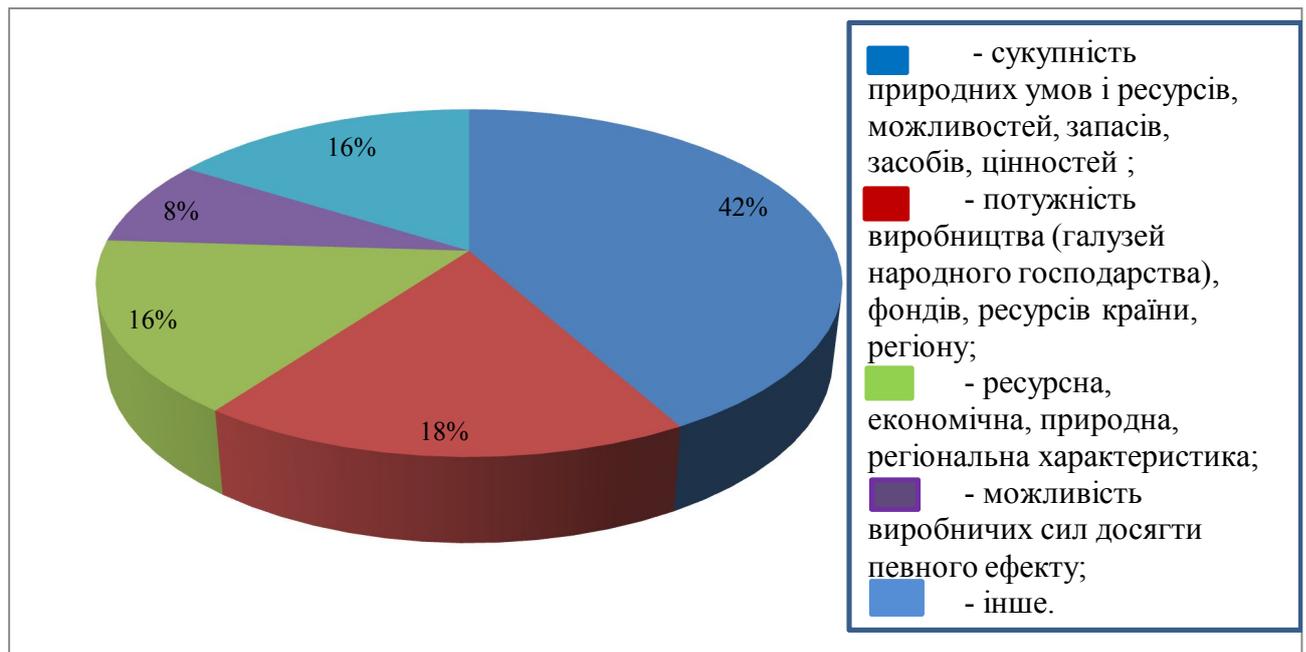


Рис. 1. Поділ поняття «потенціал» за основними ознаками у вітчизняній науковій літературі

Джерело: [3]

Вейц В.І. (1927 р.) визначив потенційні виробничі сили не тільки як матеріальні елементи, а також ті чи інші матеріальні умови, за яких здійснюється виробничий процес. У 1954 році Струмилін С.Г. запровадив термін «економічний потенціал», під яким розумів сукупну виробничу силу праці всіх працездатних членів суспільства [3].

Активно поняття потенціалу почали використовувати в наукових працях економічного спрямування у 70-80-х роках ХХ ст., коли завдання нарощування темпів і обсягів виробництва стали пріоритетними для вітчизняних підприємств. У працях більшості радянських дослідників потенціал підприємства визначався крізь призму його можливостей максимізувати виробничу функцію у вигляді випуску матеріальних благ або певного ефекту [7].

У працях більшості радянських дослідників потенціал підприємства визначався крізь призму його можливостей максимізувати виробничу функцію у вигляді випуску матеріальних благ або певного ефекту [8]. Так, Немчинов В.С. у 1967 р. досліджував «потенціал розширеного виробництва», який характеризує ресурсні можливості національної економіки щодо економічного зростання [9].

Розвиток теорії потенціалу підприємства на засадах побудови виробничих функцій притаманний майже всім дослідженням радянських вчених, що безперечно пов'язано з плановим характером економіки, передбачуваністю її розвитку, відсутністю системного зв'язку між попитом та пропозицією.

Процес переходу від планової економіки до ринку вніс значені зміни як в процеси господарювання підприємств так і в зовнішнє середовище, що, звичайно, змінило підхід до потенціалу.

Тож говорити про універсальність категорії «потенціал» досить складно, тому доцільно розгляд її через призму історичної складової та найбільших сутнісних характеристик. Результат такого розгляду представлений у табл. 2 на основі аналізу підходів вітчизняних дослідників. Існує велика кількість визначень яка, не повною мірою відповідає сучасним умовам господарювання та не враховує їх особливості.

Порівняння підходів до визначення поняття «потенціал підприємства» з урахуванням історичного та сутнісного аспекту представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

Порівняння підходів до визначення поняття «потенціал підприємства» з урахуванням історичного та сутнісного аспекту

Рік	Автор	До визначення потенціалу включено								
		Максимально можливий обсяг випуску продукції	Взаємодію з зовнішнім середовищем	Ресурси	Запаси, резерви	Можливості підприємства	Здатності підприємства	Здібності персоналу	Взаємоузгодження : ринкові умови –формування конкретної програми дій на перспективу	Складові, що пов'язані із процесом діяльності підприємства: «постачання – виробництво – збут»
1973	Анчишкін А.І.[10]			+						
1978	Донец Ю.Ю.[11]	+								
1981	Абалкін Л.І.[12]			+						
1982	Мочалов Б.М. [13]			+						
1983	Архангельський В.М. [14]			+	+					
1991	Самоукин А.И. [15]		+					+		
1994	Спирин В.С. [16]			+		+				
1997	Ревуцкий Л.Д.[17]			+						
	Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. [18]			+				+		
1998	Артемова Л.В. [19]			+				+		
	Рєпіна І.М.[20]			+		+				
2000	Марушков Р.В. [21]			+						
2001	Олексюк О.І. [22]					+				
2002	Лапин Е.В. [23]	+		+						
2004	Євдокімов Ф.І., Мізіна О.В. [24]			+						
2005	Краснокутська Н.С. [8]			+		+	+			
2006	Должанський І.З. [25]							+		
	Федонін О.С. [3]			+						
	Отенко І.П. [26]					+	+	+		
2007	Козловський В.О.[27]									
	Калінеску Т.В., Романовська Ю.А., Кирилов О.Д. [28]			+				+	+	+
2008	Андрухова О.О.[29]									
	Ворсовський О.Л. [30]			+						
	Ареф'єва О.В., Харчук Т.В. [31]	+		+	+					
	Куликов П. М. [32]									
2009	Железняк В.В.[33]								+	
	Росоха В.В.[34]			+		+				
2010	Яремко І.[35]			+		+				

Приєднуємося до думки українського науковця Россошанської О.В. [41], яка зазначає, що «... подальший розвиток теорії підприємства (посткризової моделі бізнесу) на основі ресурсного підходу повинен урахувати фактори кризи, зокрема й ті, що зумовлювали переоцінку потенціалу (перекапіталізацію активів) господарських систем»

Аналізуючи результати дослідження наведених в таблиці 2, можна стверджувати, що різноаспектність визначення даної дефініції почало збільшуватися з 90 років 20 століття, що співпадає в часі з переходом нашої країни до ринкових відносин.

Підвищення рівня конкурентної боротьби на світовому рівні і світова фінансова криза 2008 року ускладнили сприйняття економічного потенціалу. В значення цієї категорії почали відносити і уміння швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, пристосовуватися до них, значна увага почала приділятися оптимальній побудові бізнес-процесів на підприємстві, активно почав розвиватися напрям досліджень стратегічного потенціалу; з зменшенням платоспроможності населення особливу увагу при визначенні економічного потенціалу науковці акцентували на складові, що пов'язані із процесом збуту продукції. Знову стали актуальними при визначенні економічного потенціалу здібності персоналу, що є характерним для кризових періодів.

Буремні часи останнього п'ятиріччя дещо змінили ставлення до сприйняття економічного потенціалу, все частіше науковці відносять до нього здатність підприємства швидко реагувати і взаємоузгоджувати наявні ринкові умови з формуванням програми дій на перспективу. Починають досліджуватися нові види потенціалу, поява яких викликана зміною умов господарювання підприємств. Так, з'являється поняття адаптаційного потенціалу підприємства.

Адаптаційний потенціал підприємства – це економічна категорія, що в інтегрованому вигляді характеризує, з одного боку, можливість змінювання внутрішнього середовища підприємства під поставлені стратегічні цілі його розвитку, а з іншого боку, можливість змінювання підприємства в цілому, як відкритої системи, під зовнішні умови господарювання, які є мінливими за своєю ринковою сутністю, що в кінцевому підсумку, при реалізації цих сукупних можливостей, сприятиме ефективному і конкурентоспроможному розвитку підприємства в довгостроковому періоді [40].

В підсумок зазначимо, що напрям дослідження трансформації поняття «економічний потенціал» потребує подальшого дослідження, виявлення причини –наслідкових зв'язків трансформації поняття, порівняння трансформації визначення в історичному аспекті з науковими поглядами колег ближнього і дальнього зарубіжжя.

Аналіз літератури показав, що існують чотири класичні підходи до трактування поняття потенціалу сучасними науковцями, результати досліджень на рис. 2.

Важливо наголосити, що зазначені підходи є слухними, але мають свої переваги та недоліки. Так основною перевагою є те, що підходи, які розглядаються, відображають різноманітність бачень щодо економічного змісту поняття «потенціал підприємства», що формується провідними аспектами до сліджень у цьому напрямку. Недоліком існуючих підходів є їх розгалуженість і відсутність системності його розуміння.

Спільним недоліком зазначених підходів до визначення поняття «потенціал підприємства» є відсутність безпосереднього зв'язку потенціалу з ефективністю та результативністю діяльності суб'єктів господарювання, галузі тощо.

Необхідно відзначити, що існують і інші погляди науковців щодо класифікації підходів до визначення економічної сутності потенціалу. Заслужують на висвітлення наукові нароби групи вітчизняних авторів [36] з даного питання дослідження.

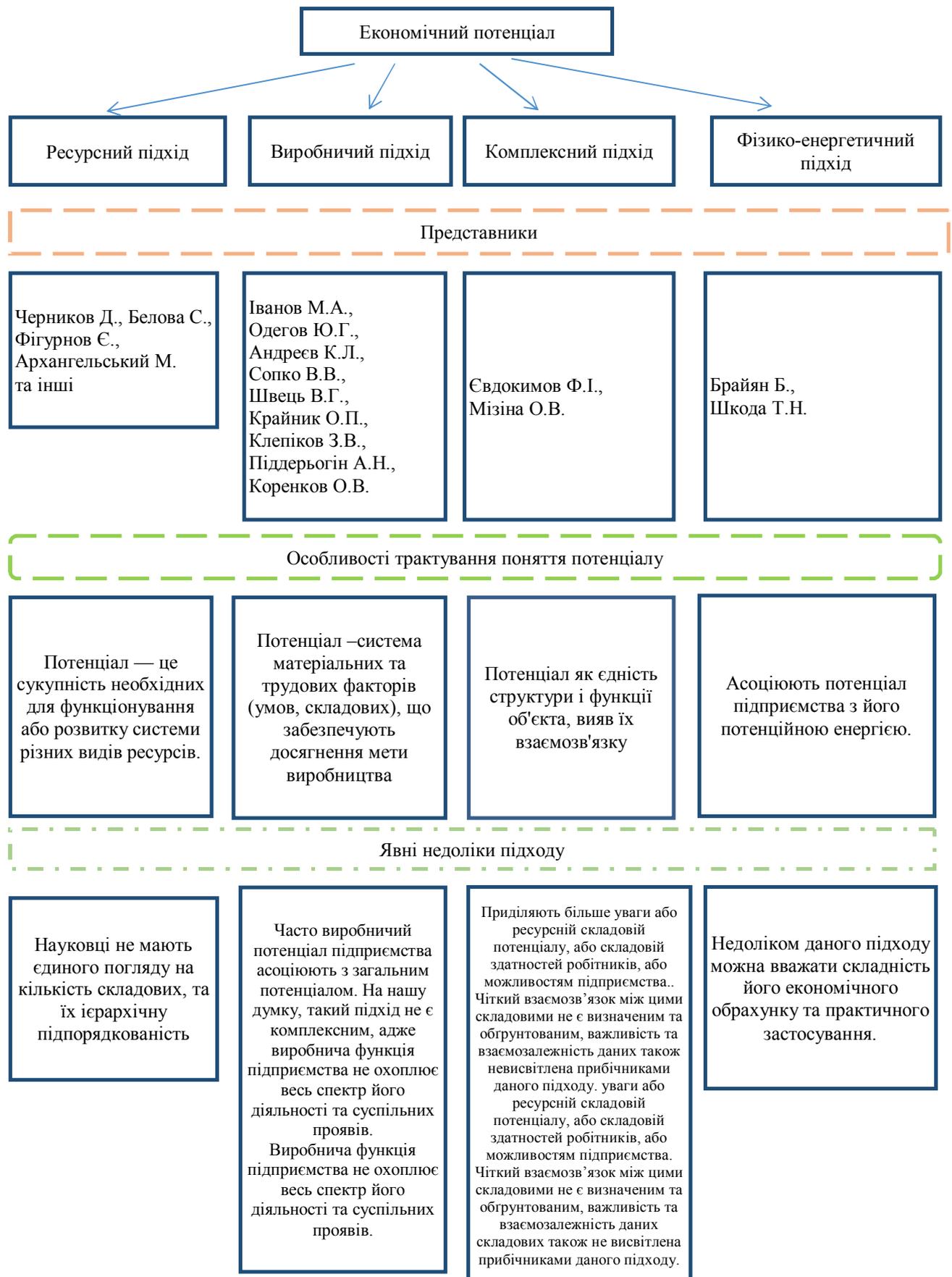


Рис. 2. Класичні підходи до трактування поняття потенціалу
 Джерело: [узагальнено автором на основі джерел 1-40].

Таблиця 2

Підходи до визначення економічного змісту поняття «потенціал підприємства»

Підхід	Визначення
Ресурсний	Сукупність наявних ресурсів або таких, що можуть бути залучені ззовні. Оцінка величини потенціалу зводиться до визначення вартості наявних ресурсів
Цільовий	Спроможність підприємства забезпечити своє довгострокове функціонування та досягнення стратегічних цілей за наявних кількості, якості та структури ресурсів, тобто потенціал підприємства розглядається і як ресурси, і як можливості щодо їх ефективного використання в процесі досягнення цілей. Оцінка потенціалу зводиться до визначення здатності підприємства здійснювати подальшу діяльність та досягати поставлених цілей на основі використання наявних ресурсів
Структурно-функціональний	Сукупність елементів, кожен із яких виконує відповідні функції. Чим вдаліша структура об'єктів і чим краще один одному відповідають елементи та їхні функції, тим вище буде потенціал
Результативний	Наявність ресурсів та їх здатність у ході фінансово-господарської діяльності давати визначені результати (обсяг виробництва, виторг, прибуток). Оцінка величини потенціалу зводиться до визначення потенційного обсягу виробництва матеріальних благ і послуг, техніко-економічних і фінансових показників діяльності підприємства
Конкурентний	Джерело конкурентних переваг, які визначатимуть оптимальний розвиток підприємства в майбутньому за наявності відповідних ресурсів
Стратегічний	Розвиток підприємства спрямований на досягнення стратегічних цілей

Джерело: [36].

Г. Рзаєв [38] відзначає, що існує в даному поділі часткове дублювання ресурсної концепції, комплексної, комбінованої та динамічної, які ґрунтуються на різних видах ресурсів, їх властивостях, ефективності використання, що спрямовані на результат та досягнення певної мети. Дослідження економічного потенціалу підприємства з використанням інформаційного підходу, що дозволяє доповнити методику дослідження економічного потенціалу підприємства в частині формування інформаційних потоків «можливості – потужності – вигоди».

Окремі автори роблять наголос на часткові (поодинокі) підходи. Також варто зазначити такі підходи до побудови структури економічного потенціалу.

Науковці [36] вважають, що до найактуальніших одиноких підходів відносять змішаний – він є найпоширенішим у сучасних умовах, оскільки поєднує в собі виділення у структурі потенціалу не лише ресурсів, що наявні у підприємства, а й його функціональних можливостей, тобто, економічний результат діяльності залежить від ступеня реалізації потенціалу та мети діяльності підприємства. Найбільш актуальним підходом, що відповідає сучасним умовам господарювання є змішаний підхід, який безпосередньо пов'язаний з ресурсами підприємства та економічними результатами, що спрямовані на досягнення мети діяльності господарюючого суб'єкта.

Висновки та перспективи подальших досліджень Відсутність єдиного теоретичного підходу до розуміння поняття економічний потенціал підприємства «обумовлює певні труднощі щодо обґрунтування його складових і відповідно створює ряд проблем щодо оцінки, аналізу та діагностики потенціалу підприємства.

Частково існуючі підходи до визначення економічного потенціалу, в умовах кризи, не змогли довести свою життєдайність, тому потребують значного доопрацювання і адаптації до умов сьогодення. У сучасній економіці дедалі очевиднішим стає той факт, що

економічний потенціал сучасних підприємств найоб'єктивніше розглядати й оцінювати у тісній взаємозалежності зі станом суспільно-економічних відносин (наприклад, рівня купівельної спроможності покупців, розвитку суміжних галузей економіки тощо), а не лише внутрішніх економічних, технологічних і виробничих ресурсів.

