

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



№ (10), 2017



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!

**Презентуємо підручник для студентів вищих навчальних закладів
"Підприємницький бізнес"**



У підручнику висвітлюється важливість економічної освіти в сучасних умовах. Мета видання – систематизація знань про функціонування й розвиток бізнес-середовища, ознайомлення з особливостями заснування й здійснення власної справи, основами підприємницької, комерційної та посередницької діяльності, сутністю теоретичних і практичних питань, пов'язаних із веденням успішного бізнесу та можливостями його ефективної оптимізації. Видання спрямоване на професійний розвиток здібностей і здатностей молоді та формування в тих, хто навчається, необхідних професійних підприємницьких компетентностей.

Для зацікавлених:

тел.: +38 (050) 102-64-64,
01011, м. Київ, вул. Немировича-Данченка, 2,
корп. 1, видавничий відділ навчально-
методичних матеріалів, Василенко І.Ю.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ВІСНИК

**КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ**

№1 (107), 2017

Серія «Економічні науки»

Наукове фахове видання

Періодичність виходу: 6 разів на рік

Дата заснування: грудень 1999 р.

Київ 2017

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

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

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

№1 (107), 2017 Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації: серія КВ №19330–9130 ПР від 08.08.2012р.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи: ДК № 993 від 24.07.2002 р.

Журнал входить до переліку наукових фахових видань.

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

Індекс журналу в каталозі передплатних видань України – 91443

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, РИНЦ, Index Copernicus, Research Bible, PBN, JIF, OAJ, 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. , доктор економічних наук, професор, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки.
Заступник головного редактора:	Ганущак-Єфіменко Л.М. , д.е.н., доц. декан факультету підприємництва та права

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. 252

тел./факс: +38 (044) 256-29-86

e-mail: econ-vistnyk@knutd.com.ua; <http://econ-vistnyk.knutd.com.ua>

Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного університету технологій та дизайну, протокол № 7 від 22.02.2017 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, 2017**

**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)

№1 (107), 2017 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, academician National Academy of Pedagogical Sciences Ukraine, Honored Worker of Education of Ukraine, Laureate of the State Prize of Ukraine in science and technology.

Deputy Editor: **Liudmyla M. Ganushchak-Yefimenko** – 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 1-252

Tel./fax: +38 (044) 256-29-86

e-mail: econ-vistnyk@knutd.com.ua; <http://econ-vistnyk.knutd.com.ua>

Recommendations from Science Council of Kyiv National University of Technologies and Design, Protocol №7 of 22.02.2017

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.

© Kyiv National University of Technologies and Design, 2017

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, академік Національної академії педагогічних наук України, Заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки та техніки.

Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна – заступник головного редактора, доктор економічних наук, доцент., декан факультету підприємництва та права

Члени редакційної колегії

Денисенко Микола Павлович – доктор економічних наук, професор.

Куклін Олег Володимирович - доктор економічних наук, професор.

Крахмальова Ніна Анатоліївна - кандидат економічних наук, доцент.

Матюх Сергій Анатолійович – кандидат економічних наук, доцент.

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

Ольшанська Олександра Володимирівна– 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.

Герасимчук Наталія Андріївна – доктор економічних наук, доцент

Denis Ushakov - PhD, професор (Бангкок).

Dietmar Vahs – PhD, професор (Німеччина).

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

Grzegorz Ostasz - DSc, PhD Vice-Rector for International Relations Rzeszow University of Technology (Poland).

William H. Meyers – Emeritus Professor of Agricultural & Applied Economics Food and Agricultural Policy Research Institute (USA)

Мазур Наталія Петрівна – відповідальний секретар редакційної колегії.

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

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

тел./факс: +38 (044) 256-29-86

e-mail: econ-vistnyk@knutd.com.ua; <http://econ-vistnyk.knutd.com.ua>

Зміст

МОДЕРНІЗАЦІЯ ОСВІТИ

- 1 **Власюк Т. М.**
Вищий навчальний заклад як суб'єкт економічної діяльності 7
- 2 **Петрова-Кумінська С. В., Будкуте І. О., Щербина Л. О.**
Інноваційні аспекти підготовки фахівців для опоряджувальних виробництв текстильних підприємств Республіки Білорусь 16
- 3 **Попова Т. І., Беседіна Ю. О.**
Сутнісні характеристики інноваційних технологій як виду сучасних освітніх ресурсів 19

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

- 1 **Гаджієва Л. М. кизи**
Особливості стимулювання товарно-інноваційної діяльності вітчизняних підприємств 25
- 2 **Грона А. В.**
Стан та шляхи вдосконалення системи адміністрування ПДВ 29
- 3 **Попрозман О. І.**
Формування інститутів соціальної інфраструктури в умовах соціально-економічних трансформацій 37