Проведене дослідження є підґрунтям того, що перегляд науковцями класично складених підходів не тільки необхідний, а й можливий, що яскравим прикладом ілюструє трансформація поняття «економічний потенціалу» за 95 річний період. Особливу увагу доцільно було б приділити, трансформації даної дефініції закордоном, розглянути світовий досвід по адаптації визначення «економічного потенціалу» до умов сьогодення, що і буде слугувати продовженням наших досліджень у майбутньому.

Література:

1. Советский энциклопедический словарь : [Текст] / Научно-редакционный совет : А. М. Прохоров (пред.). — М. : Советская энциклопедия, 1981. — 1600 с.
2. Круш П. В. Виробничий потенціал підприємства з позиції клієнто-орієнтованого підходу : [Текст] / П. В. Круш, М. О. Зеленська // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : [збірник наук. праць]. — 2010. — № 7. — С. 91–95.
3. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посіб.] / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. — [Вид. 2-ге, без змін.]. — К. : КНЕУ, 2006. — 316 с.
4. Федосов В. Фінансова реструктуризація в Україні: проблеми і напрями : [моногр.] / В. Федосов, В. Опарін, С. Львовчкін ; за наук. ред. В. Федосова. — К. : КНЕУ, 2002. — 387 с.
5. Краснокутська П. Дефініція поняття «потенціал підприємства» в контексті розвитку мікроекономічної теорії : [Текст] / П. Краснокутська // Вісник КНТЕУ. — 2008. — № 5. — С. 54–64.
6. Воблый К. Г. Производственные силы Украины. Техника, экономика, право : [Текст] / К. Г. Воблый // Научные записки Ин-та народного хоз-ва. — 1924. — № 4–5. — С. 126–149.
7. Смирнова Т. С. Моделювання оцінки економічного потенціалу підприємства : [Текст] / Т. С. Смирнова, С. В. Солодухін // Матеріали XIV науково-технічної конференції студентів, магістрантів, аспірантів і викладачів ЗДІА (13–17 квіт. 2009 р.). — Запоріжжя, 2009. — Ч. V. — С. 62–63.
8. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : [навч. посіб.] / Н. С. Краснокутська. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 352 с.
9. Узагальнені дані Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції станом на 1 січня 2011 року : [Електронний ресурс] / Сайт державного комітету телебачення та радіомовлення. — Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/controluk/publish/category/main?cat_id=34099.
10. Анчишкін А. І. Прогнозирование роста социалистической экономики : [Текст] / А. І. Анчишкін. — М., 1973. — 218 с.
11. Эффективность использования производственного потенциала : [Текст]. — К. : Знание, 1978. — 123 с.
12. Абалкін Л. І. Диалектика социалистической экономики : [Текст] / Л. І. Абалкін. — М., 1981. — 351 с.
13. Мочалов Б. М. Экономический потенциал развитого социализма : [Текст] / Б. М. Мочалов. — М. : Наука, 1982. — 309 с.
14. Архангельський В. Н. Управление научно техническим прогрессом в машиностроении : [Текст] / В. Н. Архангельський, Л. Е. Зиновьев. — М. : Наука, 1983. — 120 с.

15. Самоукин А. И. Потенциал нематериального производства : [Текст] / А. И. Самоукин. — М. : Знание, 1991. — 214 с.
16. Спириин В. С. Анализ экономического потенциала предприятия : [Текст] / В. С. Спириин. — М. : Финансы и статистика, 1994. — 326 с.
17. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия : [Текст] / Л. Д. Ревуцкий. — М. : Перспектива, 1997. — 258 с.
18. Клейнер Г. Б. Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегии, безопасность : [Текст] / Г. Б. Клейнер, В. Л. Тамбовцев, Р. М. Качалов. — М. : Экономика, 1997. — 288 с.
19. Артемова Л. В. Инвестиции и инновации : [словарь-справочник от А до Я] / Л. В. Артемова. — М. : Дело и сервис, 1998. — 376 с.
20. Репіна І. М. Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління : [Текст] / І. М. Репіна // Вісник Української академії державного управління при Президенті України. — 1998. — № 2. — С. 262–271.
21. Марушков Р. В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятий печатной отрасли) : автореф. дис... канд. экон. наук : [Текст] / Р. В. Марушков. — М., 2000. — 19 с.
22. Олексюк О. І. Управління потенціалом акціонерних товариств : автореф. дис... канд. экон. наук : [Текст] / О. І. Олексюк. — К., 2001. — 20 с.
23. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия : [моногр.] / Е. В. Лапин. — Сумы : Университетская книга, 2002. — 310 с.
24. Євдокимов Ф. І. Дослідження категорії «економічний потенціал промислового підприємства» : [Текст] / Ф. І. Євдокимов, О. В. Мізіна // Наукові праці ДонНТУ. — Серія 6 : Економічна. — 2004.
25. Управління потенціалом підприємства : [навч. посіб.] / І. З. Должанський, Г. О. Загорна, О. О. Удалих, І. М. Герасименко, В. М. Ращупкіна. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 362 с.
26. Отенко И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия : [науч. изд.] / И. П. Отенко. — Харьков : ХНЄУ, 2006. — 256 с.
27. Козловський В. О. Теоретико-методологічні підходи до визначення потенціалу підприємства : [Текст] / В. О. Козловський, І. В. Причепка // Вісн. Вінниць. політехн. інституту. — 2007. — № 3. — С. 28–32.
28. Калінеску Т. В. Стратегічний потенціал підприємства...: формування та розвиток : [моногр.] / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. Д. Кирилов. — Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2007. — 272 с.
29. Андрухова О. О. Сутність та підходи до формування економічного потенціалу промислового підприємства : [Текст] / О. О. Андрухова // Вісник Хмельницького національного університету. — Серія : Економічні науки. — 2008. — № 6, Т. 1. — С. 260–263.
30. Ворсовський О. Л. Теоретико-методологічні основи потенціалу підприємства : [Текст] / О. Л. Ворсовський // Економіката держава. — 2008. — № 8. — С. 42–44.
31. Ареф'єва О. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства : [Текст] / О. В. Ареф'єва, Т. В. Харчук // Актуальні проблеми економіки. — 2008. — № 7 (85). — С. 71–76.
32. Куликов П. М. Теоретические подходы к определению сущности экономического потенциала предприятия : [Текст] / П. М. Куликов // Бизнес Информ. — 2009. — № 1. — С. 93–97.
33. Железняк В. В. Аналіз існуючих підходів до розуміння сутності економічного потенціалу в контексті дослідження розвитку поглядів сучасних науковців на цю категорію : [Текст] / В. В. Железняк // Держава та регіони. — 2009. — № 6. — С. 91–95.

34. Россоха В. В. Теоретико-методичні засади формування, розвитку та оцінювання виробничого потенціалу сільськогосподарського підприємства : [Текст] / В. В. Россоха. — К. : ННЦІАЕ, 2009. — 94 с.
35. Яремко І. Економічний потенціал підприємства в контексті ресурсної концепції : [Електронний ресурс] / І. Яремко. — Режим доступу : http://www.vuzlib.su/articles/4794Економічний_потенціал_підприємства_в_контексті_ресурсної_концепції_Яремко_І_/1.html.
36. Асаул А. Н. Производственно-экономический потенциал и деловая активность субъектов предпринимательской деятельности : [моногр.] / А. Н. Асаул, М. П. Войнаренко, С. Я. Князев, Т. Г. Рзаева ; [под ред. А. Н. Асаула]. — СПб. : АНОИПЭВ, 2011. — 321 с.
37. Капаруліна І. М. Підходи до формування потенціалу підприємства: доцільність застосування : [Текст] / І. М. Капаруліна // Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону : [матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Суми, 19–21 черв. 2012 р.)] / [за заг. ред. О. В. Прокопенко]. — Суми : СумДУ, 2012. — С. 47–49.
38. Рзаев Г. І. Економічний потенціал підприємства та теоретичне обґрунтування напрямів його оцінки : [Текст] / Г. І. Рзаев // Вісник Хмельницького національного університету. — 2014. — № 3. — Т. 3. — С. 145–149.
39. Пащенко О. П. Потенціал підприємства у системі стратегічного управління розвитком : [Текст] / О. П. Пащенко // Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2014. — Вип. 8. — Ч. 4. — С. 77–80.
40. Турило А. М. Теоретико-методичні засади визначення сутності економічної категорії «адаптаційний потенціал підприємства» : [Текст] / А. М. Турило, К. В. Богачевська // Актуальні проблеми економіки. — 2014. — № 2 (152). — С. 26–32.
41. Россошанська О. В. Системне формування стратегічного потенціалу підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами : [Текст] / О. В. Россошанська ; Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. — Луганськ, 2006. — 19 с.

Актуальні видання Київського національного університету технологій та дизайну

330.34(477)

Національна економіка України у сучасних глобальних процесах: монографія / [Т. Є. Воронкова, М. П. Денисенко, В. В. Лойко, М. І. Скрипник, А. І. Грищенко, С. В. Бреус, М. М. Матюха, Т. В. Гавриленко, Н. В. Чаленко, Д. М. Лойко, А. О. Золковер, М. О. Вергун, І. В. Воронков та ін.]. — К. : ДКС центр, 2015. — 470 с.

ISBN 978-966-2339-94-9

В монографії висвітлено теоретико-методологічні основи економічного розвитку України, який здійснюється в умовах глобалізаційних викликів. В роботі особливу увагу приділено аналізу українського і міжнародного досвіду формування і функціонування національної економіки в умовах глобалізації та євроінтеграції. Досліджено теоретико-методичні проблеми аналізу та оцінки впливу зовнішніх та внутрішніх ризиків на стан національної економіки України і її окремих галузей в умовах глобалізації.

Монографія призначена для науковців, викладачів, державних службовців, фахівців, які досліджують проблеми розвитку національної економіки в умовах глобалізації.



УДК: 338.48

Ольга І. Гарафонова

Державний Вищий навчальний заклад

«Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»

**ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ
В ТУРИЗМІ**

У статті обґрунтовано необхідність використання інформаційних технологій в управлінні туристичними підприємствами. Досліджено особливості і визначено базові підходи до формування і розвитку концепції інформаційної логістики. Виокремлено загальні риси поняття системи інформаційних технологій в туризмі. Наголошено, що більшість підприємств України перебуває у фазі фрагментарної інформаційної логістики і доведено необхідність активного впровадження сучасного інформаційно-логістичного інструментарію в практику господарювання сучасних підприємств.

Ключові слова: туристичний продукт, інформаційна логістика, інформація, якість.

Ольга И. Гарафонова

Государственное Высшее учебное заведение

«Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана»

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЛОГИСТИКИ
В ТУРИЗМЕ**

В статье обоснована необходимость использования информационных технологий в управлении туристическими предприятиями. Исследованы особенности и определены базовые подходы к формированию и развитию концепции информационной логистики. Выделены общие черты понятия системы информационных технологий в туризме. Отмечено, что большинство предприятий Украины находятся в фазе фрагментарной информационной логистики и доказана необходимость активного внедрения современного информационно-логистического инструментария в практику хозяйствования современных предприятий.

Ключевые слова: туристический продукт, информационная логистика, информация, качество.

Olha I. Harafoнова

Vadym Hetman Kyiv National Economic University

**A THEORETICAL FRAMEWORK FOR INFORMATION LOGISTICS
IMPLEMENTATION IN TOURISM**

This article grounds the need for information technology application in tourism enterprises management. The peculiarities and basic approaches to information logistics concept development are explored. The common features of information technology system in tourism are identified. The author argues that the majority of Ukrainian enterprises are in the phase of fragmented information logistics and demonstrates the need for proactive implementation of modern information and logistic toolkit into the contemporary business practice.

Keywords: tourism product, information logistics, information, quality.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В сучасних умовах господарювання зростає роль інформаційних технологій як дієвого інструменту підвищення ефективності управління підприємствами. Специфічні особливості створення та реалізації туристичних послуг (велика кількість суб'єктів туристичного ринку, значна їх географічна роз'єднаність і розгалужена система взаємовідносин, територіальна диференціація туристичних продуктів, віддаленість місця

реалізації туристичних послуг від місця їх споживання) обумовлюють стрімке зростання інформаційних потреб туристичних підприємств. Аналіз процесів, що відбуваються у сфері відпочинку та туризмі, свідчить про низький рівень застосування інформаційних технологій у діяльності вітчизняних підприємств у порівнянні з підприємствами туристично розвинених країн світу.

Інформаційні технології – основний фактор, що впливає на формування соціально-економічних основ нової суспільної системи. Якщо спочатку вони були рушійною силою для традиційних галузей виробництва, то в подальшому, у зв'язку із розвитком та інтенсифікацією інформаційних обмінів, їх почали активно застосовувати на світовому ринку послуг, зокрема у вивченні туристичного простору та в організації туристичного бізнесу [2].

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Теоретичні основи інформаційної логістики започатковано в роботах: Р.Н. Баллоу, Д. Еріксона, М. Крістофера, Дж. Купера, С. Моллера, М. Портера, Н. Хатчинсона, Р.Д. Шапіро, Р.Дж. Шрьодера, Дж. Юхансона, Б.А. Анікіна [5], Н.В. Афанасьєвої, М.П. Гордона, М.Є. Залманової [6], В.А. Литвиненко, О.А. Новікова, Б.К. Плоткіна [7], А.Н. Роднікова [8], А.І. Семененко, В.І. Сергєєва, А.А. Смєхова. В Україні проблеми становлення інформаційної логістики досліджувалися: І.О. Бланком, А.В. Войчаком, О. Глогусь [10], А.Г. Кальченко, Є.В. Крикавським [9], А.А. Кириченко, А.А. Мазаракі, Н.М. Ушаковою, Ф.І. Хмілем та ін.

Невирішені частини дослідження Але, незважаючи на безсумнівну цінність та значимість проведених наукових досліджень, питанню ефективного впровадження елементів інформаційної логістики для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств приділено недостатньо уваги.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні теоретичних аспектів щодо використання інформаційної логістики в туризмі

Виклад основних результатів та їх обґрунтування У ході дослідження визначено вплив інформаційних технологій на розвиток туризму, розглянуто сутність інформаційної логістики та її значення в забезпеченні якості туристичного продукту.

Метою статті є дослідження теоретичних засад впровадження інформаційної логістики в туризмі. Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких логічно пов'язаних теоретичних і практичних завдань:

- Визначити сутність інформаційної логістики;
- Оцінити вплив інформаційних технологій на розвиток туризму.

Туризм є «інформаційним» видом економічної діяльності, в тому сенсі, що інформаційні ресурси підприємств туризму – це їх головні ресурси. Ступінь розвитку інформаційних ресурсів визначає загальний рівень інформатизації. Інформатизацію визначають як сукупність взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних процесів, що спрямовані на створення умов для задоволення інформаційних потреб на основі формування і розвитку інформаційних систем, мереж, ресурсів та технологій, які побудовані на основі застосування сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки.

Туризм та інформація взаємопов'язані: рішення про подорож приймається на основі інформації, сам тур на момент купівлі – також інформація. Інформацією обмінюються всі учасники туристичного ринку, що визначає вміння роботи з інформацією: збір, опрацювання та прийняття на її основі рішень. Інформація потрібна для розробки і комплектування туристичного продукту, пошуку ринків збуту, партнерів-постачальників.

Серед різноманіття пошуків шляхів інформаційного розвитку ринку, викликають значний інтерес наукові дослідження і практичні новації, об'єднані поняттям інформаційної логістики.

Сьогодні значення інформаційної логістики стає все більш актуальним на всіх підприємствах. Водночас більшість країн, серед яких і Україна, все ще перебувають у фазі фрагментарної інформаційної логістики.

Інформаційна логістика представляє собою гру мінливих економічних і бізнес-можливостей для цього. Інформаційна логістика включає в себе також розробку необхідної інформації. Спеціалізація на глобалізації бізнесу вимагає ширшого доступу до розподіленої інформації.

Інформаційну логістику розглядають у двох напрямках. Її визначають як "управління і контроль процесів обробки інформації оптимально за часом (час потоку і пропускної спроможності), зберігання, розповсюдження та подання таким чином, щоб це сприяло досягненню результатів компанії за погодженням з витратами на захоплення (створення, пошук, обслуговування і т.д.). Таким чином, використовує логістичні принципи для оптимізації обробки інформації. А також, як концепцію використання інформаційних технологій для оптимізації логістики.

Аналіз визначень інформаційної логістики дає змогу окреслити такі загальні риси поняття інформаційної логістики:

- потоки інформації, що пов'язують всі елементи логістичної системи;
- наукова та практична діяльність по організації й управлінню інформаційними потоками;
- новий науковий напрям, основною функцією якої є організація і супровід логістичних інформаційних систем;
- розділ логістики, який займається управлінням інформаційним забезпеченням виробничо-господарських процесів підприємства;
- сукупність дій по ефективному розподілу інформаційних потоків.

До основних тенденцій розвитку інформаційної логістики на сьогоднішній день можна віднести [1]:

- впровадження стратегічного, системного та інтегрованого підходу в логістиці;
- встановлення нових взаємозв'язків у рамках так званої єврологістики;
- виникнення і розвиток нових інституційних структур та господарюючих суб'єктів, головним предметом діяльності яких стає надання повного комплексу логістичних послуг;
- автоматизація просування послуг, заснована на інтеграції та уніфікації інформаційних потоків, що обслуговують логістичні процеси;
- повсюдне застосування комп'ютерних технологій для управління логістичними процесами, які характеризуються масовістю інформації, динамічним характером, високими витратами і т. п. Нові явища та тенденції вказують на необхідність застосування нових інформаційних систем.

Інформаційна логістика в туризмі охоплює розгляд логістичних інформаційних систем у туризмі (в т. ч. принципів побудови та можливостей), інформаційних технологій як складників логістично-маркетингової політики в туризмі, логістичних проблем впровадження інформаційних технологій в практику туризму [2, 3].

Сутність інформаційної логістики в туризмі полягає в організації потоків даних, що супроводжують продуктивний потік, та є суттєвою ланкою, яка пов'язує постачання, виробництво та збут. Інформаційна логістика оперує комплексом економічної інформації в

горизонтальному та вертикальному напрямках, у внутрішніх та зовнішніх координаціях та потребує відповідної інфраструктури.

Інформаційні технології є важливою умовою забезпечення якості туристичних послуг (рис. 1).

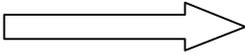
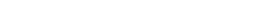
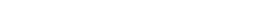
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ		ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ
Формування політики управління якості туристичних послуг		Використання ІТ для інформаційної системи підприємства
Планування і впровадження заходів з управління якістю туристичних послуг		Виявлення і реєстрація претензій, скарг, рекламцій туристів, у т.ч. через відгуки на сайті компанії
Аналіз ефективності функціонування систем з управління якістю		Використання спеціалізованих програмних продуктів для оцінювання результатів перевірок
Документальне оформлення системи якості		Використання спеціалізованих рекламних продуктів для розробки і підтримання в робочому стані
Взаємодія зі споживачами туристичних послуг		Взаємодія за допомогою послуг Інтернет систем резервування і бронювання, моніторинг відгуків у соціальних мережах
Розробка і ведення стандартної документації управління якістю туристичних послуг		Формування електронної бази даних, її поповнення і підтримка в робочому стані
Управління бізнес-процесами		Впровадження комплексної системи автоматизації управління
Застосування інноваційних методів оцінки й підвищення якості туристичних послуг		Використання спеціалізованих програмних продуктів для формування і обробки отриманих результатів
Аналіз відповідності якості послуг вимогам споживачів		Використання ІТ для збору, аналізу і систематизації інформації, отриманої від споживачів щодо якості послуг

Рис. 1. Модель використання інформаційних технологій у процесі забезпечення якості туристичних послуг [4]

Для інформаційної підтримки діяльності туристичних підприємств необхідно задіяти основні види інформації:

1. Історія ринку збуту;
2. Прогнози ринку і збуту;
3. Конкуренція; історія, стан, перспективи;
4. Частка на ринку: історія та аналіз;
5. Ціни;
6. Витрати;
7. Моделі ринку;
8. Контроль за діяльністю персоналу;

9. Територіальне планування, цикли ділових поїздок, персональне розподіл відряджень;
10. Джерела запиту на новий продукт;
11. Реєстр покупців; що виходить і отримана інформація;
12. Друкування і відправлення пошти;
13. Контроль відповідей і аналіз результатів рекламної діяльності;
14. Обчислення збутової діяльності;
15. Рух замовлення, виставлення рахунків, складання кошторисів і звітів;
16. Доступ до внутрішньої і зовнішньої інформації.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Активне впровадження сучасних інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність, релевантність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень у цій сфері. Крупні капітальні вкладення у нові технології приведуть до вертикальної, горизонтальної та діагональної інтеграції туристичних підприємств. Інформаційні технології забезпечують значне зростання продуктивності у сфері туристичних послуг. Стратегічний орієнтир у інформаційній логістиці туристичних підприємств являє собою інноваційний підхід в управлінні потоковими процесами і носить системний характер, що позитивно впливає на управління туристичним бізнесом в цілому.

Література

1. Тюріна Н. М. Логістика : [навч. посіб.] / Н. М.Тюріна, І. В. Гой, І.В. Бабій. — К.: Центр учбової літератури, 2015. — 392 с.
2. Смирнов І. Г. Логістика туризму: комплексний підхід : [Текст] / І. Г. Смирнов // Наука и образование без границ : [материалы интернет конференции]. — 2007.
3. Смирнов І. Г. Логістика туризму : [навч. посіб.] / І. Г. Смирнов. — К. : Знання, 2009. — 444 с.
4. Зайцева О. І. Інформаційні потреби туристичних підприємств в умовах ринкової самоорганізації : [Текст] / О. І. Зайцева, К. В. Самойленко // Науковий вісник ЧДІЕУ : [збірник наук. праць]. — Серія 1 : Економіка. — Чернігів : ЧДІЕУ, 2014. — Вип. 2 (22). — С. 33–36.
5. Логістика : [учебн.] / под ред. Б. А. Аникина. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 368 с. — (Серия «Высшее образование»).
6. Залманова М. Е. Закупочная и распределительная логистика : [учеб. пособ.] / М. Е. Залманова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет, 2002. — 356 с.
7. Плоткин Б. К. Основы предпринимательской логистики : [учеб. пособ.] / Б. К. Плоткин, Д. Ю. Гогин. — СПб. : СПбГУЭФ, 2011. — 114 с.
8. Родников А. Н. Логистика : [терминологический словарь] / А. Н. Родников. — М. : ИНФРА-М, 2002.
9. Крикавський Є. В. Логістика. Для економістів : [підруч.] / Є. В. Крикавський. — Львів : Національний університет "Львівська політехніка", 2004. — 448 с.
10. Глогусь О. Логістика : [навч. посіб. для студ. екон. спец.] / О. Глогусь ; [Інститут змісту і методів навчання ; Тернопільська академія народного господарства]. — Тернопіль : Економічна думка, 1998. — 166 с.

УДК: 330.133:67/68

Оксана М. Міх

Київський національний університет технологій та дизайну

**МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ НЕОБХІДНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ЗМІН
НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

У статті досліджено напрями розвитку підприємств легкої промисловості України. Обґрунтовано методичний підхід до визначення готовності підприємства до впровадження змін. Враховуючи побудований профіль підприємства, розроблено алгоритм оцінки необхідності впровадження змін на прикладі ПАТ «Вовчанська взуттєва фабрика».

Ключові слова: легка промисловість, профіль підприємства, методичний підхід, оцінка необхідності здійснення змін.

Оксана М. Мих

Киевский национальный университет технологий и дизайна

**МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ НЕОБХОДИМОСТИ ВНЕДРЕНИЯ
ИЗМЕНЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЛЁГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

В статье исследованы направления развития предприятий лёгкой промышленности Украины. Обоснован методический подход к определению готовности предприятия к внедрению изменений. С учётом построенного профиля предприятия разработан алгоритм оценки необходимости внедрения изменений на примере ПАО «Волчанская обувная фабрика».

Ключевые слова: лёгкая промышленность, профиль предприятия, методический подход, оценка необходимости осуществления изменений.

Oksana M. Mikh

Kyiv National University of Technology and Design

**METHODOLOGICAL APPROACH TO EVALUATING THE NEED FOR
IMPLEMENTING CHANGES AT LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES**

The paper explores the key trends in the development of light industry enterprises in Ukraine. A methodological approach to evaluating an enterprise readiness for change is grounded. Based on the company profile, an algorithm for assessing the need to implement changes has been developed for the AJSC «Volchansk Footwear Factory».

Keywords: light industry, company profile, methodological approach, evaluating the need for implementing changes.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Сучасні підприємства забезпечують виживання на ринку, ефективне функціонування, збереження конкурентоспроможності не лише продукції, але й власне підприємства в цілому, а також розвиток в процесі безперервних змін видів діяльності, технологій, продуктів, ринків, організаційної культури тощо. Нинішні важкі умови для функціонування підприємств спричиняють такий процес, що зміни обумовлені саме необхідністю пристосування до реальних умов, тобто адаптацією. Для цього необхідно розробити технологію стратегічно-адаптивного управління змінами на підприємстві. Чим вищим є рівень адаптації, тим система стає надійнішою та тим вищим є рівень її виживання та ефективності функціонування.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Значний внесок у розробку теоретичних та методичних аспектів процесу управління змінами внесли такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: М. Аїстова [1], Н. Беляєва [2], Д. Воронков [3-4], О. Гарафонова [5-8], О. Гайдей [9].

Невирішені частини дослідження Зміни на підприємстві обумовлені станом підприємства, який пов'язаний із необхідністю виходу з кризового стану, етапом життєвого циклу підприємства, потенційним банкрутством, недостатньою ефективністю видів діяльності підприємства, виживанням та ефективним функціонуванням, і спрямовані на забезпечення розвитку підприємства в довгостроковому періоді в плані стратегічної діяльності підприємства на ринку.

Таким чином, основні цілі нашого наукового дослідження: встановити та розписати методичний підхід до оцінки готовності підприємства легкої промисловості України до змін; визначити пріоритетні напрями змін легкої промисловості України.

Метою статті є обґрунтування методичних положень оцінки готовності підприємства до змін.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Управління змінами на підприємстві є досить складним процесом та містить у собі ряд елементів, які у поєднанні між собою створюють єдину системи управління змінами на підприємстві. Кожний з елементів системи ґрунтується на окремому модельному базисі. Для того, щоб визначити методичний підхід щодо оцінки необхідності впровадження змін розглянемо його процесну складову. Процесна складова методологічного підходу до розробки комплексу моделей управління змінами на підприємствах легкої промисловості наведена на рис. 1. Процесна складова методологічного підходу до розробки комплексу моделей управління змінами на підприємствах легкої промисловості складається з трьох модулів.

У першому модулі опрацьовуються окремі моделі і підсистеми моделей прогнозування. Розроблені моделі повинні бути взаємно ув'язані і складати єдину систему для цілей прогнозування, що забезпечує взаємодію окремих моделей відповідно до певних вимог. Такі вимоги будуть зафіксовані в програмі досліджень з проблеми в цілому.

При формуванні системи показників для оцінки необхідності впровадження змін використовуємо методики, що були адаптовані з урахуванням цільової направленості та особливостей об'єкта дослідження на основі багатовимірного статистичного аналізу. Багатовимірним статистичним аналізом називається розділ математичної статистики, який вивчає методи збору і обробки багатовимірних статистичних даних, їх систематизації та обробки з метою виявлення характеру і структури взаємозв'язків між компонентами досліджуваного багатовимірного ознаки, отримання практичних висновків.

Іншими словами, методи зниження розмірності багатовимірного простору дозволяють без істотної втрати інформації перейти від початкової системи великого числа спостережуваних взаємозалежних факторів до системи істотно меншого числа прихованих (неспостережуваних) факторів, що визначають варіацію початкових ознак.

У другому модулі методологічного підходу до розробки комплексу моделей управління змінами на підприємствах легкої промисловості створюється система взаємодіючих моделей прогнозування, уточнюються і узгоджуються підсистеми моделей, перевіряється їх взаємодія, визначається послідовність використання окремих моделей, а також прийомів оцінки і методів перевірки одержуваних комплексних прогнозів. На цьому етапі також повинні бути складені відповідні програми для вирішення завдань на ПК з застосуванням прикладного програмного забезпечення.

Сучасна система оцінки необхідності впровадження змін на підприємствах легкої промисловості має базуватися на інтегральних, комплексних показниках. При складанні детальних програм досліджень для першого і другого модулів необхідно враховувати, що завдання методики і коло проблем і показників, що розробляються при прогнозуванні, істотно залежать від термінів прогнозів.

Третій модуль методики в призначений визначенню ефективності запропонованої стратегії управління змінами [7].



Рис. 1. Процесна складова методологічного підходу до розробки комплексу моделей управління змінами на підприємствах легкої промисловості України

З метою проведення дослідження, спрямованого на вивчення особливостей впровадження стратегії змін підприємств легкої промисловості відповідно до їх поточної стадії життєвого циклу, насамперед, необхідно дати визначення життєвого циклу підприємства.

Життєвий цикл – це послідовне проходження підприємством всіх або тільки деяких стадій його розвитку або деградації, починаючи з освіти і закінчуючи смертю. Виходячи з даного визначення, очевидно, що жодна компанія не зацікавлена в тому, щоб пройти весь цикл до кінця, так як це неминуче призведе до смерті, тобто руйнування бізнесу. Але такий результат не є єдиним і неминучим, оскільки у підприємства існує шанс вийти на принципово новий рівень свого розвитку, що дозволяє уникнути передчасної смерті і продовжити подальший розвиток на новому етапі. Для докладного розгляду цього питання звернемося до попередніх досліджень, присвяченим аналізу життєвих циклів [7-8].

Відомо, що діяльність підприємства залежить від внутрішніх параметрів (вибору стратегії підприємства, джерел фінансування, управлінських навичок тощо) і зовнішніх параметрів (макроекономічних чинників, конкурентного середовища та ін.). Згідно концепції І. Адізеса [7], життєвий цикл підприємства є результатом зміни цих параметрів.

Слід зазначити, що аналіз життєвого циклу за допомогою інтегрального показника зростання включає в себе абсолютні параметри, які можуть бути для різних компаній неоднаковими, тому практичне застосування даної методики є вельми скрутним з погляду точності віднесення підприємства до тому чи іншому етапу життєвого циклу.

Найбільш точним методом оцінки ефективності діяльності підприємства легкої промисловості в часі виступає таксономічний аналіз. Він застосовується для зіставлення багатовимірних об'єктів, які характеризуються великою кількістю ознак. Таксономічний показник рівня розвитку являє собою синтетичну величину, що акумулює ознаки, що характеризують досліджуване економічне явище чи процес. Технологія побудови інтегрального показника за методом розрахунку таксономічного коефіцієнта розвитку відображена нижче.

Експертна оцінка здійснюється за п'ятибальною шкалою: 5 – найбільш вагомий, 1 – найменш вагомий показник. Оцінка відносної значимості кожного показника множиться на відповідний коефіцієнт значущість цього показника, потім вони підсумовуються. В результаті отримуємо інтегральну оцінку готовності (опору) підприємства до проведення змін за однією з п'яти характеристик (максимальна може дорівнювати п'яти, мінімальна – одиниці). Максимальна оцінка за всіма п'ятьма параметрами, таким чином, буде дорівнює 25, а мінімальна – 5.

Для наочної порівняльної оцінки рівня опору підприємств побудуємо профіль зведеної оцінки успішності змін на прикладі підприємств легкої промисловості.

За результатами проведено дослідження складемо профіль підприємства, який дозволяє оцінити необхідність та доцільність впровадження змін, а також та їх очікувану ефективність. Так, профіль оцінки успішності змін у ПАТ «Вовчанська взуттєва фабрика» відображено в табл. 1.

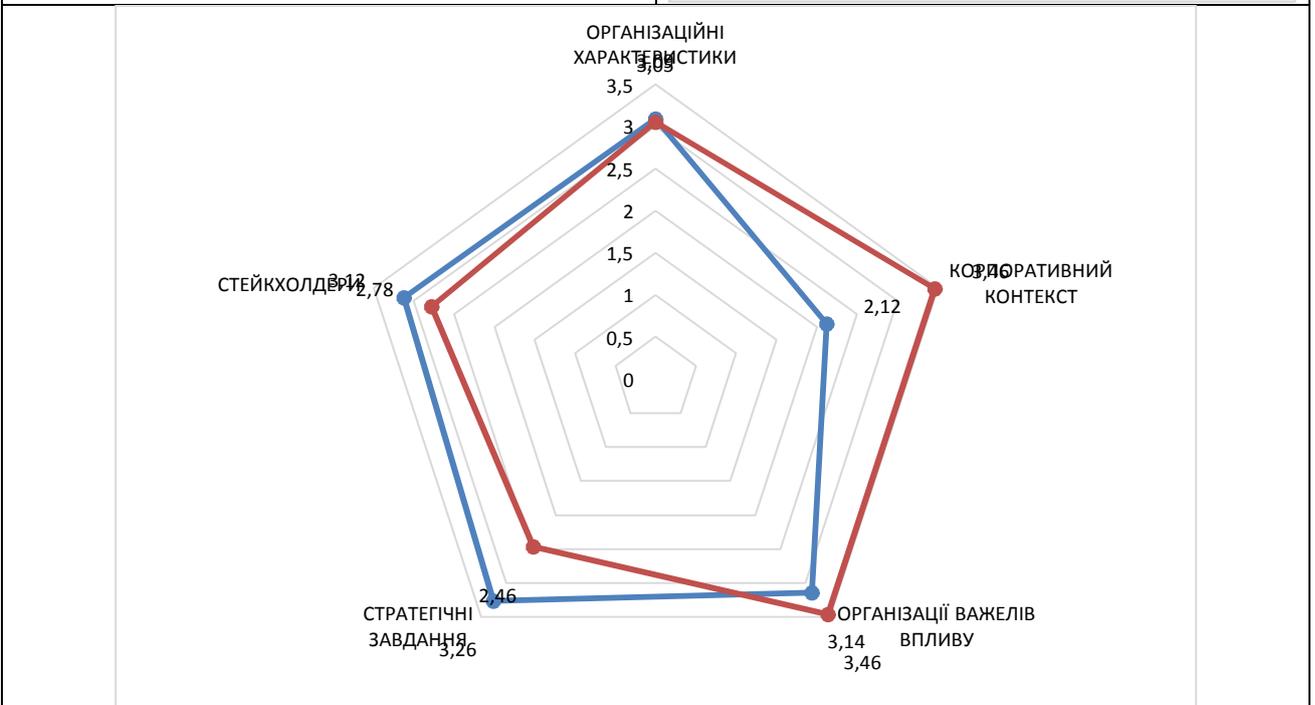
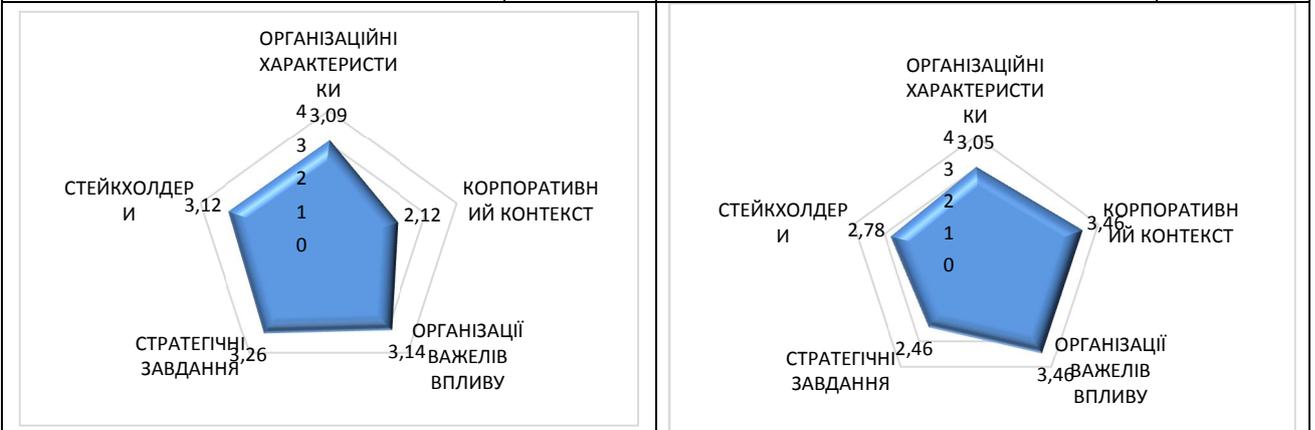
У результаті здійсненої оцінки досліджуване підприємство ПАТ «Вовчанська взуттєва фабрика», отримавши оцінку готовності до змін на рівні 14,73 і оцінку опору змінам на рівні 15,21.