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ

- 1 **Готра В. В.**
Фактори що впливають на успішну реалізацію консалтингових проектів 47
- 2 **Єршова О. О.**
Особливості стратегічного управління портфелем бізнесів підприємств 53
- 3 **Сергачова А. О.**
Маркетингові джерела створення вартості і підприємств на ринку 60
- 4 **Степова В. Е.**
Вдосконалення механізму просування товарів шкіргалантерейної промисловості на ринку 66

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

- 1 **Кухленко О. В., Смірнова О. О.**
Мобілізація інвестиційних ресурсів України у середньостроковій перспективі 72
- 2 **Ткачук В. А.**
Інвестиційна програма забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій 78

TABLE OF CONTENTS

MODERNIZATION OF EDUCATION

- 1 **Tetiana M. Vlasiuk**
Higher education institution as an economic entity 7
- 2 **Svitlana V. Petrova-Kuminskaya, I. A. Budkute, L. A. Shcherbina**
Innovative aspects of training specialists for textile finishing industry of the Republic of Belarus 16
- 3 **Tetiana I. Popova, Yuliia O. Besedyna**
Essential characteristics of innovative technologies in view of modern educational resources 19

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF ECONOMY

- 1 **Liaman Mirtalyb kyzy Hadzhiieva**
Specific patterns of encouraging commercial innovations at domestic enterprises 25
- 2 **Andrii V. Hrona**
VAT administration systems: the state and ways of improving 29
- 3 **Oleksandr I. Poprozman**
Social infrastructure institutions development under socioeconomic transformation 37

MODERN TENDENCIES AND MANAGEMENT PROBLEMS

- 1 **Viktoriiia V. Hotra**
Variables affecting consulting projects success 47
- 2 **Olena O. Yershova**
Specific features of strategic business portfolio management 53
- 3 **Alina O. Serhachova**
Marketing sources of company value creation on the market 60
- 4 **Valeriia E. Stepova**
Improvement of the mechanism of promotion of goods of leather industry in the market 66

INNOVATIVE-INVESTMENT POLICY

- 1 **Oleh V. Kuhlenko, Olha O. Smirnova**
Mobilization of investment resources of Ukraine in a medium-term prospect 72
- 2 **Vadym A. Tkachuk**
The investment program for the socioeconomic development of rural areas 78

УДК 378:338.465.4

Тетяна М. Власюк

Київський національний університет технологій та дизайну
**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД ЯК СУБ'ЄКТ
ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

У статті обґрунтовані основні положення концептуального підходу, що обумовлює дослідження вищих навчальних закладів як суб'єктів економічної діяльності. Визначено, що діяльність вищих навчальних закладів як суб'єктів економічної діяльності доцільно поділяти на основну (освітня, наукова) та іншу діяльність (управлінська, господарська, маркетингова, соціальна, фінансова).

Ключові слова: економічна діяльність, продукти економічної діяльності, системна модель функціонування вищих навчальних закладів.

Татьяна Н. Власюк

Киевский национальный университет технологий и дизайна
**ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ КАК СУБЪЕКТ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В статье обоснованы основные положения концептуального подхода к исследованию высших учебных заведений как субъектов экономической деятельности. Определено, что деятельность высших учебных заведений как субъектов экономической деятельности целесообразно разделять на основную (учебная, научная) и другую деятельность (управленческая, хозяйственная, маркетинговая, социальная, финансовая).

Ключевые слова: экономическая деятельность, продукты экономической деятельности, системная модель функционирования высших учебных заведений.

Tetiana M. Vlasiuk

Kyiv National University of Technologies and Design
**HIGHER EDUCATION INSTITUTION AS AN
ECONOMIC ENTITY**

The paper grounds the key provisions of the conceptual approach to studying higher education institutions as economic entities. From this perspective, it has been determined that higher education institutions activities can be divided into core operations (educational and research) and other (administrative, economic, marketing, social and financial).

Keywords: economic activity, products of economic activities, a systemic model of higher education institutions functioning.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. З формуванням ринкових відносин в Україні дія їхніх принципів виходить, власне, за межі економіки і починає виявлятися у соціальній сфері, де донедавна традиційно монополістом була держава. Зокрема, йдеться про вищі навчальні заклади (далі – ВНЗ), для яких сьогодні все більш характерним стає заробляння коштів. Тобто виникла і починає зміцнюватися тенденція комерціалізації діяльності вишів, перетворення їх на економічні корпорації [1, с. 194]. Такий стан справ обумовлює актуальність дослідження вищих навчальних закладів як суб'єктів економічної діяльності.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Вагомий внесок в дослідженні економічних аспектів розвитку вищої освіти в Україні зробили такі вітчизняні вчені як В. Базелевич, В. Геєць, І. Грищенко, М. Єрмошенко, Т. Оболенська, В. Пономаренко, І. Тимошенко, Л. Федулова та інші. Світові тенденції у розвитку вищої освіти вивчали

зарубіжні вчені – Г. Беккер, Дж. М. Кейнс, Б. Кларк, К. Поланьї, А. Сміт, Е. Тоффлер, Ф. Фукуяма, Й. Шумпетер та інші.