Таким чином, підприємство ПАТ «Вовчанська взуттєва фабрика» має досить високий рівень опору і середнє значення готовності підприємства до змін. Для успішного впровадження на ПАТ «Вовчанська взуттєва фабрика» обраної форми стратегії змін, необхідно знизити рівень опору і підвищити рівень готовності до впровадження змін.

Таблиця 1

Профіль оцінки успішності змін на прикладі ПАТ «Вовчанська взуттєва фабрика»

Показники	Значення	Показники	Значення
1. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	3,09	1. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	3,05
2. КОРПОРАТИВНИЙ КОНТЕКСТ	2,12	2. КОРПОРАТИВНИЙ КОНТЕКСТ	3,46
3. 3. ОЦІНКА ВАЖЕЛІВ ВПЛИВУ	3,14	3. 3. ОЦІНКА ВАЖЕЛІВ ВПЛИВУ	3,46
4. СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ	3,26	4. СТРАТЕГІЧНІ ЗАВДАННЯ	2,46
5. СТЕЙКХОЛДЕРИ	3,12	5. СТЕЙКХОЛДЕРИ	2,78
ВСЬОГО	14,73	ВСЬОГО	15,21



Для того, щоб оцінити ефективність проведення змін, побудуємо матрицю позиціонування підприємств щодо успіху застосованих змін. По горизонталі даної матриці пропонується відкладати рівень готовності підприємства, а по вертикалі – рівень опору. Кожна з осей розбивається на три зони, що характеризують ступінь готовності підприємства до змін (висока, середня, низька) і три зони, що демонструють рівень опору персоналу змін

(сильний середній, слабкий). Виходячи з того, що максимальна оцінка складає 25 балів, умовно поділимо проміжок ймовірного її коливання на 3 відрізки: низька (0-8), середня (8-17), висока (16-25).

Рівень опору змінам	висока	16-25	25		
			1. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ НИЖЧЕ ОЧІКУВАНОЇ	2. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ НИЖЧЕ ОЧІКУВАНОЇ	3. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВІДПОВІДАЄ ОЧІКУВАНІЙ
			4. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ НИЖЧЕ ОЧІКУВАНОЇ	5. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВІДПОВІДАЄ ОЧІКУВАНІЙ	6. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИЩА ОЧІКУВАНОЇ
	середня	8-16	7. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВІДПОВІДАЄ ОЧІКУВАНІЙ	8. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИЩА ОЧІКУВАНОЇ	9. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ВИЩА ОЧІКУВАНОЇ
			1 25		
			0-8	8-17	17-25
	низька	0-8	низька	середня	висока
			Готовність підприємства до змін		

Рис. 2. Матриця позиціонування підприємств відносно успішності проведення змін

Відповідно всередині матриці формуються дев'ять квадратів, знаходження підприємства в яких вказує можливість проведення змін на даному підприємстві. Якщо перетин двох значень потрапило в квадрант «успіх», підприємство має можливість проводити зміни з мінімальними ризиками. Якщо в квадрант «зона невизначеності» – зміни можуть мати високу результативність, але для цього необхідно докласти великих зусиль щодо зниження ступеня опору або підвищення готовності підприємства прийняти і реалізувати пропонувані зміни у моделі управління.

Висновки та перспективи подальших досліджень Підхід вчених, які надають кризі позитивного або негативного забарвлення представляється цілком виправданим для країн зі стабільною економікою, де кризове підприємство відносно легко може відновити рівновагу за рахунок зв'язків зі стабільним зовнішнім середовищем. Але у сучасній вітчизняній економіці існує значна кількість дестабілізуючих чинників, які важко навіть прогнозувати.

Література

1. Аистова М. Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиями : [Текст] / М. Д. Аистова. — М. : АльпинаПаблицер, 2002. — 287 с.
2. Беляєва Н. Є. Управління організаційними змінами підприємства : дис... канд. екон. наук за спец. : 08.00.04 : [Текст] / Н. Є. Беляєва. — Харків, 2009. — 264 с.
3. Воронков Д. К. Методологічні засади управління стратегічними змінами в діяльності підприємства : [Текст] : дис. докт. екон. наук : 08.00.04 / Денис Костянтинівч Воронков ; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. — Луганськ, 2011. — 539 с.
4. Воронков Д. К. Управління змінами на підприємстві: теорія та прикладні аспекти : [моногр.] / Д. К. Воронков ; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. — Х. : ІНЖЕК, 2010. — 359 с.
5. Гарафонова О. І. Легка промисловість України: структура, зміни та напрями розвитку : [Текст] / О. І. Гарафонова // Чернігівський науковий часопис ЧДІЕУ. — Серія 1 : Економіка і управління : [електронний збірник наукових праць]. — 2014. — № 1 (5). — С. 13–21.

6. Гарафонова О. І. Напрями забезпечення конкурентоспроможності продукції як основа для формування системи управління змінами на підприємстві : [Текст] / О. І. Гарафонова // Вісник Хмельницького національного університету. — Серія : Економічні науки. — 2013. — № 5. — Т. 2. — С. 56–60.
7. Гарафонова О. І. Управління змінами: теорія, методологія та практика : [Текст] / О. І. Гарафонова. — К. : КНУТД, 2014. — 364 с.
8. Гарафонова О. І. Створення потенціалу змін в системі управління промисловим підприємством : [Текст] / О. І. Гарафонова // Вісник КІБІТ. — 2014. — № 1 (23). — С. 40–44.
9. Гайдей О. О. Формування механізму управління змінами на підприємствах легкої промисловості : [Текст] : дис... канд. екон. наук : 08.00.04 / Гайдей Олексій Олексійович ; [Київ. нац. ун-т технологій та дизайну]. — К., 2013. — 215 с.

Актуальні видання Київського національного університету технологій та дизайну

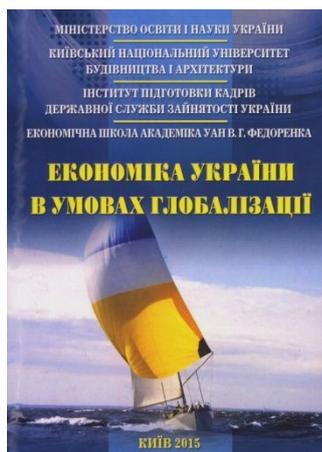
330.3(477)(075.8)

Економіка України в умовах глобалізації: підручник / [Т. Є. Воронкова, М. П. Денисенко, В. В. Лойко, М. І. Скрипник, С. В. Бреус, М. М. Матюха, Т. В. Гавриленко, Н. В. Чаленко, Д. М. Лойко, А. О. Золковер, М. О. Вергун та ін.]. — К.: ДКС центр, 2015. — 302 с.

ISBN 978-966-2339-97-0

У підручнику висвітлено теоретико-методологічні основи економічного розвитку України, який здійснюється в умовах глобалізаційних викликів. Особлива увага приділена зростанню ролі держави в регулюванні інвестиційної, інноваційної діяльності підприємств України, створенню позитивного інвестиційного клімату для залучення вітчизняних і зарубіжних інвесторів, розвитку реальних і фінансових інвестицій. Розглянуто проблеми забезпечення економічної безпеки підприємств і організацій для створення умов їх сталого розвитку.

Підручник розроблений для підготовки спеціалістів, магістрів з економіки і міжнародної економіки, менеджменту при вивченні дисциплін: «Глобальна економіка», «Міжнародна економічна діяльність України», «Міжнародні організації», «Економіка зарубіжних країн», «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організацій)» та «Зовнішньоекономічна діяльність регіону».



УДК: 334.021:67/68

Владислав В. Павлов

Київський національний університет технологій та дизайну
**КРЕАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ПРОСУВАННІ ПРОДУКЦІЇ ЛЕГКОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ**

У статті здійснено теоретичне обґрунтування місця та порядку застосування креативних технологій у просуванні продукції легкої промисловості. Запропоновано тривимірну модель оцінки ефективності впровадження креативної ідеї щодо просування продукції легкої промисловості, що базується на оцінці результатів впровадження цих ідей за трьома критеріями: максимізації прибутку підприємства від застосування креативної ідеї щодо просування продукції; мінімізації витрат на просування продукції завдяки впровадженню креативної ідеї; збільшення числа покупців продукції внаслідок впровадження креативної ідеї щодо просування продукції. Кожен з восьми блоків даної моделі передбачає комбінацію певних рівнів означених критеріїв. Визначення відповідності креативних ідей щодо просування продукції конкретному блоку з даної моделі надає можливість оцінити ефективність впровадження цієї ідеї, а також порівняти ефективність впровадження креативних ідей щодо просування продукції легкої промисловості.

Ключові слова: креативні технології, креативність, просування продукції, креативні ідеї, легка промисловість, інноваційний розвиток, інновації, модель.

Владислав В. Павлов

Київський національний університет технологій та дизайну
**КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКЦИИ ЛЁГКОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

В статье дано теоретическое обоснование места и порядка применения креативные технологии в продвижении продукции лёгкой промышленности. Предложена трёхмерная модель оценки эффективности внедрения креативной идеи продвижения продукции лёгкой промышленности, в основе которой лежит оценка результатов применения этих идей по трём критериям: максимизации прибыли предприятия от внедрения креативной идеи по продвижению продукции; минимизации затрат на продвижение продукции благодаря внедрению креативной идеи; увеличению количества покупателей продукции вследствие внедрения креативной идеи по продвижению продукции. Каждый из восьми блоков данной модели предполагает комбинацию определённых уровней данных критериев. Определение соответствия креативных идей по продвижению продукции конкретному блоку разработанной модели позволяет оценить эффективность внедрения этой идеи, а также сравнить эффективность внедрения креативных идей по продвижению продукции лёгкой промышленности.

Ключевые слова: креативные технологии, креативность, продвижение продукции, креативные идеи, лёгкая промышленность, инновационное развитие, инновации, модель.

Vladyslav V. Pavlov

Kyiv National University of Technology and Design

CREATIVE TECHNOLOGIES IN LIGHT INDUSTRY PRODUCTS PROMOTION

The article provides a theoretical framework for the place and procedure of creative technologies application in light industry products promotion and offers a three-dimensional model of evaluating the effectiveness of creative ideas implementation based on the performance appraisal of these ideas usage by three criteria: maximization of company profits from implementing creative ideas to promote products; minimization of costs on product promotion through the implementation of creative ideas; increasing the number of customers as a result of the implementation of creative ideas in product promotion. Each of the eight units of this model provides a combination of certain

levels of the aforementioned criteria. Setting up the compliance of creative ideas in product promotion with a particular unit of this model allows to evaluate the effectiveness of the implementation of this idea, as well as to compare the overall efficiency of creative ideas in promoting light industry products.

Keywords: *creative technology, creativity, product promotion, creative ideas, light industry, innovative development, innovations, model.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Сучасна легка промисловість України є багатогалузевим комплексом народного господарства, що включає 17 підгалузей. Даний комплекс охоплює більш ніж 10 тис. підприємств, з персоналом понад 150 тис. чол. [4;5; 9]. Проте, за сучасних умов господарювання відзначається суттєве зниження обсягів доходів та рентабельності діяльності підприємств даного промислового комплексу.

Однією з головних причин даної ситуації (поряд з проблемами розвитку вітчизняної економіки взагалі) є зниження конкурентоспроможності продукції підприємств легкої промисловості внаслідок орієнтації виробничо-технологічних, маркетингових та управлінських процесів в даному комплексі народного господарства більшою мірою на наслідування, копіювання та пристосування до поточної ринкової ситуації та умов діяльності. Отже, сучасна вітчизняна легка промисловість не генерує достатньої кількості нових ідей, які створюють можливості при їх реалізації сформувати конкурентні переваги підприємств та їх продукції, створювати оригінальні, унікальні, затребувані споживачами вироби, яких на ринку раніше не існувало та креативні способи їх просування на ринок.

За таких умов доцільним є впровадження креативних технологій як щодо виробництва [8], так і, що не менш важливо, – у просуванні продукції легкої промисловості, що стимулюватиме до реалізації креативного потенціалу легкої промисловості України як сучасного промислового комплексу з огляду на те, що даний комплекс має надзвичайно високу орієнтацію на кінцевого споживача, що постійно потребує від підприємств легкої промисловості генерування нових ідей, рішень, змін у асортиментній та маркетинговій політиці.

Перелічені моменти, поряд з необхідністю визначення та обґрунтування технології вибору конкретних креативних ідей щодо просування продукції легкої промисловості на ринку, обумовили актуальність проблематики, порушеної в даній науковій статті.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Сучасна теорія та практика застосування креативних технологій в управлінні підприємствами досить широко висвітлена в роботах закордонних дослідників, так, можна виділити наукові праці Е. Андерсена, Дж.С. Меткалфа, Р. Нельсона, П. Стонемана та ін. Значно менше уваги вказаній проблематиці приділено вітчизняними науковцями. Проте, в останні роки активність у цьому напрямку значно підвищилась, зокрема, серед вітчизняних авторів, що досить фахово розглядають порушені в даній статті загальні проблеми застосування креативних технологій в практиці сучасних підприємств, можна відзначити А.М. Єрмолу, Н.В. Савицьку, С. Князя, І. Литвина, Д. Зінкевича, В.І. Бокія, К.С. Шапошникова.

Невирішені частини дослідження Попри суттєвий внесок перелічених науковців у дослідження проблем формування, впровадження, розвитку креативних технологій в управлінні підприємствами, існує потреба обґрунтування місця та порядку застосування креативні технології конкретно в сфері просування продукції легкої промисловості, з урахуванням як специфіки креативної діяльності, так і специфіки даної галузі промисловості. Вказані обставини спонукають до проведення в даній статті додаткових досліджень стосовно місця та порядку застосування креативні технології в просуванні продукції, що виробляється сучасними підприємствами легкої промисловості.

Метою даної статті є теоретичне обґрунтування місця та порядку застосування креативні технології в просуванні продукції легкої промисловості та формування технології вибору доцільних до впровадження в практику підприємств легкої промисловості креативних ідей в сфері просування продукції цих підприємств на ринку.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Вагомою причиною існування поточних проблем розвитку легкої промисловості в Україні [1; 2; 13] є відсутність ефективного інструментарію просування продукції підприємств даного промислового комплексу на ринку, проблема забезпечення цього процесу конкретними алгоритмами, механізмами, порядком. В цьому контексті слід зважати на те, в яких умовах здійснюється сам процес управління підприємством, в тому числі, і управління маркетинговим інструментарієм просування продукції на ринок. Так, в умовах економіки знань та зміни тактики конкурентної боротьби зростає важливість реалізації ефективних стратегій розвитку підприємств легкої промисловості на основі оригінальних, креативних ідей та технологій, як невід'ємного фактору розвитку.

Креативність, на думку автора, показує здатність суб'єкта (індивіда, групи, організації тощо) адаптивно реагувати на зміни, що відбуваються в навколишній дійсності, і генерувати нові знання, підходи, продукти, нові рішення і дії, спрямовані на творче перетворення природної, соціальної і духовної реальності.

За сучасних умов виникає потреба в розробці стратегії розвитку видів економічної діяльності, які є потенційно прибутковими й конкурентоспроможними на світовому ринку товарів і послуг. Діяльністю, де креативні технології можуть мати успіх з точки зору підвищення ефективності діяльності підприємств легкої промисловості країни, є впровадженні інновацій. Так, досить часто, і цілком обґрунтовано, реалізація креативних технологій пов'язується передусім з інноваційною активністю підприємств [11]. Креативність в управлінні та парадигма креативності у менеджменті проявляється через управлінські інновації, їх ефективність та своєчасність, а інновації у менеджменті, у свою чергу, визначають сутність стратегії діяльності та розвитку підприємства [10, с. 290-292; 16, с. 302-303]. В цьому контексті креативні технології є, на думку автора, способом, певним порядком створення інноваційних рішень, що визначається особливостями процесу людської діяльності, тобто, ця діяльність має бути креативною, і якщо вона спрямована на створення інновацій, то можна говорити про процес формування креативних інновацій, або інновацій, створених шляхом реалізації креативного потенціалу людини або групи людей.

Креативний менеджмент – це процес пошуку та втілення на практиці нових ідей, що передбачає постановку і вирішення конкретного завдання через організацію та управління креативною діяльністю персоналу, розвиток його креативності та прийняття конкретних управлінських рішень щодо реалізації креативних ідей. Головна відмінність поняття «креативний менеджмент» від поняття «інноваційний менеджмент» полягає у тому, що в системі креативного менеджменту об'єктом управління є особистий і колективний творчий розвиток працівників. Ознаками цього розвитку є виникнення креативних ідей, на предмет розвитку організації загалом.

Вирішення проблем розвитку вітчизняних підприємств легкої промисловості автор пропонує здійснювати шляхом орієнтації діяльності підприємства на створення цінностей для різних груп зацікавлених сторін [3], для чого слід використовувати тренд переходу до інноваційного розвитку, вчасно змінювати парадигму управління, бути креативним, розвивати центри знань і досконалості.

Ключовими питаннями для досягнення конкурентоспроможності продукції легкої промисловості через створення ефективної системи креативного менеджменту є наступні:

1) постійне прагнення до підвищення активності креативних працівників підприємства;

- 2) використання кластерів і технологічних платформ, як важливої форми розвитку промисловості інновацій;
- 3) створення ефективної системи професійної освіти, що відповідає б потребам сучасної легкої промисловості світового рівня розвитку;
- 4) удосконалення маркетингового інструментарію просування продукції.

Для реалізації мети просування продукції легкої промисловості на ринку необхідно виконання наступних завдань:

- збільшення ринкової частки і корпоративного впливу в цільовому сегменті;
- створення ефективних комунікацій розподілу і просування продукції;
- формування позитивної суспільної думки щодо продукції у представників цільових аудиторій.

Практика просування продукції характеризується рядом закономірностей. Перш за все, слід враховувати, що процес просування продукції – це довгострокова стратегія, а не короткострокова тактика. Для формування сталих позицій потрібен певний час, отже, просування не може бути здійснено за коротку рекламну кампанію. Зрештою, позиції товару визначає споживач, а не підприємство, тому просування продукції легкої промисловості повинне здійснюватися завдяки впливу на свідому поведінку споживачів і представляти собою те, що йому відомо про продукцію, підприємство в цілому. У споживача мають бути сформовані уявлення про реальні особливості продукції конкретного підприємства легкої промисловості, ціни на неї, шляхи збуту, типу та рівні сервісу, імідж продукції тощо.

Просування продукції легкої промисловості має забезпечити передбачувану в перспективі вигоду для підприємства легкої промисловості [6; 15]. Сильні ринкові позиції, що є наслідком успішного просування продукції на ринку, перетворює конкурентні переваги підприємства, його продукції в переваги для цільових споживачів (наприклад, відносно невисока ціна або інші значущі для споживача характеристики продукції) [14]. Подібна позиція не тільки відображає сформованість іміджу підприємства, але пропонує споживачеві явні причини придбання саме даного товару, даної торгової марки, виробленого даним, конкретним підприємством. У зв'язку з тим, що різні споживачі мають різні життєві стилі, що відрізняються ціннісні установки і потреби, вони очікують індивідуальних вигод від придбання одного і того ж товару [6].

Використання креативних технологій у просуванні продукції легкої промисловості допомагає ефективно реалізовувати цю продукцію на насиченому конкурентному ринку. Для цього креативні технології в просуванні продукції легкої промисловості повинні бути орієнтовані на правила і особливості споживацької психології і базуватись на певних технологіях, наприклад таких, як:

- «виривання» речей зі звичного смислового ряду і контексту сприйняття;
- стимулювання зміни сприйняття відомої раніше ситуації;
- вибудовування нового смислового ряду,
- обігрування звичного;
- перенесення відомих персонажів в нові умови;
- створення вигаданих персонажів;
- використання карт Проппа;
- виклад інформації «задом-наперед» тощо.

Доцільно також використовувати (в залежно від конкретної ситуації та можливостей) метод "трьох розумових стільців" У. Діснея з програванням трьох ролей: мрійника, реаліста, критика, а також креативний метод Р. Кіплінга та ін.

В той же час, в процесі застосування креативних технологій при просуванні продукції легкої промисловості необхідна низка умов:

- призупинення критичного аналізу;
- генерування великої кількості ідей;

- використання технік «мозкового штурму», синектики, евристичного мислення;
- структурування зібраної інформації;
- комбінування різнорідних елементів;
- підтримка нестандартного мислення і мислення від бажаного у майбутньому до теперішнього, а не від фактів.

Для ефективного просування продукції легкої промисловості особливо важливою є співпраця, взаємодія, спільна зацікавленість і творчість персоналу підприємства в процесі генерування нових ідей та рішень для задоволення потреб клієнтів. Постає питання про способи стимулювання такої взаємодії. Питання в тому, як стимулювати креативність на підприємствах легкої промисловості. Пропонується в якості основи для такого стимулювання використовувати бізнес-моделі на основі інноваційної культури в компанії, що сприяє креативності співробітників на різних рівнях організації:

- інновації на стратегічному рівні полягають в формуванні концепцій нових продуктів, кампаній, стратегій, поширенні, розробці нових моделей взаємодії з клієнтами або використанні нових ринкових каналів просування продукції;
- інновації на тактичному та оперативному рівні стосуються управлінських, технологічних та технічних рішень в межах прийнятої концепції, створення ефективної інфраструктури та організації процесів. В табл. 1. представлено узагальнений автором перелік каталізаторів креативності на підприємствах легкої промисловості, охарактеризовано механізми їх дії, методи та підходи, що використовуються в ході застосування відповідних каталізаторів.

Таблиця 1

Каталізатори креативності на підприємствах легкої промисловості

Вид каталізатора	Механізми дії	Методи і підходи
Побудова тенденцій	Екстраполяція а також аналіз тенденцій суспільних, господарських, політичних, технологічних змін. Участь в утворенні трендів	Дискусійні панелі, ідентифікація інсайтів
Бачення майбутнього	Які є можливі бачення майбутнього – що мають спільного, чим відрізняються?	Партнерство з клієнтом у формуванні бачення майбутнього
Нові горизонти	Проектування майбутнього словами, графічними образами і багатовимірними формами. Симуляція руху поза межі традиційного бачення ситуації	Стратегічне проектування, широка візуалізація, дизайн
Отримання прикладів ззовні	Навчання в інших, напр. інших секторах або ринках, розгляд проблем розвитку підприємства в іншому контексті (суспільний досвід, природа тощо)	Отримання нового досвіду від міждисциплінарності
Творче злиття	Об'єднання нових задумів і принципів в нетиповий спосіб. Використання диференціювання	Поєднання нових технологічних можливостей із задумами споживачів, застосування нових критеріїв і правил
Ідеал	Об'єднання в одне ціле найкращих аспектів дії як одного (зразкового), так і більшої кількості підприємств. у довший період і в різних місцях	Пошук, створення оптимальних моделей бізнесу

Продовження таблиці 1

Техніки креативності	Використання традиційних знарядь креативності а також таких як латеральне мислення, метод "капелюхів", "мозковий штурм", картографування і т.д.	Використання потенціалу різних підходів та методів
Екстремальні і нетипові ситуації	Моделювання ідей в екстремальних контекстах – напр. тестування продукції легкої промисловості в середовищі космічної невагомості, у екстремальних умовах, вдосконалення властивостей і параметрів експлуатації	Створення умов для реалізації експериментів
Розгляд парадоксальних ситуацій	Схвалення умов, що зазвичай не були можливі, спостереження не лише парадоксу, але і теоретичних можливостей	Ідентифікація і аналіз парадоксальних ситуацій в різних вимірах
Спільний успіх	Використання найкращих задумів мислителів до інтерактивного створення оригінальних задумів, напр. невербального, "описового" мозкового штурму	Синергетичний підхід

Креативна діяльність на підприємствах легкої промисловості отримує все більш широке значення в створенні нових інноваційних продуктів, що змушує менеджерів цих підприємств зважувати різні бачення майбутнього і виникаючі з них виклики та загрози для підприємства. Завдяки стратегічному проектуванню і широкій візуалізації, а також методам симулювання, можливим стає визначення нових горизонтів в ринковій діяльності підприємства.

Відправною точкою в процесі застосування креативних технологій є зміна існуючих правил і окреслення нових перспектив, що дозволяє досліджувати процеси з інших точок зору, стимулює нові способи мислення. Так, творчий пошук при формуванні ідей щодо просування продукції легкої промисловості вимагає застосування принципів метафоричного мислення, мета якого полягає у виявленні метафор, що виражають наявні, але приховані очікування і бажання людини:

- метафора балансу – відноситься до необхідності досягнення гармонії в різних вимірах, не тільки пов'язаної з фізичним здоров'ям і добробутом, але й психологічному (почуття спокою, розслаблення, самооцінка), соціальному (співпраця, лояльність) і моральному (моральні принципи, релігійні переконання);

- метафора трансформації – стосується переходу від одного фізичного або психічного стану в інший, відповідно до очікувань споживачів. таким змінам можуть сприяти періодичні покупки товарів, отримання послуг, а також стимулювання споживачів до різних видів діяльності і способів мислення;

- метафора подорожі – відноситься до людської подорожі в часі і просторі, механізмів уяви і планів на майбутнє, в порівнянні з минулим, сприйняття послідовності подій і причинно-наслідкових зв'язків;

- метафора взаємовідносин – заснована на природній потреби в спілкуванні з іншими людьми і з усім світом. це може бути основою відносин між компанією і брендом, що особливо важливо у формуванні сталих відносин зі споживачами, підтримуваних за допомогою емоційної прихильності;

- метафора "наповнення контейнера" – полягає в задоволенні конкретних "контейнерів" що стосуються потреб розуму (накопичення знань, ідей, емоцій), тіла, що може відчувати фізичний дискомфорт, стимулюючи інтерес до різних продуктів (косметика, ліки,

які приносять полегшення і комфорт, спа-послуги тощо). роль метафоричного контейнеру також можуть відігравати культурні потреби, що потребують наповнення традиціями, цінностями, переконаннями і звичаями;

- метафора ресурсів, які можуть бути фізичними (люди, інструменти, продукти), або абстрактними (навички, вміння, знання), дозволяє пояснити споживачам механізм сприйняття ресурсів, їх отримання, використання, їх роль у задоволенні потреб;

- метафора контролю – ґрунтується на необхідності контролю навколишнього середовища, впливу на нього. придбана продукція може бути представленою у контексті здійснення контролю над власним життям (курси підвищення кваліфікації, підвищення кваліфікації), або за життям інших.

Використання метафор допомагає менеджерам зрозуміти шляхи мислення клієнтів в процесі розробки більш ефективних способів споживчих комунікацій при просуванні продукції легкої промисловості.

Пошук можливостей для просування продукції легкої промисловості потребує аналізу інформації про об'єкт – конкретну креативну технологію, що піддається уявному експерименту. Дослідження можна провести на основі даних, отриманих в описовому плануванні. Методи відбору включають відповіді на питання стосовно:

- відповідності креативної технології цілям і загальній стратегії підприємства;
- законності застосування даної технології;
- відповідності застосування даної технології потребам розвитку бренду підприємства (продукції);
- можливості реалізації даної креативної технології в рамках наявного часу і інших ресурсів (фінансових, людських тощо);
- прийнятності пов'язаних з реалізацією даної креативної технології ризиків.

Можна використовувати принципи аналізу ідей, розділивши їх за наступними категоріями: реалістичність, захопливість і потенційність, провальність та ін.

Відбираючи креативні ідеї, що є наслідком застосування креативних технологій в просуванні продукції легкої промисловості, їх можна розділити на групи за ознакою їх подібності з основною ідеєю проекту і ряду категорій:

- час реалізації креативної ідеї, можливість реалізувати ідею негайно;
- захопливість креативної ідеї і можливість її використання та розвитку в подальшому;
- реалістичність креативної ідеї і здатність до реалізації взагалі, провальність чи потенційну можливість реалізації ідеї.

Розподіл всіх висловлених ідей на групи дозволяє надалі вибирати з груп, що забезпечує можливість вибору з урахуванням загальної стратегії просування продукції легкої промисловості конкретного підприємства.

Здійснюючи відбір креативної ідеї, можна їх розташувати в порядку відповідності цілям просування продукції легкої промисловості та критеріям його ефективності. Так, одним з критеріїв може бути сприяння поширенню певної значущої інформації або ж наявність можливості зв'язку даної ідеї до якогось не менше важливого проекту.

Спираючись на поділ критеріїв відбору креативних ідей на головні і бажані, можна відразу ж прибрати зі списку запропонованих ідей ті, що не відповідають головним вимогам. Причому оцінку можна здійснювати, додаючи балів кожному з критеріїв, але при цьому кількість балів, набраних ідеями, що відповідають критеріями з групи головних, подвоюється. Надалі можна обрати ідею з найвищим рейтингом, хоча, звичайно, можна вдаватися при відборі до традиційної процедури голосування.

Під ефективністю застосування конкретної креативної ідеї щодо просування продукції розуміється співвідношення між ступенем впливу комунікаційної програми на цільову

аудиторію і витратами на це. Дана оцінка передбачає опитування цільової аудиторії з метою з'ясування, чи впізнають її представники або чи можуть вони пригадати передане повідомлення, скільки разів вони його бачили або чули, як вони оцінюють дане повідомлення, чи змінилося в результаті маркетингових комунікацій їх відношення до підприємства та його конкретних продуктів. Необхідно також аналізувати інформацію про обсяг покупок, про ступінь задоволення покупкою.

Оцінити ефективність окремих способів просування за кінцевими результатами, наприклад за зростанням обсягу продажів, надзвичайно складно. Тому часто використовується відносна оцінка, коли вартість того чи іншого способу просування відноситься до числа контактів (дзвінків, візитів, у відповідь листів і т.д.) споживачів. Адже на кінцевий результат, крім ефективної комунікаційної кампанії впливають якість продукту, рівень сервісу тощо [7; 12].

На думку автора даної статті, ефективність просування продукції на основі креативної ідеї повинна визначатися на основі критерію максимізації прибутку підприємства від організації процесу просування продукції при мінімізації витрат на просування і залучення максимально можливого числа покупців.

Для досягнення зазначеного критерію пропонується створити спосіб оцінки ефективності просування конкретних видів продукції. Даний спосіб ґрунтується на побудові тривимірної моделі оцінки просування продукції, що базується на оцінці за трьома критеріями (рис. 1):

- 1) максимізація прибутку підприємства від впровадження креативної ідеї до просування продукції;
- 2) мінімізації витрат на просування продукції завдяки впровадженню креативної ідеї;
- 3) збільшення числа покупців продукції внаслідок впровадження креативної ідеї до просування продукції.

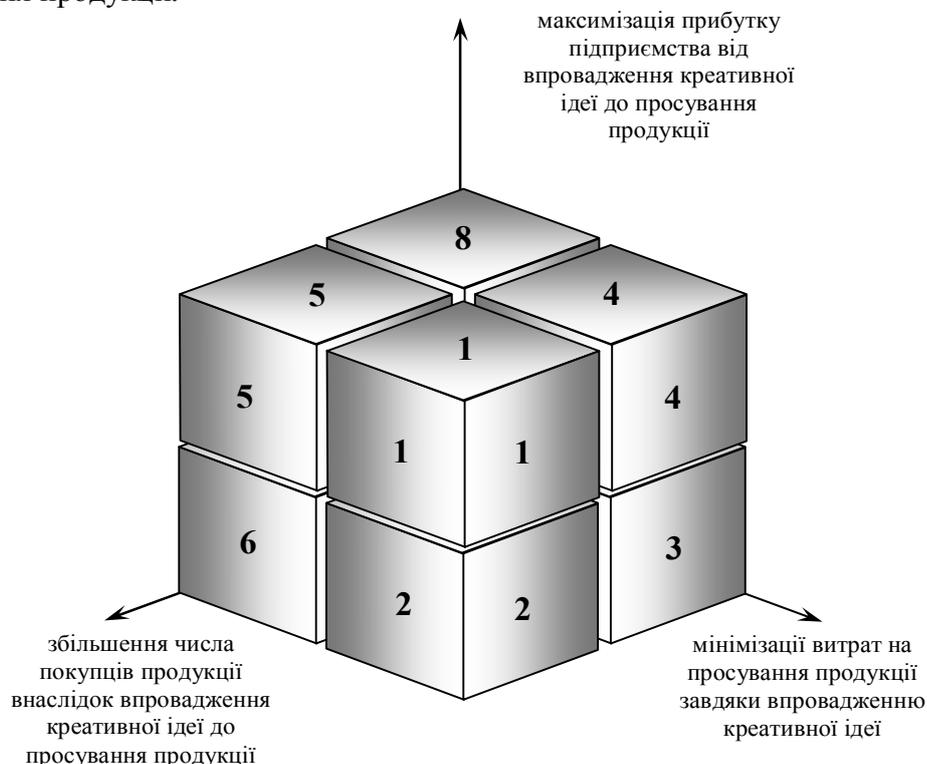


Рис. 1. Тривимірний модель оцінки ефективності впровадження креативної ідеї щодо просування продукції легкої промисловості

Кожен з восьми блоків даної моделі передбачає комбінацію певних, аналітично чи експертно визначених рівнів кожного з означених критеріїв. Визначення відповідності креативних ідей щодо просування продукції конкретному блоку з даної моделі дозволяє:

- оцінити ефективність впровадження конкретної креативної ідей щодо просування продукції легкої промисловості;
- порівнювати ефективність впровадження креативних ідей щодо просування продукції легкої промисловості.