Невирішені частини дослідження. Аналіз і узагальнення літературних джерел та спеціальних наукових досліджень показав, що у своїх дослідженнях вчені приділяли увагу розкриттю сутності економіки знань та питанням розробки стратегії розвитку вищої освіти. Водночас недостатньо висвітленими в економічній літературі залишаються питання, пов'язані з дослідженням вищих навчальних закладів як суб'єктів економічної діяльності.

Необхідність дослідження цієї проблеми на належному рівні, з урахуванням специфіки й особливостей розвитку ринкових відносин в Україні зумовила вибір теми статті та визначила її мету і завдання.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні основних положень концептуального підходу щодо дослідження вищих навчальних закладів як суб'єктів економічної діяльності.

Виклад основних результатів та їх обговорення. Трансформація соціально-економічної ситуації в країні в кінці ХХ на початку ХХІ століть викликала принципові зміни в системі вищої освіти. Реформування вищої освіти зумовило зміну функцій ВНЗ як одного з основних суб'єктів суспільних відносин в системі вищої освіти, загострило цілий комплекс проблем, пов'язаних з розглядом їх як суб'єктів економічної діяльності.

Економічна діяльність є одним із фундаментальних понять як філософії, так і економіки, що розглядається як основний стан існування людства, який реалізує цілеспрямовану волю суб'єкта [2, с. 135].

Економічна діяльність – це найважливіша форма свідомої та цілеспрямованої трудової діяльності людей, у процесі якої вони здебільшого вступають в активні зв'язки з природою та економічними зв'язками й відносинами між собою для створення економічних благ у різних сферах суспільного відтворення (безпосередньому виробництві, обміні, розподілі, споживанні), а також формують свою особистість. Економічна діяльність – це процес, тому має свою мету (створення благ і особистості), засоби (засоби виробництва) і результат (економічні блага у формі корисних для суспільства товарів і послуг). Окремі види економічної діяльності не пов'язані безпосередньо з активними відношеннями людина – природа (діяльність у сфері освіти, охорони здоров'я та ін.) [3, с. 14].

Економічна діяльність – це процес суспільного виробництва, який спрямований на створення благ, необхідних для задоволення різноманітних потреб людей. Це ще й виробництво самого життя людей, оскільки при цьому забезпечуються засоби їх фізичного існування, а також реалізація і розвиток їх здібностей [4].

Починаючи з 2001 року «освіта» почала відображатися як окремий вид діяльності в Україні у статистичних показниках соціально-економічного стану держави. Також «освіта» як окремий вид економічної діяльності відображається в міжнародній стандартній галузевій класифікації видів економічної діяльності (далі – МСВЕД) (табл. 1).

За результатами проведеного аналізу визначено, що у КВЕД на відміну від МСВЕД дошкільну і початкову освіту виокремлено в окрему групу, вища освіта включає клас 85.41 «Професійно-технічна освіта на рівні вищого професійно-технічного навчального закладу», що передбачає надання освіти після здобуття середньої освіти, яка не може вважатися вищою освітою. Наприклад, надання допоміжної освіти після здобуття середньої освіти для підготовки до другого етапу вищої освіти або невищої професійної освіти [6].

Відповідно до МСВЕД підгрупа 853 «Вища освіта» включає післясередню освіту, що не веде до отримання вищої освіти, а також вищу освіту, що передбачає присвоєння ступенів бакалавра, магістра і інших вчених ступенів [5].

Таблиця 1

Характеристика «освіти» в рамках класифікацій видів економічної діяльності

Міжнародна стандартна галузева класифікація видів економічної діяльності [5]			Класифікатор видів економічної діяльності (далі – КВЕД) 2010 [6]		
розділ Р «Освіта»			секція Р «Освіта»		
Під розділ	Група	Підгрупа	Розділ	Група	Клас
85 Освіта	851 Дошкільна і початкова освіта	8510 Дошкільна і початкова освіта	85 Освіта	85.1 Дошкільна освіта	85.10 Дошкільні освіта
				85.2 Початкова освіта	85.20 Початкова освіта
	852 Середня освіта	8521 Загальна середня освіта 8522 Технічна і професійна освіта		85.3 Середня освіта	85.31 Загальна середня освіта
					85.32 Професійно-технічна освіта
	853 Вища освіта	853 Вища освіта		85.4 Вища освіта	85.41 Професійно-технічна освіта на рівні вищого професійно-технічного навчального закладу
					85.42 Вища освіта
	854 Інша освіта	8541 Освіта в сфері спорту і дозвілля 8542 Освіта в сфері культури 8549 Освіта, що не включена в інші категорії		85.5 Інші види освіти	85.51 Освіта у сфері спорту та відпочинку
					85.52 Освіта у сфері культури
					85.53 Діяльність шкіл підготовки водіїв транспортних засобів
	855 Допоміжна діяльність в галузі освіти	8550 Допоміжна діяльність в сфері освіти		85.6 Допоміжна діяльність у сфері освіти	85.59 Інші види освіти н.в.і.у.
85.60 Допоміжна діяльність у сфері освіти					