Висновки та перспективи подальших досліджень Ефективність просування продукції легкої промисловості залежить від різних факторів, насамперед, від формування відповідних установок і навичок співробітників на різних організаційних рівнях, як тих, що відповідають за стратегію (створюючи рішення в різних областях маркетингу) так і таких, що бере участь у формуванні взаємовідносин з клієнтами та розробці конкретних характеристик ринкової пропозиції. Організація системи просування продукції легкої промисловості на основі застосування креативних технологій є одним з найважливіших факторів розвитку підприємств.

В даній статті здійснено теоретичне обґрунтування місця та порядку застосування креативні технології в просуванні продукції легкої промисловості та формування технології вибору доцільних до впровадження в практику підприємств легкої промисловості креативних ідей в сфері просування продукції цих підприємств на ринку. Запропоновано тривимірну модель оцінки ефективності впровадження креативної ідей щодо просування продукції легкої промисловості, що базується на оцінці результатів впровадження цих ідей за трьома критеріями. Кожен з восьми блоків даної моделі передбачає комбінацію певних рівнів означених критеріїв. Визначення відповідності креативних ідей щодо просування продукції конкретному блоку з даної моделі дозволяє: оцінити ефективність впровадження конкретної креативної ідей щодо просування продукції легкої промисловості; порівнювати ефективність впровадження креативних ідей щодо просування продукції легкої промисловості.

Таким чином, ефективність просування продукції розуміється як ступінь досягнення певної мети, яка найбільш вірогідна при максимальному залученні потенціалу факторів, що сприяють просуванню продукції. Сприяння досягненню даної мети через впровадження креативних технологій в просуванні продукції легкої промисловості є одним з дієвих інструментів стимулювання розвитку, зростання ефективності маркетингової діяльності підприємств та підвищення конкурентоспроможності сучасних підприємств легкої промисловості.

Література

1. Адвокатова Н. О. Дослідження сучасного стану підприємств легкої промисловості України : [Текст] / Н. О. Адвокатова // Економічні інновації. — 2012. — № 47. — С. 5–14.
2. Бородиня О. Г. Тягар легкої промисловості : [Текст] / О. Г. Бородиня // Діловий вісник. — 2009. — № 12. — С. 14–15.
3. Гаскарова И. Н. Экономические рычаги управления в легкой промышленности : [Текст] / И. Н. Гаскарова, Л. К. Чемерицкий. — К. : Легпромбытиздат, 2005. — 144 с.
4. Державний комітет статистики України : Офіційний сайт : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
5. Касьян З. Е. Аналіз та формування складових інноваційної активності підприємств легкої промисловості : [Текст] / З. Е. Касьян // Вісник КНУТД. — 2012. — № 2. — С. 168–172.
6. Котлер Ф. Маркетинг 3.0: От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе : [Текст] / Ф. Котлер, Х. Картаджайа, А. Сетиаван. — М. : Эксмо, 2011. — 689 с.

7. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок : [Текст] / Ж.-Ж. Ламбен, И. Шулинг, Р. Чумпитас. — СПб. : Питер, Лидер, 2010. — 720 с.
8. Литвин І. В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту : [Текст] / І. В. Литвин // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.7. — С. 360–364.
9. Мазаракі А. Легка промисловість України : стан, проблеми експорту та імпорту товарів : [Текст] / А. Мазаракі, Т. Мельник, В. Ізовіт // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2011. — № 3. — С. 5–13.
10. Маркина И. А. Научные подходы к определению понятий «креативность» и «креативный потенциал» : [Текст] / И. А. Маркина, Л. М. Шимановская-Дианич // Экономика Крыма : [ежеквартальный научно-практический журнал Академии экономических наук Украины]. — 2011. — № 1 (34). — С. 289–295.
11. Молоканова В. М. Проблеми реалізації інноваційних проєктів в умовах діючого підприємства : [Текст] / В. М. Молоканова // Управління проєктами та розвиток виробництва : [зб. наук. пр.]. — 2006. — № 3 (19). — С. 23–27.
12. Мур Дж. Вторая космическая. Искусство управления и стратегии будущего : [Текст] / Дж. Мур. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 208 с.
13. Нижик В. М. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості : [Текст] / В. М. Нижик, В. В Шарко // Інноваційна економіка. — 2012. — С. 41–46.
14. Павленко А. Ф. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика : [моногр.] / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Примак. — К. : КНЕУ, 2005. — 480 с.
15. Рукавишников А. Как увеличить продажи? : Интеллектуальный маркетинг : [Текст] / А. Рукавишников. — М. : Эксмо, 2010. — 320 с.
16. Савіцька Н. В. Сутність креативного потенціалу підприємства : [Текст] / Н. В. Савіцька // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 21.6. — С. 301–308.

Актуальні видання Київського національного університету технологій та дизайну

336.221(075.8)

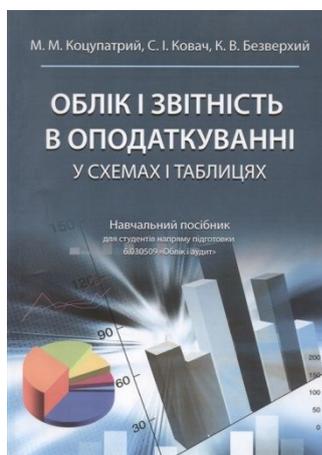
Коцупатрий, Михайло Миколайович.

Облік і звітність в оподаткуванні у схемах і таблицях : навч. посіб. / М. М. Коцупатрий, С. І. Ковач, К. В. Безверхий. — К. : КНЕУ, 2015. — 196 с.

ISBN 978-966-926-009-3

Посібник підготовлено на основі законодавчих актів та нормативно-правових документів з питань оподаткування станом на 1 травня 2015 р. Відповідно до нормативної програми науки у навчальному посібнику викладено порядок обчислення і сплати загальнодержавних та місцевих податків і зборів, обов'язкових платежів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, а також висвітлено організацію податкової звітності. Подання інформації у схемах і таблицях сприяє кращому засвоєнню навчального матеріалу.

Призначено для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.



УДК 339.138

Ольга Ю. Чубукова, Анатолій В. Яренко

Київський національний університет технологій та дизайну

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ: ЗАГАЛЬНИЙ ПОГЛЯД ТА
КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД**

У статті розглянуто сучасні проблеми маркетингу на основі застосування концептуального підходу.

Наведено результати дослідження, які надають змогу здійснювати критику антинаукових поглядів щодо розвитку маркетингу в системі «ринок-споживач». Доведено взаємозв'язок основних елементів маркетингу, які утворюють системні зв'язки, спираючись на моделі маркетингу, асортимент продукції підприємств, сегментацію ринку, комунікації та системи мотивації.

Ключові слова: *маркетинг, концептуальний підхід, моделі маркетингу, товарний асортимент, сегментація ринку, комунікації, системи мотивації.*

Ольга Ю. Чубукова, Анатолій В. Яренко

Киевский национальный университет технологий и дизайна

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА: ОБЩИЙ ВЗГЛЯД И
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД**

В статье рассмотрены современные проблемы маркетинга на основе применения концептуального подхода.

Приведены результаты исследования дают возможность осуществлять критику антинаучных взглядов на развитие маркетинга в системе «рынок-потребитель». Доказана взаимосвязь основных элементов маркетинга, которые образуют системные связи, опираясь на модели маркетинга, ассортимент продукции предприятий, сегментацию рынка, коммуникации и системы мотивации.

Ключевые слова: *маркетинг, концептуальный подход, модели маркетинга, товарный ассортимент, сегментация рынка, коммуникации, системы мотивации.*

Olga Y. Chubukova, Anatolii V. Yarenko

Kiev National University of Technology and Design

**CONTEMPORARY MARKETING PROBLEMS: GENERAL VIEW AND
CONCEPTUAL APPROACH**

The paper reveals the contemporary marketing problems within the framework of conceptual approach.

The research findings allow for making criticism of anti-academic views on marketing development in the "market –consumer" system. A relationship of basic marketing elements which form systemic links basing on marketing models, product assortment of enterprises, market segmentation, communications and motivation system has been proved.

Keywords: *marketing, conceptual approach, marketing models, product assortment, market segmentation, communications, motivation system.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями В умовах високої конкуренції і нестабільної економічної ситуації в країні та світі, досягти поставлених цілей підприємству можна тільки за рахунок застосування широкого асортименту взаємопов'язаних інструментів маркетингу, використовуючи комплексний маркетинговий підхід. Комплексність означає, що маркетингові дії (проведення маркетингових досліджень, реалізація цінової політики, розробка і надання послуг, їх просування на ринок), відокремлені самі по собі, не здатні забезпечити того ефекту, який дає впровадження комплексу маркетингу як системи. Зробити це можна за допомогою:

маркетингових моделей, на підставі яких здійснюється комплексний маркетинговий вплив учасників ринкового процесу на споживачів своїх послуг; вирішенням проблем оптимізації продукту; застосуванням досконалої сегментації ринку споживачів; усуненням проблем комунікації та систем мотивації споживача.

Сучасні критики маркетингу визначають, що ці основні проблеми в маркетингу зводять нанівець всі попередні досягнення маркетингової науки і призводять до втрачання маркетингом ринкових позицій, що веде до виникнення кризи маркетингу, як науки. В статті надана спроба показати неспроможність антинаукових тверджень деяких «маркетингових дослідників» та наведено характеристику основних елементів маркетингу та їхній історичний розвиток [1]. Розглянуто, як ці елементи маркетингу піддаються критиці та наведено неспроможність цих домислів.

Аналіз останніх публікацій по проблемі На протязі багатьох років розвитку маркетингу як фундаментальної науки, багато вчених досліджували та робили свої припущення щодо найбільш ефективного *marketing-mix* який, можна сказати пройшов певну еволюцію та етапи свого розвитку. До когорти цих вчених з маркетингу, відносяться доволі відомі, такі як Нейл Борден (Neil H. Borden), Б. Бумс и Дж. Битнер (Bitner, J. and Booms, B.), Джеймс Каллитон (Culliton, J.), Боб Лотеборн (Bob Lauterborn), Джерри Маккарти (Jerry McCarthy), Альберт Фрей (Albert W. Frey), Ч. Дев и Д. Шульц (Chekitan S. Dev and Don E. Schultz) та інші.

Невирішені частини дослідження Предметом дослідження виступає процес взаємозв'язку основних елементів маркетингу, які утворюють системні зв'язки спираючись на моделі маркетингу, оптимізацію асортименту продукції підприємств, сегментацію ринку, комунікації та системи мотивації.

Мета статті – виявлення сучасних проблем маркетингу та розгляд їх із застосуванням концептуального підходу. Актуальність статті – критика сучасних антинаукових поглядів щодо розвитку маркетингу в системі «риннок-споживач».

Виклад основних результатів та їх обґрунтування В сучасному маркетингу, найбільш поширеними і часто вживаними є концепція *marketing-mix* "5P", модель "7P" – яка більш сучасна, і представляє вдосконалену концепцію "4P", а також модель "4C". Проведемо аналіз визначених моделей маркетингу. Концепція "4P", яка зародилася ще в 60-і роки і набула широкого розвитку в 80-і роки минулого століття, була згодом вдосконалена до моделі "5P". Будучи на сьогоднішній день основною у питаннях організації маркетингу на підприємстві, дана концепція більшою мірою орієнтована на відчутні, ніж на невідчутні товари (тобто послуги). До неї входять наступні основні елементи [2]:

1. *Product* (товар). Здійснення товарної політики ґрунтується на виробництві і реалізації товарів (продукції і послуг), затребуваних сучасним ринком. Вона досягається за рахунок орієнтації компаній на потреби ринку і потреби покупців (як своїх, так і потенційних). У цьому зв'язку виникає необхідність у проведенні грамотної асортиментної політики, метою якої є максимальне задоволення потреб покупців і їх переваг, що, у свою чергу, має сприяти залученню нових споживачів. Важливого значення набуває і життєвий цикл товарів. У рамках товарної політики необхідно тонко вловлювати сучасні віяння ринку і вчасно реагувати на його мінливу кон'юнктуру.

2. *Price* (ціна). У сучасних ринкових умовах ціна є основоположним чинником на стадії прийняття споживачем рішення щодо доцільності чи недоцільності придбання товару. Процес управління ціноутворенням в організації вкрай складний і трудомісткий. Існує ряд параметрів, які необхідно враховувати при розробці ефективної цінової стратегії. По-перше, вона повинна бути ретельно спланована. По-друге, необхідно враховувати особливості виробництва самого товару (його собівартість, становище на ринку, місце і час реалізації, цінову політику компаній-конкурентів, специфічні особливості потенційних покупців та інше).

3. *Place* (місце). Поняття «місце надання послуги» набуває першочергового значення, оскільки розглядається з позиції досяжності послуг для споживачів. Управління

цієї змінної в концепції "5P" дозволяє компаніям здійснювати найбільш ефективне охоплення цільової аудиторії, шляхом грамотного розташування своїх філій та забезпеченням їх усім необхідним для більш якісного надання послуг.

4. *Promotion* (просування). Просування – це будь-яка форма повідомлень, що застосовуються організаціями для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари (продукцію і послуги), їх переваги та вигоди. Сюди входить вся сукупність заходів щодо просування продукції та послуг. Просування включає в себе: рекламу, заходи щодо зв'язків з громадськістю (PR), прямий маркетинг, пропаганду, заходи щодо стимулювання збуту, особисті продажі та інше.

5. *People* (люди). Цей багатогранний компонент (його ще називають «маркетингом відносин») з'явився порівняно недавно: в 90-і роки минулого століття. Дана складова органічно доповнює всі чотири попередні елементи концепції. Без такої складової, як «люди» (а на ринку це не тільки виробники і споживачі, але також покупці і постачальники), неможливо реалізувати жодну з чотирьох політик: ні товарну, ні цінову, ні розподільчу, ні комунікаційну. За таких умов управління людськими ресурсами стає пріоритетним стратегічним завданням організації.

Деяка обмеженість представленої моделі на увазі її слабкої адаптивності до нематеріальної сфери діяльності, призвела її до розширення з "5P" – до "7P". Таким чином, маркетингова концепція "7P" включила в себе ще дві складові, які мають важливе практичне значення для сфери послуг. Тобто, удосконалена концепція *marketing-mix* ("7P") включає в себе додаткові основні елементи маркетингу [3, 4]:

6. *Process* (процес надання послуг). Ступінь залучення споживачів в процеси виробництва та надання послуг значно вища, ніж при виробництві матеріально-речових благ. Крім того, надання послуг та їх споживання, порівняно зі сферами матеріального виробництва, відбуваються одночасно. При існуючому нерозривному взаємозв'язку процесів надання та споживання послуг, ступінь контакту між виробником і споживачем може бути різною. Таким чином, цей елемент у концепції *marketing-mix* покликаний приділяти особливу увагу процедурам взаємодії між споживачами послуг та організаціями, що їх надають.

7. *Physical evidence* (фізичне оточення послуги). Включає в себе всі ті матеріально-речовинні об'єкти і візуальні образи, які дозволяють потенційному споживачеві оцінити і спрогнозувати якість майбутньої послуги. Застосування на практиці цього елемента дозволяє організаціям формувати власний стійкий і позитивний імідж в очах клієнтів. Для досягнення поставленої мети компаніям необхідно вживати заходи щодо поліпшення якості обслуговування своїх клієнтів.

Саме дана маркетингова модель найбільшою мірою відповідає нематеріальній сфері діяльності, добре відображає специфіку послуг і може служити основою при формуванні комплексної маркетингової політики. Таким чином, два додаткові елементи до існуючої концепції "5P" (з урахуванням приєднаного до неї компонента «People») обґрунтовують необхідність вивчення моделі "4C" як найбільш орієнтованої для клієнта. Тому, запропонована в кінці 80-х років минулого століття професором Колумбійського університету Р.Ф. Лотерборном концепція "4C", за рахунок своєї клієнтської спрямованості отримала велику популярність [5]. Не встигнувши до кінця оформитися і адаптуватися в науковому середовищі, модель "4C" практично відразу отримала визнання і свій подальший розвиток. У 90-х роках, коли відбулося насичення основних ринків, а конкурентна боротьба помітно посилилася, виробник був змушений проводити дослідження споживчих переваг, щоб успішно боротися за своїх клієнтів, не дозволяючи їм переходити до конкурентів. До складу моделі входять наступні елементи маркетингу:

1. *Customer value, needs and wants* (цінність, потреби і запити споживача). Це буквально кожна складова товару (продукту або послуги). Даний елемент обґрунтовує

необхідність більш ретельного вивчення споживчих переваг, а також тісно пов'язаний з правильним сприйняттям своєї цільової аудиторії.

2. *Cost* (витрати, витрати для споживача). Як і в інших сферах діяльності, витрати розподіляються на прямі і непрямі. Прямі витрати включають в себе насамперед матеріальні і фінансові, а непрямі – витрати психологічного, тимчасового та іншого характеру. Іншими словами, до витрат відносяться не тільки грошові кошти, витрачені на продукцію або послугу, але і зусилля, які пов'язані з їх придбанням: наскільки буде готовий потенційний клієнт, витративши час і певні зусилля, приїхати в конкретну компанію і придбати у неї ті чи інші види товарів (продукцію і послуги).

3. *Convenience* (доступність для споживача). Для споживача товар повинен опинитися в потрібному місці і в потрібний час. Показник доступності товару для клієнта, має на увазі те, що він повинен не тільки задовольняти якусь базову потребу (наприклад, у відпочинку, харчуванні, подорожах), але і нести в собі цілий ряд додаткових вигод і переваг, призначених для потенційних споживачів. Тому правильніше було б використовувати замість терміну "Convenience" термін "Value" (цінність), який вже частково знайшов своє відображення в даній моделі.