Джерело: [5, 6].

У КВЕД до класу 85.42 «Вища освіта» включається перший, другий і третій рівні вищої освіти, а також діяльність шкіл мистецтв, що надають вищу освіту. Натомість стаття 5 Закону України «Про вищу освіту» передбачає такі рівні вищої освіти: 1) початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти; 2) перший (бакалаврський) рівень; 3) другий (магістерський) рівень; 4) третій (освітньо-науковий) рівень; 5) науковий рівень [7]. Тобто, КВЕД доцільно привести у відповідність до законодавства України з метою недопущення викривлення статистичної інформації, оскільки ВНЗ повинні відслідковувати стан ринку освітніх послуг,

оцінювати своє положення на цьому ринку з метою забезпеченості стійкості функціонування ВНЗ в економічних умовах, що постійно змінюються.

Сучасний ВНЗ – це особливий суб'єкт економічних відносин. У ВНЗ формується, концентрується, розвивається один із найважливіших різновидів економічних ресурсів – людські, при цьому найвищої кваліфікації. Завдання вишів, засновників та держави – організувати цей потенціал, стимулювати найбільшу віддачу від його використання. Освіта, дослідження, експертне консультування – це функції, що притаманні навчальним закладам і є невідокремленими від нього, тому економічна діяльність повинна формуватися на їх основі.

І. М. Грищенко зазначає, що університет як економічний суб'єкт здійснює цілу низку господарських відносин. Економічні відносини університету доцільно розглядати як багатогранне поняття, що охоплює всі види діяльності, зокрема економічну (формування надходжень та розподіл видатків), правову (нормативно-регулюючі документи університету, нормативно-правова база у сфері освіти України), організаційно-адміністративну (навчально-методичне забезпечення, організаційне забезпечення господарської діяльності) та соціальну (надбавки та нарахування до заробітної плати, матеріальна допомога, відшкодування витрат на харчування, стипендії) [8, с. 56–57].

І. А. Краснобаєва розглядаючи концептуальну схему ВНЗ виділяє такі види діяльності: 1) економічна (управління економічним розвитком, управління фінансами, управління комерційною діяльністю, управління працею і заробітною платою); 2) управлінська (управління стратегією розвитку, організація системи і процесів управління, управління персоналом, управління соціальним розвитком); 3) маркетингова (управління якістю освітнього процесу, управління маркетингом освіти, управління зовнішніми зв'язками); 4) освітня (управління підготовкою навчально-методичного процесу, управління освітнім і методичним процесом, управління інформацією і комп'ютеризацією); 5) наукова (управління науково-консалтинговою діяльністю, управління проектно-конструкторськими роботами); 6) господарська (управління охороною праці, управління матеріально-технічним забезпеченням, управління транспортом, управління обслуговуючим господарством) [9].

А. П. Єгоршин розширив концептуальну схему ВНЗ розроблену І. А. Краснобаєвою, розробивши функціональні моделі діяльності вишів. При формуванні функціональної моделі економічної діяльності ВНЗ автором виділено такі напрями: 1) управління фінансами і бухгалтерським обліком (бюджет (система доходів і витрат); кошториси за статтями витрат, бухгалтерський баланс, ціноутворення, оподаткування, інвестиції (капіталовкладення), дебітори і кредитори, валютні операції); 2) управління економічним розвитком («портфель замовлень», річний квартальний план, економічні нормативи, критерії і показники ефективності, «дерево цілей і рішень», економічний аналіз діяльності); 3) управління комерційною діяльністю (портфель замовлень, навчальне обладнання, оргтехніка, комерційні проекти, нерухомість, меблі та офісне обладнання, брокерська діяльність); 4) управління працею і заробітною платою (положення про оплату праці, контрактна система, погодинна система завантаження, нормативи, посадові оклади, фонд заробітної плати, фонд преміювання) [10].

О. Б. Моргулець розглядаючи модель процесно-цільового управління ВНЗ виділяє основні операційні процеси (освітні та науково-дослідна діяльність) та допоміжні (підтримуючі) процеси (маркетинг, ресурсне забезпечення, фінансування) [11].