4. *Communication* (комунікації). Цей елемент обґрунтовує ступінь інформованості споживача. Споживачі повинні не тільки чути про той чи інший товар, а й бути достатньою мірою обізнаними про його значущі характеристики, вигоди, які одержуються від його придбання і подальшого використання. Також, бути обізнаними про доступність та переваги, у порівнянні товару з аналогічними товарами компаній-конкурентів. Багато в чому, це буде залежати від ефективної маркетингової комунікаційної політики підприємства, яка включає в себе широкий спектр всіляких інструментів: рекламу, PR, прямий маркетинг, методи стимулювання збуту тощо.

Дана модель фактично обґрунтувала необхідність формування різноманітних програм споживчої лояльності. Вона націлена на своїх споживачів – на їх бажання і переваги, на спільну співпрацю та отримання від них зворотного зв'язку, щоб надалі покращувати свої продукти і послуги, а також механізми їх просування.

Проте, багато «дослідників маркетингу», говорять про неефективність останніх маркетингових моделей. Вони наголошують, що теорія маркетингу в деяких випадках відстає від реальної дійсності. Не зважаючи на те, що існують вдосконалені нові моделі з необхідною кількістю «Р» і «С», «дослідники» відзначають, що по-справжньому ефективних практичних методик явно недостатньо, а «маркетинг став річчю в собі, де плодяться без зупинки моделі і концепції, які не мають ніякої користі». Тобто, популярні останнім часом схеми *marketing-mix* оперують скоріше другорядними поняттями, такими, наприклад, як ціноутворення, упаковка, персоналізація тощо, що не завжди виправдано для реального просування товару. Тому суть маркетингу – «діяльність по оптимізації взаємин об'єкта споживання і суб'єкта, який споживає» – найчастіше залишається за рамками новітніх досліджень [6].

Так, в основі будь-якої маркетингової політики повинна лежати інформація про взаємини продукту і споживача, для чого цілком достатньо оперувати основними поняттями: продукт, споживач, комунікація, розподіл. Проте, ці основні поняття і є суттю всіх моделей маркетингу, які застосовуються у різноманітній діяльності фірм, які працюють на аби якому ринку. Очевидно, що проблеми існують у кожній з цих складових. І тільки розібравшись у них, можна спробувати знайти вихід із різноманітних ситуацій. Спроба вихолощування основних понять моделей маркетингу є антинауковою і може привести до підміни основних понять та категорій маркетингу.

Другим важливим питанням необхідно враховувати проблеми оптимізації продукту. Взагалі, у процесі оптимізації можна виділити три основні етапи. Перший етап – аналіз динаміки ринку і структури попиту. Підрозділ, відповідальний за управління асортиментом (як правило, це маркетингова служба), з встановленою періодичністю ініціює процес оптимізації.

Маркетинговий підрозділ аналізує динаміку продажів за товарними групами (окремим товарам), оцінює перспективи зміни попиту та конкуренції в сегментах, на яких представлена або куди збирається виходити компанія зі своєю продукцією (послугами). На підставі отриманої інформації фахівці з маркетингу готують варіанти рішень щодо зміни структури асортименту, які спрямовані на підвищення задоволеності споживачів, зміцнення конкурентної позиції компанії і збільшення частки ринку. Другий етап – фінансовий аналіз розроблених пропозицій. Планово-економічна служба аналізує фінансові показники за товарними групами або окремих товарах і виносить свої висновки про зміну структури асортименту. Третій етап – затвердження остаточного варіанту структури асортименту. Робоча група, до якої входять фахівці маркетингового, економічного та інших підрозділів (виробництво, закупівлі, логістика), розробляє і погоджує остаточний варіант рішення з оптимізації асортименту продукції компанії.

При цьому, використовуються методи оптимізації асортименту [7]. При оптимізації необхідно враховувати безліч чинників. Потрібно знайти рішення, яке буде кращим з погляду збільшення прибутку, доступності ресурсів, зростання продажів і завоювання нових ринків. Наприклад, можна використовувати метод експертних оцінок. Формування оптимального асортименту в рамках цього методу зводиться до визначення набору показників, які експерти оцінюють за десятибальною шкалою. Як правило, в якості напрямків аналізу вибираються: перспективність, економічна привабливість товарної позиції, доступність ресурсів. Рішення про склад показників для кожного напрямку приймає відповідний підрозділ. Наприклад, показники перспективності товару визначає маркетинговий відділ, показники економічної ефективності – фінансова служба підприємства. Для кожного показника залежно від пріоритетів компанії встановлюється його вагомість. Якщо підприємство перебуває в складному фінансовому становищі, то більшу вагу буде присвоєно фінансовими показниками; якщо ж основну увагу компанія приділяє стратегічним цілям – більша вага присвоюється показникам перспективності.

Так, при цьому, певну складність представляє вибір методик розробки та оптимізації продукту, тому дослідження споживчих переваг ведеться далеко не на всіх ринках. Сьогодні споживач отримує величезну кількість пропозицій, і якщо раніше він вибирав з двох варіантів, то сьогодні – з десятків. Визначити переваги в такій ситуації складно. Критики маркетингу наголошують, що у маркетингу, який повинен допомогти з вирішенням цієї проблеми, не існує конкретної концепції, яка допомагає в роботі з великим числом варіантів і має чіткий зв'язок з конкретними ринками. Проте, не можливо врахувати всі особливості ринку, який постійно змінюється, на якому все знаходиться у постійному русі. Використання, знову ж, тих самих моделей маркетингу, надасть основу кожному досліднику визначити пріоритетні напрями оптимізації асортименту товару будь-якої фірми на будь-якому ринку продажів.

Наступні проблеми лежать в площі сегментування ринку. Так, при сегментації ринку споживчих товарів використовуються такі критерії, як: географічні, демографічні, соціально-економічні, психологічні, поведінкові та інші.

1. Географічна сегментація – розподіл ринку на різні географічні одиниці: країни, регіони, області, міста, райони тощо. Використання даного критерію часто є початковою точкою сегментації. Географічні сегменти зазвичай легко визначити і виміряти, необхідна для цього інформація часто доступна з вторинних джерел. У чистому вигляді географічна сегментація має обмежене застосування. Вона є найбільш корисною у сфері послуг, де територіальна приналежність відіграє важливу роль.

2. Демографічна сегментація – розподіл ринку на групи в залежності від таких характеристик споживачів, як: вік, стать, сімейний стан, соціальний клас, життєвий цикл сім'ї, релігія, національність, раса. Демографічні сегменти, так само як і географічні, зазвичай легко визначити і виміряти, необхідна інформація часто доступна з вторинних джерел. Дана сегментація зазвичай проводиться спільно з застосуванням інших критеріїв, оскільки потреби в одній, скажімо, віковій групі можуть сильно відрізнятися для різних груп людей.

3. Соціально-економічна сегментація припускає розподіл споживачів за рівнем доходів, роду занять, рівнем освіти. Очевидно, що перераховані критерії сегментації безпосередньо впливають на потреби індивідуума і можливості їх задоволення. Іноді дані критерії відносять до демографічних критеріїв.

4. Психологічна сегментація – розподіл ринку на різні групи залежно від життєвого стилю чи особистісних характеристик споживачів. Особистісні характеристики споживачів швидше використовуються в якості критеріїв сегментації у випадку, коли даний продукт подібний продуктам конкурентів і індивідуальні запити споживачів не виявляються при застосуванні інших критеріїв сегментації. Внаслідок того, що психологічні критерії складніше виміряти в порівнянні з іншими критеріями сегментації, їх найчастіше використовують для кращого розуміння споживачів, які вже пройшли сегментування за допомогою інших критеріїв.

5. Поведінкова сегментація припускає розподіл ринку на групи в залежності від таких характеристик споживачів, як: рівень знань, відносини, характер використання продукту або реакції на нього. При цьому, під ставленням споживачів до товарів, розуміють стійкі сприятливі чи несприятливі оцінки, почуття і схильності до дій по відношенню до певних продуктів, що на пряму впливає на поведінку покупців [8].

Критики маркетингу наголошують, що у категорії «споживач» часто відсутнє чітке сегментування цільової аудиторії. Цільові групи позначаються номінально: стать, вік, дохід, склад сім'ї, місце проживання. Але з ускладненням ринків такі перевірені часом варіанти сегментування вже не дають повної картини. Нововведення у вигляді психологічного, поведінкового або ціннісного сегментування поки не затребувані практиками, тому їх теоретична розробка не завжди спирається на конкретні проекти. Проте вони забувають, що існує багато інших критеріїв сегментування. Наприклад, можна виділяти сегментацію: за обставинами застосування, на основі вигод, на основі статусу користувача, на основі інтенсивності споживання, на основі ступеня лояльності, на основі стадії готовності покупця до здійснення покупки тощо. Тобто, основні признаки сегментації, які розглянуті вище – це не панацея будь-якого маркетингового дослідження.

Надалі, виникають проблеми комунікації та системи мотивації споживача. Тобто критики зазначають, якщо відсутня чітка сегментація ринку і не виявлені споживчі переваги, то вкрай складно виявляється вивчити цільову групу і побудувати ефективну комунікацію. Як наслідок цього – низька ефективність комунікації, рекламні витрати, коли реклама часто перетворюється на демонстрацію творчої фантазії творців, а не в інструмент просування товарів. Таким чином, зазначається «...наближається криза маркетингу – явище глибоке, системне і комплексне, викликане відсутністю взаємозв'язку понять і працездатних концепцій, що дозволяють коректно сегментувати аудиторію, виявляти домінуючі переваги та ефективно впливати на них». Це твердження з початку не вірно, тому що допускає відсутність чіткої сегментації і споживчих переваг. Як доведено вище, коли необхідно, завжди можна провести чітку сегментацію і визначити споживачські переваги.

Щодо системи мотивації споживача [9]. Очевидно, що продукт, споживач, розподіл і комунікації – це сліdstва, а не причини маркетингу. І якщо продукт, розподіл і комунікації піддаються змінам, то змінити логіку споживача не представляється можливим. Тому в основі ефективного маркетингу повинна лежати система мотивації споживача. Тільки зрозумівши її суть, можна зрозуміти, якими мають бути продукти, за якими принципами сегментувати ринок, як вибудовувати комунікації. Взагалі, мотивація споживачів – сукупність процесів, які спонукають, спрямовують і підтримують поведінку споживача. Мотиваційну поведінку можна класифікувати за трьома видами, відповідно до кількості людей, що приймають спільно-мотивоване рішення: мотивація індивідуальної особистості, мотивація поведінки невеликої групи і мотивація групи з необмеженим числом індивідів. За великим рахунком мотивація споживача є одним з ефективних способів, що сприяє розвитку

компанії і просуванню її товарів на ринок. Вивчення мотивації споживачів є одним з важливих питань для будь-якої компанії-виробника і продавця. Вони повинні з'ясувати і звертатися до конкретних мотивів споживачів, споживча поведінка яких дуже часто направляється одним з безлічі мотивів. У процесі вивчення, необхідно з'ясувати, які мотиви, можуть впливати на купівлю даної категорії продукту конкретним цільовим ринком, вміти розробляти стратегію на основі повного спектру мотивів поведінки споживачів і прагнути до зменшення конфліктів між мотивами [10].

Висновки та перспективи подальших досліджень Сучасний розвиток маркетингу в Україні відбувається в умовах соціально-економічних змін, які характеризуються динамізмом, високим ступенем невизначеності навколишнього середовища, суттєвими технологічними перетвореннями, що в значній мірі впливає на осмислення понятійного апарату маркетингу. Вказані процеси обумовлюють характер та закономірність розвитку маркетингу в усіх галузях народного господарства та економічних структурах країни.

Відносно теоретико-методологічних питань маркетингу, багато хто вважає, що на даному етапі його розвитку, створення теорії та методології в основному завершено. Проте, це не зовсім вірно. Такий підхід може давати підґрунтя для антинаукових критик маркетингу. Безумовно, можлива поява нових визначень маркетингу, конкретизація й доповнення його принципів і методів, однак такий розвиток теорії маркетингу не носить принципового характеру і перш за все становить інтерес для теоретиків, а не для практикуючих працівників. Останнім часом в Україні маркетинг упевнено завойовує ринкові позиції як джерело, що дає змогу створювати й підтримувати певні стандарти людського життя. Сучасні тенденції розвитку партнерських відносин обумовили появу та швидкий розвиток маркетингу відносин, в основі якого лежить побудова взаємовигідних відносин з ключовими партнерами: споживачами, постачальниками, оптовими та роздрібними торговцями. Ці відносини, насамперед і будуть поступово вирішувати виникаючі сучасні проблеми маркетингу.

Література

1. Комплекс маркетинга. Матеріали сайта «Свободная энциклопедия маркетинга»: [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.marketopedia.ru>.
2. McCarthy, Jerome E. (1960). *Basic Marketing. A Managerial Approach*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
3. Booms, B. & Bitner, M. J. (1981). *Marketing Strategies and Organizational Structures for Service Firms*. Marketing of Services, James H. Donnelly and William R. George, eds. Chicago: American Marketing Association, 47-51.
4. Fisk, R., Brown, S. W., Bitner, M. J. (1993). *Tracking the evolution of the services marketing literature*. Journal of Retailing. Spring 1993; 69, 1; ABI/INFORM Global pg. 61.
5. Don E. Schullz, Stanley I. Tannenbaum, Robert F. Lauterborn (1993) «Integrated Marketing Communications», NTC Business Books, a division of NTC Publishing Group.
6. Проблемы современного маркетинга : [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php>.
7. Єрмошенко М. М. Маркетинг : [підручник] / М. М. Єрмошенко, С. А. Ерохін, А. В. Базиліук. — К. : Нац. акад. управління, 2011. — 631 с.
8. Kotler, Philip. *Marketing management* / Philip Kotler, Kevin Lane Keller. — 14th ed. (2012), 657 p.
9. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська — К. : «Центр учбової літератури», 2014. — 208 с.
10. Портал споживача : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.consumerinfo.org.ua/about>.

УДК: 006.063:347.772(477)

Людмила Ю. Шабельник

Институт законодавства Верховної Ради України

**ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВІ ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ СЕРТИФІКАЦІЇ
ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ**

У статті на основі узагальнення теоретико-правової бази розглянуто систему сертифікації продукції в Україні відповідно до чинного законодавства. Виділено особливості обов'язкової та добровільної сертифікації продукції в Україні, обґрунтовано сутність сертифікації продукції як елемента системи технічного регулювання.

Досліджено актуальні доповнення до законодавства України щодо системи сертифікації продукції в контексті імплементації пунктів економічної частини Угоди про асоціацію України з Європейським союзом. Здійснено ґрунтовний аналіз системи сертифікації продукції на загальнодержавному рівні та запропоновано розподіл функціонального навантаження для органів системи сертифікації в Україні.

Ключові слова: *сертифікація, маркування, технічне регулювання продукції, система сертифікації, оцінка відповідності.*

Людмила Ю. Шабельник

Институт законодательства Верховной Рады Украины

**ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЕРТИФИКАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В УКРАИНЕ**

В статье на основе обобщения теоретико-правовой базы рассмотрена система сертификации продукции в Украине в соответствии с действующим законодательством. Выделены особенности обязательной и добровольной сертификации продукции в Украине, изучена сущность сертификации продукции как элемента системы технического регулирования.

Исследованы актуальные дополнения к законодательству Украины относительно системы сертификации продукции в контексте имплементации пунктов экономической части Соглашения об ассоциации Украины с Европейским союзом. Осуществлён анализ системы сертификации продукции на общегосударственном уровне и предложено распределение функциональной нагрузки для органов системы сертификации в Украине.

Ключевые слова: *сертификация, маркировка, техническое регулирование продукции, система сертификации, оценка соответствия.*

Liudmyla Y. Shabelnyk

Institute of Legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine

**THEORETICAL AND LEGAL PECULIARITIES OF STATE CERTIFICATION OF
INDUSTRIAL PRODUCTS IN UKRAINE**

Based on theoretical and legal framework generalization the system of product certification in Ukraine is explored in accordance with applicable law. Peculiarities of mandatory and voluntary product certification in Ukraine are identified along with revealing the essence of product certification as an element of a technical regulation system.

The current amendments to the Ukrainian legislation concerning the system of product certification in the context of implementation of the economic provisions of Ukraine-EU Association Agreement are studied.

Product certification system at the national level has been analyzed. The functional load distribution pattern for the certification authorities in Ukraine is suggested.

Keywords: *certification, marking, technical product regulation, certification system, compliance assessment.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Важливе місце в системі технічного регулювання промислової продукції в Україні посідає сертифікація. Після розробки законодавчої бази у сфері технічного регулювання, створення стандартів та перевірки відповідності продукції цим стандартам, на перший план виходить проблема засвідчення відповідності продукції встановленим вимогам – а саме сертифікація товарів та послуг.

Аналіз останніх публікацій по проблемі На нашу думку, сертифікацію як елемент технічного регулювання можна розглядати за допомогою розширеного та спрощеного підходів. Зокрема, у вузькому розумінні під сертифікацією ми маємо на увазі факт видачі (отримання) сертифікату відповідності. У глобальному сенсі сертифікація є підтвердженням відповідності якісних характеристик товарів чи послуг встановленим вимогам та стандартам, одним з необхідних механізмів державного регулювання виробничих процесів. Метою сертифікації є сприяння захисту інтересів всіх суб'єктів економічної системи – споживачів, виробників та органів влади.