Вважаємо, що діяльність ВНЗ як економічного суб'єкту включає основну та іншу діяльності, забезпечуючи зважений баланс між стратегією його розвитку і функціонуванням (рис. 1).

Відповідно до Закону України «Про вищу освіту» освітня діяльність – діяльність вищих навчальних закладів, що провадиться з метою забезпечення здобуття вищої, післядипломної освіти і задоволення інших освітніх потреб здобувачів вищої освіти та інших осіб [7].



Джерело: авторська розробка.

Рис. 1. Системна модель економічної діяльності ВНЗ

Наукова діяльність – інтелектуальна творча діяльність, спрямована на одержання нових знань та (або) пошук шляхів їх застосування, основними видами якої є фундаментальні та прикладні наукові дослідження [12].

До інших видів діяльності ВНЗ доцільно віднести такі види:

управлінська – сукупність скоординованих дій та заходів, спрямованих на ефективне виконання робіт (індивідуально чи колективно) з досягнення певної мети, вирішення відповідних завдань, виконання функцій в межах ВНЗ. При цьому до основних складових управлінської діяльності доцільно віднести такі види робіт: адміністративно-організаційна, інформаційно-аналітична, прогностична, планувальна, контрольно-оцінювальна, комунікативно-регулятивна та прийняття рішень;

правова робота – виконує правоохоронну і правозахисну функцію (застосування правових засобів і правових актів в процесі здійснення господарської діяльності), а також економічну функцію (забезпечення ефективної основної та іншої статутної діяльності суб'єкта господарювання).

маркетингова – спрямована на задоволення потреб цільових аудиторій шляхом визначення, створення та просування довготривалих конкурентних переваг ВНЗ і формування пріоритетних напрямів розвитку [13];

соціальна – цілеспрямована діяльність, що повинна забезпечити поліпшення умов праці (освіти), життя і здоров'я, а також інші питання соціального розвитку шляхом створення і підтримання функціонування об'єктів соціальної інфраструктури (їдальні, кафе, буфети; лікарні, поліклініки, медпункти; власні житлові будинки, заклади обслуговування;

факультети та курси підвищення кваліфікації; бази та будинки відпочинку, спортивні споруди тощо);

фінансова – система форм і методів, які використовуються для фінансового забезпечення функціонування ВНЗ та досягнення ними поставлених цілей, за рахунок ефективного використання коштів спеціального фонду та загального фонду відповідно до кошторису та планів асигнувань видатків загального фонду державного бюджету за всіма бюджетними програмами.

Тобто сучасний український ВНЗ доцільно досліджувати як економічний суб'єкт. При цьому можна виділити такі основні положення цього концептуального підходу:

1) ВНЗ – окремих вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності на певних рівнях вищої освіти, проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей [7]. Як економічний суб'єкт ВНЗ є товаровиробником, що розвивається і функціонує за принципами змішаної економіки в умовах товарно-грошових відносин;

2) до продуктів економічної діяльності ВНЗ відносять:

освітні послуги – є діяльністю (педагогічною, науковою, виховною) працівників сфери освіти, що задовольняє потреби суб'єктів освіти;

засоби передавання знань – створюються і оновлюються постійно в процесі освітнього виробництва для навчального процесу (монографії, підручники, посібники, навчальні та методичні матеріали, статті тощо);

компетентності – динамічна комбінація знань, вмінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, яка визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти [7];

науковий продукт – результат науково-інноваційної діяльності ВНЗ, що включає об'єкти права інтелектуальної власності; наукові й науково-педагогічні послуги; послуги з виробничих випробувань, виробничої перевірки технологій і обладнання, сертифікації, оцінювання якості продукції; засоби поширення наукових знань;

непрофільна продукція і послуги – обсяг платних послуг, що надаються ВНЗ організаціям, населенню і своїм співробітникам через використання структурних підрозділів непрофільного характеру (транспортно-ремонтні, редакційно-видавничі і інші роботи та послуги);

3) основними джерелами фінансування ВНЗ є кошти загального та спеціального фондів. Загальний фонд формується за рахунок коштів державного бюджету. Розміри бюджетних призначень на підготовку фахівців з вищою освітою, а також на підготовку наукових і науково-педагогічних кадрів встановлюються у Державному бюджеті України на відповідний рік [7]. Спеціальний фонд формується за рахунок коштів отриманих від надання платних послуг ВНЗ у сферах освітньої, наукової та науково-технічної діяльності у сферах міжнародного співробітництва, охорони здоров'я, відпочинку, дозвілля, оздоровлення, туризму, фізичної культури та спорту, побутових, житлово-комунальних та інших послуг [14]; при цьому ВНЗ мають право провадити фінансово-господарську діяльність в Україні та за кордоном [7];

4) ВНЗ у порядку, визначеному законом, та відповідно до статуту має право засновувати сталий фонд (ендаумент) та розпоряджатися доходами від його використання відповідно до умов функціонування сталого фонду, а також отримувати майно, кошти і матеріальні цінності, зокрема будинки, споруди, обладнання, транспортні засоби, від

державних органів, органів місцевого самоврядування, юридичних і фізичних осіб, у тому числі як благодійну допомогу; відкривати поточні та депозитні рахунки у національній та іноземній валютах відповідно до законодавства, користуватися банківськими кредитами [7];

5) ВНЗ має право брати участь у формуванні статутного капіталу інноваційних структур і утворених за їх участю малих підприємств, що розробляють і впроваджують інноваційну продукцію, шляхом внесення до них нематеріальних активів (майнових прав на об'єкти права інтелектуальної власності); засновувати підприємства для провадження інноваційної та/або виробничої діяльності шляхом внесення нематеріальних активів (майнових прав на об'єкти права інтелектуальної власності), брати участь у формуванні статутного капіталу інноваційних структур різних типів (наукових, технологічних парків, бізнес-інкубаторів тощо) [7];

б) використовувати майно, закріплене за ним на праві господарського відання, у тому числі для провадження господарської діяльності, передавати його в оренду та в користування відповідно до законодавства; створювати власні або використовувати за договором інші матеріально-технічні бази для провадження освітньої, наукової, інноваційної або господарської діяльності [7];

7) спрямовувати кошти на соціальну підтримку науково-педагогічних, наукових, педагогічних та інших працівників вищих навчальних закладів та осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах [7].

Інша діяльність ВНЗ, що має непрофільний характер, повинна здійснюватись в підтримку освітньої та наукової діяльності, тобто основна діяльність має залишатися пріоритетною порівняно з іншими видами діяльності вишів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Вітчизняні ВНЗ на разі випробовують всі складнощі, які властиві реформуванню та трансформації будь-якої великої та суспільно-важливої соціально-економічної системи, життєздатність якої забезпечується за рахунок її надійності, стійкості та розвитку.

ВНЗ є економічним суб'єктом, який здійснює різноманітні економічні дії. ВНЗ здійснює цілу низку економічних відносин – це й витрати на персонал (від ректора до охоронця), і видатки на техніку, обладнання й устаткування, закупівля матеріалів для освітнього та наукового процесу тощо. У той же час це й видатки на студентів, витрати на проживання, оренду майна, оплата за користування послугами на території ВНЗ тощо [2]. Тобто, сучасний ВНЗ здійснює економічну діяльність, результатом якої є виробництво освітніх, наукових та непрофільних продуктів; проводить фінансово-господарську діяльність, бере участь у формуванні статутного капіталу інноваційних структур і утворених за їх участю малих підприємств, засновує підприємства для провадження інноваційної та/або виробничої діяльності, спрямовує кошти на соціальну підтримку науково-педагогічних, наукових, педагогічних та інших працівників та осіб, які навчаються у вищих навчальних закладах.

Результатом здійснення економічної діяльності є випуск висококваліфікованих фахівців з певним рівнем компетентностей; створення наукових інноваційних продуктів; зростання ресурсного потенціалу ВНЗ; збільшення надходжень до спеціального фонду і як результат вищенаведеного підвищення іміджевої привабливості ВНЗ.

References

Література

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Martyniuk V. P. Ekonomichna bezpeka vyshchikh navchalnykh zakladiv v Ukraini: poredumovy otsiniuvannya / V. P. Martyniuk // Ekonomika. Menedzhment. Pidpryemnytstvo. – 2013. – № 25 (II). – S. 193–198. | 1. Мартинюк В. П. Економічна безпека вищих навчальних закладів в Україні: передумови оцінювання / В. П. Мартинюк // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2013. – № 25 (II). – С. 193–198. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