Невирішені частини дослідження З набуттям Україною незалежності першим офіційним документом у сфері сертифікації став прийнятий Кабінетом Міністрів України у 1993 році Декрет «Про сертифікацію і стандартизацію», відповідно до якого сертифікація продукції здійснюється уповноваженими на те органами з сертифікації – підприємствами, установами і організаціями з метою:

- запобігання реалізації продукції, небезпечної для життя, здоров'я та майна громадян і навколишнього природного середовища;
- сприяння споживачеві в компетентному виборі продукції;
- створення умов для участі суб'єктів підприємницької діяльності в міжнародному економічному, науково-технічному співробітництві та міжнародній торгівлі.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Суттєвою рисою Декрету Кабінету Міністрів стало проголошення готовності до міжнародного співробітництва та торгівлі сертифікованою продукцією, акцент на захист прав споживачів та забезпечення справедливих конкурентних умов для учасників ринку.

З часу прийняття і до сьогодні окремі статті Декрету зазнавали змін. Зокрема нововведення стосувалися сутності понять: на зміну словосполучень «державний стандарт» та «центральный орган виконавчої влади з питань технічного регулювання» застосовуються терміни «національний стандарт» та «центральный орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері технічного регулювання» [2]. Також з першої редакції Декрету було виключено окремі розділи – розділ 2 «Нормативні документи та вимоги до них», розділ 3 «Організація робіт зі стандартизації», розділ 5 «Фінансування робіт зі стандартизації, стимулювання застосування національних стандартів» та розділ 6 «Міжнародні відносини у сфері стандартизації та сертифікації».

На сучасному етапі розвитку нашої держави визначення сутності сертифікації наведено в Законі України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності»: сертифікація – це «процедура, за допомогою якої визнаний в установленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем екологічного управління, персоналу встановленим законодавством вимогам» [2].

Фактично, дане визначення є досить деталізованим та включає в себе перелік всіх елементів процесу сертифікації. На нашу думку, цілком прийнятним є трактування сертифікації у лаконічній формі як діяльності із підтвердження відповідності продукції встановленим вимогам, стандартам та технічним регламентам.

Варто зазначити, що найбільш суттєвим етапом проведення сертифікації продукції, який чинить вплив на всіх суб'єктів процесу, є перевірка та випробування задля визначення рівня відповідності продукції встановленим вимогам. Результатом процесу успішної сертифікації продукції вважаємо надання виробникові сертифікату відповідності.

Документами, що підтверджують відповідність тієї чи іншої продукції встановленими стандартам є сертифікат відповідності та свідоцтво про визнання відповідності. Якщо перший підтверджує відповідність продукції без посилання на інші документи подібного характеру, то другий – засвідчує факт визнання національними органами влади іноземних документів про підтвердження відповідності продукції.

Традиційно виділяють два основних види сертифікації – обов’язкова та добровільна. До переваг добровільної сертифікації можемо віднести підвищення лояльності споживачів до продукції, наявність підтвердження якості товарів у випадку виникнення різного роду спорів та отримання переваг під час участі в тендерах, тощо.

Незважаючи на наявні переваги добровільної сертифікації, для нашої держави найбільш характерною є обов’язкова сертифікація, що здійснюється спеціально уповноваженими органами влади. До робіт, які пов’язані з обов’язковою сертифікацією продукції відносяться підготовчі, експертні дії щодо акредитації, атестації, випробування, контролю та реєстрації.

Вихідним питанням при дослідженні сертифікації в Україні є перелік продукції, яка підлягає обов’язковій сертифікації:

1. Спеціальні засоби самозахисту.
2. Трактори малогабаритні
3. Засоби охоронного призначення
4. Продукція протипожежного призначення
5. Дорожні транспортні засоби, їх складові частини та приладдя
6. Техніка сільськогосподарська
7. Харчова продукція та продовольча сировина
8. Нафтопродукти
9. Будівельні матеріали, вироби та конструкції
10. Техніка радіаційна
11. Зброя вогнепальна мисливська та спортивна, зброя холодна, конструктивно схожі зі зброєю вироби для розваг та відпочинку
12. Електричний транспорт [4]

Зауважимо, що відповідно до Наказу Міністерства економічного розвитку та торгівлі України від 6 травня 2015 року [3] із зазначеного списку було вилучено групи товарів легкої промисловості, мийних засобів, зварювального обладнання та ряду інших. Це свідчить про те, що Україна поступово стає на шлях дерегуляції контролю за якістю товарів, що виробляються у ряді підгалузей промисловості. Фактично йдеться про підвищення ролі технічних стандартів та поступовий відхід від подвійного контролю за характеристиками продукції (на рівні підприємства за допомогою внутрішніх регламентів та на державному рівні).

Досліджуючи питання проведення сертифікації промислової продукції в Україні нами було виявлено, що ця процедура як правило різниться залежно від періодичності випуску та розміру партії, що підлягає сертифікації. Зокрема, у випадку потреби разово здійснити сертифікацію однієї партії продукції, доцільною є відмова від обстеження виробництва та системи контролю якості підприємства, натомість застосовується ретельне дослідження виключно тієї партії продукції, що підлягає реалізації.

Термін дії сертифікату відповідності на продукцію може варіюватись від одного року (сертифікація продукції за простою схемою з аналізом документації, представленої заявником, без обстеження виробництва) до п’яти років (сертифікація продукції за складною схемою з оцінкою системи управління якістю виробництва). Сертифікат відповідності має подовжений термін дії (до 5 років) лише у випадку комплексного обстеження виробництва, системи контролю якості підприємства та зразків продукції.

Важливим видається питання стосовно процедури проведення сертифікації продукції в Україні яка, на наш погляд, являє собою систему відповідальності та взаємодії органів влади, залучених до процесу сертифікації.

Якщо раніше Державний Комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики був спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів, стандартизації, метрології та підтвердження відповідності, то після адміністративної реформи 2011 року його функції покладені на Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.

Теоретико-практичні засади для сертифікації продукції розробляються на рівні окремих спеціалізованих установ. Зокрема, на даний час діють 154 технічні комітети стандартизації України, які проводять детальний аналіз вимог до продукції та можуть за потреби надавати консультації суб'єктам стандартизації користувачам стандартів та споживачам. Створенням та ліквідацією технічних комітетів займається Міністерство економічного розвитку і торгівлі України як правонаступник Держспоживстандарту України у сфері технічного регулювання. На нашу думку, велика кількість технічних комітетів дозволяє оперативно надавати інформативні послуги, а також сприяє децентралізації вирішення проблем сфери стандартизації і сертифікації.

Організаційну структуру процесу сертифікації в Україні на основі Постанови Кабінету Міністрів «Про організацію роботи, спрямовану на створення державних систем стандартизації, метрології та сертифікації» викладено на рис. 1.

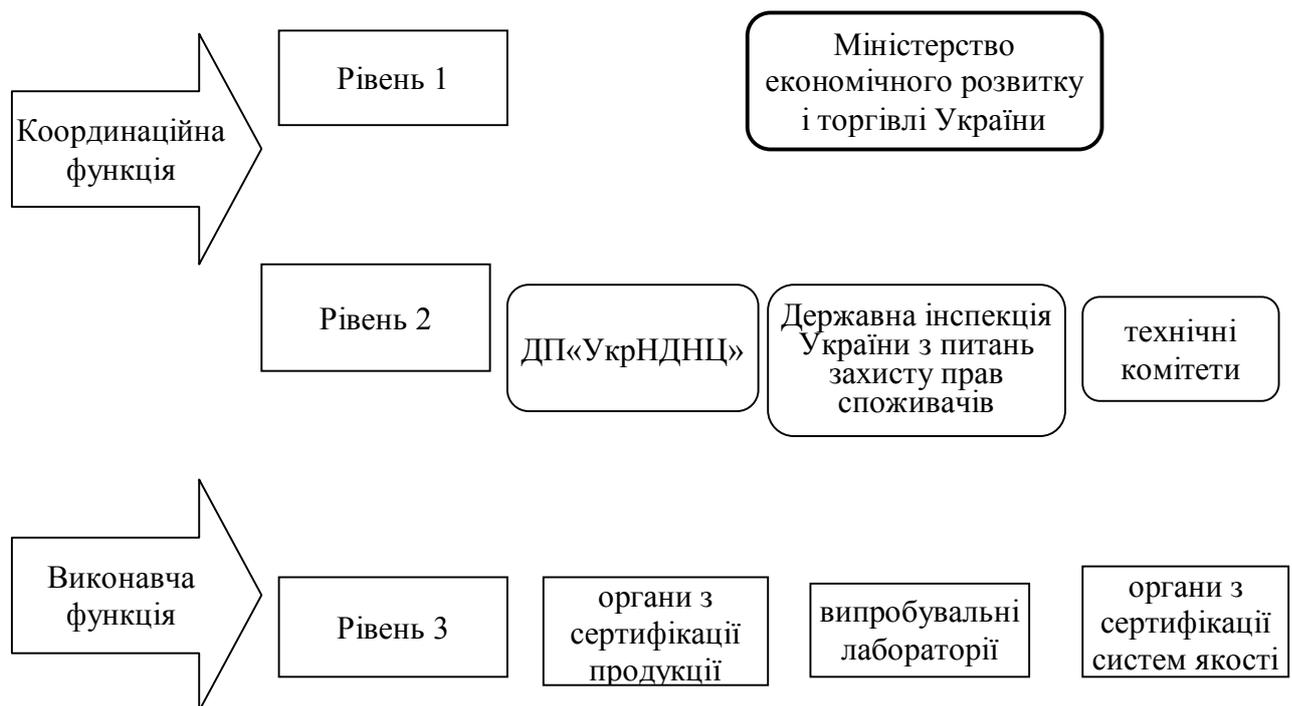


Рис. 1. Організаційна структура процесу сертифікації в Україні

Як бачимо зі схеми, система сертифікації продукції в Україні включає в себе три рівні: найвищий рівень представляє Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, другий рівень включає в себе Державну інспекцію України з захисту прав споживачів, ДП «УкрНДНЦ» та технічні комітети. На третьому рівні знаходяться органи з сертифікації продукції, органи з сертифікації систем якості та акредитовані випробувальні лабораторії.

На нашу думку, інституції, які залучені до процесу сертифікації можна поділити за функціональним навантаженням на технічно-виконавчі організації та координаційні центри. До координаційних центрів віднесемо України як центральний орган влади у сфері технічного

регулювання, ДП «УкрНДНЦ» як базовий інформаційно-консультативний орган з сертифікації та стандартизації, Державну інспекцію України з захисту прав споживачів як виконавця контрольних функцій щодо нагляду за додержанням стандартів та технічних регламентів та технічні комітети як спеціалізовані галузеві інституції сфери технічного регулювання.

Як зазначалося вище, відповідно до «Типового положення про технічний комітет стандартизації», на технічний покладають функції «розроблення, розгляду та погодження національних стандартів, участь у роботі споріднених технічних комітетів міжнародних та регіональних організацій і формування позиції України щодо розроблюваних нормативних документів цих організацій».

До технічно-виконавчих організацій можемо віднести органи з сертифікації продукції, органи з сертифікації систем якості та акредитовані випробувальні лабораторії.

Органи з сертифікації продукції та органи з сертифікації систем якості несуть відповідальність за збір документів від заявника, обробку результатів дослідження акредитованих випробувальних лабораторій, прийняття рішення по об'єкту перевірки та видачу сертифікатів відповідності.

Акредитовані випробувальні лабораторії відповідають безпосередньо за проведення детального вивчення зразків продукції та надання висновків щодо відповідності продукції встановленим вимогам. Зазначимо, що практика повторних досліджень і перегляду результатів досліджень можлива лише при недостовірності наданих висновків випробування.

Органи з сертифікації системи якості фактично базують свою діяльність на одній серії стандартів, а саме ISO 9000, застосування якої в принципі дозволяє, на наш погляд, забезпечити відповідність встановленим нормам за допомогою чітко визначених правил та вимог для кожного з 4-х елементів системи: відповідальності керівництва, менеджменту ресурсів, випуску продукції та її поліпшення. Зазначимо також, що ISO 9000 є серією міжнародних стандартів, які втілюються на національних рівнях у вигляді локальних стандартів, зокрема, в Україні – у ДСТУ ISO 9001:2009.

Висновки та перспективи подальших досліджень Сертифікація продукції є одним з обов'язкових елементів системи технічного регулювання продукції в Україні, що полягає у підтвердженні відповідності товарів встановленим вимогам, тим самим забезпечуючи захист інтересів споживачів. Складність досліджуваного процесу обумовлена поступовою трансформацією законодавчої та адміністративно-управлінської бази здійснення сертифікації в Україні, а тому потребує подальшого детального дослідження та постійного відстеження всіх нововведень.

Література

1. Про підтвердження відповідності : Закон України : [Текст] // Відомості Верховної Ради України. — 2014. — № 4. — С. 61.
2. Про стандартизацію і сертифікацію : Декрет Кабінету Міністрів України : [Текст] // Відомості Верховної Ради України. — 1993. — № 27. — С. 289.
3. Про затвердження Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні : Наказ Державного Комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005 № 28 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0466-05>.
4. Про внесення змін до Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, та визнання такими, що втратили чинність, деяких наказів Державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації : Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 06.05.2015 № 451 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0546-15/paran7#n7>.
5. Типове положення про технічний комітет стандартизації від 20.05.2002 : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0578-02>.

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



**КОНЦЕПЦІЯ РОЗВИТКУ ХУТРОВОГО
КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ НА 2015-2020 РОКИ**

Концепція розроблена в рамках науково-дослідної роботи Київського національного університету технологій та дизайну МОН України – Науково-дослідним інститутом економіки відповідно до господарсько-договірної теми «Дослідження ринку хутра і хутрових виробів в Україні» (Угода №1 від 15.04.2015 р.).



Легка промисловість України: реалії та перспективи розвитку. Експертно-аналітична доповідь / Колектив авторів під науковою редакцією д-ра екон. наук, професора, член-кор. НАПН України І.М. Грищенко. – К.: КНУТД, 2015. – 80 с.

**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, квартира			
(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 небажаними 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 ГОСТ 7.1:2006. 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 – 193 с.

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.

Статті приймаються на поштову скриньку: ludmilaganuschak@gmail.com

Банківські реквізити журналу «Вісник КНУТД» для перерахування оплати за публікацію наукової статті (вартість 1 стор. формату А4 коштує 30 грн.):

Одержувач: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ отримувача: 02070890

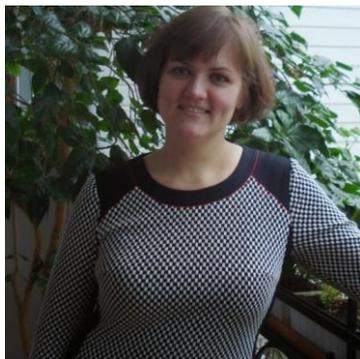
Банк отримувача : УДКСУ у Печерському р-ні м. Києва

Код банку отримувача: 820172

Розрахунковий рахунок: 31259228203551

Призначення платежу: П.І.Б. (автора (-ів) публікації) – за публікацію у журналі «Вісник КНУТД».

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



Антошишина Наталія Іванівна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, обліку та аудиту ПВНЗ «Європейський університет»



Гарафонова Ольга Іванівна
доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту, Державний Вищий навчальний заклад «Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана»



Герасимчук Наталія Андріївна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства Національного університету біоресурсів і природокористування України



Зварич Ігор Теодорович
доктор політичних наук, професор кафедри менеджменту та маркетингу Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Заслужений економіст України



Коберник Іван Валерійович
Кандидат економічних наук.
Self-employed, economic consultant



Міх Оксана Михайлівна
асистент кафедри підприємництва та бізнесу Київського
національного університету технологій та дизайну



Павлов Владислав Владиславович
кандидат економічних наук, ст. викладач кафедри економіка
підприємства Київського національного університету
технологій та дизайну



Чубукова Ольга Юріївна
доктор економічних наук професор, завідувач кафедри
економічної кібернетики та маркетингу Київського
національного університету технологій та дизайну



Шабельник Людмила Юріївна
аспірант відділу комплексних проблем державотворення
Інституту законодавства Верховної Ради України



Шевчук Василь Якович
доктор економічних наук, професор, генеральний директор
Центру досліджень сталого розвитку



Шкода Мар'яна Сергіївна
кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів
підприємств Київської гуманітарної академії



Штулер Ірина Юріївна
кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів
та банківської справи Національної академії управління



Щербак Валерія Геннадіївна
доктор економічних наук, професор, директор Науково-
дослідного інституту Київського національного університету
технологій та дизайну



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

Запрошуємо до участі у конференціях Київського національного університету технологій та дизайну

✓ XV всеукраїнська конференція молодих вчених та студентів «Наукові розробки молоді на сучасному етапі» - квітень, 2016 р.

(044) 256-84-27, konfmel@ukr.net

✓ III науково-практична Інтернет-конференція «Актуальні проблеми інженерної механіки» - березень, 2016 р.

(044) 256-21-97, kim@knutd.com.ua

✓ VI міжнародна науково-практична конференція «Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України» - жовтень, 2016 р.

(044) 256-21-45, fie@knutd.com.ua

✓ V міжнародна науково-практична конференція «Енергоефективний університет» - листопад, 2016 р.

(044) 256-29-19, kee@knutd.com.ua

✓ VI всеукраїнська наукова конференція молодих вчених та студентів «Проблеми науково-дослідної роботи та соціальної відповідальності студентів та молодих учених» - грудень, 2016 р.

(044) 256-21-84, kepo@knutd.com.ua

Більш детально про всі заходи:

www.knutd.com.ua



*Освітній
інноваційно-інвестиційний
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) 280-74-42

kurganskij.av@knutd.com.ua

www.knutd.com.ua