2. Grishchenko I. M. Faktory pidvyshchennia efektyvnosti osvitnoi diialnosti vyshchych navchalnykh zakladiv Ukrainy / I. M. Hryshchenko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2016. – № 3. – S. 134–141.
3. Ekonomichna entsyklopediia: u trokh tomakh. T.1 / Redkol.: ... S. V. Mochernyi (vidp. red.) ta in. – K.: Vydavnychiy tsentr «Akademiia», 2000. – 864 s.
4. Ekonomichna diialnist suspilstva: poniattia ta rezultaty: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21636.
5. Mezhdunarodnaia standartnaia otraslevaia klassyfykatsiia vseh vydiv ekonomicheskoi deiatelnosti. Chetverti peresmotrennyi varyant: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4r.pdf.
6. KVED-2010: Sektsiia P: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/SECT/KVED10_P.html.
7. Pro vyshchu osvitu: Zakon Ukrainy vid 01.07.2014 № 1556-VII: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
8. Hryshchenko I. M. Ekonomichni i sotsialni aspekty efektyvnoho rozvytku vyshchoi shkoly / kolektyv avtoriv; za zah. red. chl.-kor. NAPN Ukrainy, d-ra ekon. nauk, prof. I. M. Grishchenko. – K.: Pedagogichna dumka, 2015. – 480 s.
9. Krasnobaeva I.A. VUZ kak subekt rynochnoy ekonomiki: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://obr-econ.muh.ru/images/stories/doc/111212_krasnobaeva_01.pdf
10. Egorshin A. P. Prognoz (o perspektivakh obrazovaniya v Rossii): [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://sci.informatika.ru/text/magaz/newspaper/messedu/cour0089/2000.html>
11. Morhulets O. B. Model protsesno-tsilovoho upravlinnia VNZ / O. B. Morhulets // Ekonomika i upravlinnia. – 2015. – № 2. – S. 94–102.
12. Pro naukovu i naukovo-tekhnichnu diialnist: Zakon Ukrainy vid 26.11.2015 № 848-VIII: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19>.
2. Грищенко І. М. Фактори підвищення ефективності освітньої діяльності вищих навчальних закладів України / І. М. Грищенко // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 134–141.
3. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.1 / Редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.
4. Економічна діяльність суспільства: поняття та результати: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.ua/vnz/reports/econom_theory/21636.
5. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности. Четвертый пересмотренный вариант: [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_4rev4r.pdf.
6. КВЕД-2010: Секция P: [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/SECT/KVED10_P.html.
7. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII: [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
8. Грищенко І. М. Економічні і соціальні аспекти ефективного розвитку вищої школи / колектив авторів; за заг. ред. чл.-кор. НАПН України, д-ра екон. наук, проф. І. М. Грищенко. – К.: Педагогічна думка, 2015. – 480 с.
9. Краснобаева И. А. ВУЗ как субъект рыночной экономики: [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://obr-econ.muh.ru/images/stories/doc/111212_krasnobaeva_01.pdf
10. Егоршин А. П. Прогноз (о перспективах образования в России): [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://sci.informatika.ru/text/magaz/newspaper/messedu/cour0089/2000.html>
11. Моргулец О. Б. Модель процесно-цільового управління ВНЗ / О. Б. Моргулец // Економіка і управління. – 2015. – № 2. – С. 94–102.
12. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII: [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/848-19>.

-
13. Budnikevych I. M. Uzgodzhennia orhanizatsiinoi kultury ta napriamiv stratehichnoho rozvytku vyshchoho navchalnoho zakladu: marketynhovyi pidkhid / I. M. Budnikevych, I. A. Krupenna, N. V. Romaniuk // Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu. – 2014. – № 717. – S. 52–57.
13. Буднікевич І. М. Узгодження організаційної культури та напрямів стратегічного розвитку вищого навчального закладу: маркетинговий підхід / І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна, Н. В. Романюк // Науковий вісник Чернівецького університету. – 2014. – № 717. – С. 52–57.
14. Pro zatverdzhennia pereliku platnykh posluh, yaki mozhut nadavatysia navchalnymy zakladamy, inshymy ustanovamy ta zakladamy systemy osvity, shcho nalezhat do derzhavnoi i komunalnoi formy vlasnosti: Postanova Kabinetu ministriv Ukrainy 27.08.2010 № 796: [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/796-2010-%D0%BF>.
14. Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися навчальними закладами, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності: Постанова Кабінету міністрів України 27.08.2010 № 796: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/796-2010-%D0%BF>.

УДК 378.4

Світлана В. Петрова-Кумінська, І. О. Будкуте, Л. О. Щербина

Установа освіти «Могильовський державний університет продовольства»

**ИННОВАЦИЙНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ОПОРЯДЖУВАЛЬНИХ
ВИРОБНИЦТВ ТЕКСТИЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕСПУБЛІКИ БІЛОРУСЬ**

У статті визначено пріоритетні підходи до організації освітнього процесу підготовки фахівців для опоряджувальних виробництв текстильних підприємств Республіки Білорусь.

Ключові слова: інновація, навчальний процес, інженер.

Светлана В. Петрова-Куминская, И. А. Будкуте, Л. А. Щербина

Учреждение образования «Могилевский государственный университет продовольствия»

**ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
ДЛЯ ОТДЕЛОЧНЫХ ПРОИЗВОДСТВ ТЕКСТИЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

В статье определены приоритетные подходы в организации учебного процесса подготовки специалистов для отделочных производств текстильных предприятий Республики Беларусь.

Ключевые слова: инновация, учебный процесс, инженер.

Svitlana V. Petrova-Kuminskaya, I. A. Budkute, L. A. Shcherbina

Education Institution «Mogilev State University of Food Technologies»

**INNOVATIVE ASPECTS OF TRAINING SPECIALISTS FOR TEXTILE FINISHING
INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF BELARUS**

The article defines the priority approaches to arranging education process of training specialists for textile finishing industry in the Republic of Belarus.

Keywords: innovation, educational process, engineer.

Вступ. Ключовою фігурою сучасної інноваційної економіки є інженер, здатний генерувати нові ідеї і їх реалізовувати. Тому традиція лекційно-семінарська система побудови освітнього процесу застаріла або, принаймні, є недостатньою для підготовки у вищих навчальних закладах випускників, які претендують на звання інженера. Підготовку творчих і креативних фахівців можна здійснити тільки при умові застосування інноваційних методів викладання. Крім того, в даний час роботодавці при виборі молодих фахівців велику увагу приділяють не тільки рівню їх знань, але також практичних умінь і навиків. У зв'язку з цим, на відміну від традиційних форм освіти, орієнтованих на засвоєння теоретичних знань, в сучасних умовах освітній процес в будь-якому вузі повинен бути спрямований на практико-орієнтовану підготовку, яка неможлива без набуття досвіду професійної діяльності.

Постановка завдання. Враховуючи актуальність і важливість формування у майбутніх фахівців зазначених якостей, назріла необхідність переходу на різнопланову систему підготовки інженерів, що передбачає різні динамічні, творчі і практико-орієнтовані форми ведення навчального процесу.

Результати дослідження. На кафедрі хімічної технології високомолекулярних сполук (ХТВМС) Могильовського державного університету продовольства, яка готує інженерів-хіміків-технологів за спеціальністю «Хімічна технологія органічних речовин, матеріалів і виробів», реалізуються такі пріоритетні підходи при формуванні освітнього процесу:

- залучення студентів до участі в науково-дослідних роботах, що представляють інтерес для підприємств Білоруського державного концерну по виробництву і реалізації

товарів легкої промисловості («Біллегпром») і Білоруського державного концерну з нафти та хімії («Білнафтхім»);

- виконання навчальних науково-дослідних і дипломних робіт в рамках спільних інноваційних проектів з підприємствами;

- виконання курсових і дипломних проектів, спрямованих на вирішення конкретних питань модернізації та реконструкції діючих виробництв, на вдосконалення асортименту і підвищення якості продукції, що випускається промисловими підприємствами хімічної та текстильної промисловості;

- забезпечення поглибленої практичної підготовки студентів (спеціалістів) на виробничій базі підприємств концернів;

- залучення провідних і досвідчених інженерів підприємств до підготовки фахівців (для керівництва курсових і дипломних проектів, читання лекцій за сучасними і актуальними технологіями в області виробництва хімічної та текстильної продукції);

- функціонування філій кафедри ХТВМС на підприємствах.

Всі навчальні дисципліни, починаючи з молодших курсів, реалізовані у варіанті навчально-дослідних робіт і включають елементи досліджень, причому значимість цього аспекту навчання безперервно зростає в міру переходу студентів на старші курси. Крім того, навчальний план включає дисципліну «Навчально-дослідницька робота студентів» (НДРС), метою якої є формування у студентів знань, умінь і навичок організації та виконання експериментальних науково-дослідних (в тому числі інноваційних) робіт. Переважною є така організація НДРС, коли дослідження безпосередньо пов'язується з курсовим проектуванням і продовжується в рамках дипломного проектування.

У викладанні деяких спеціальних дисциплін використовується «метод проектів» і елементи «керованої науково-дослідницької роботи». Це комплексні методи навчання, що надають майбутнім фахівцям можливість проявити самостійність в плануванні, організації і контролі своєї навчально-пізнавальної діяльності. При цьому викладач пропонує на вибір студентам кілька науково-практичних завдань (проектів), які потребують вирішення. При виконанні студентам доводиться проводити пошук апріорної науково-технічної інформації з вітчизняних і закордонних джерел, планувати і виконувати експеримент, оформляти звіт і представляти результати виконання проекту для обговорення в студентській групі і / або на студентській конференції. Крім того, на кафедрі ХТВМС поширена практика залучення студентів (навіть молодших курсів) до участі в науково-дослідних роботах, що представляють інтерес для підприємств. Причому, деякі з цих робіт проходять в дослідних центрах (лабораторіях) підприємств. За курсового та дипломного проектування на кафедрі впроваджені нові, які стали для кафедри вже традиційними, форми організації освітнього процесу, що наближають його до потреб виробництва. Зокрема, розробка тематик дипломних і курсових проектів, яка щорічно оновлюється, здійснюється спільно з провідними фахівцями підприємств хімічної і текстильної промисловості. Завдання на курсові та дипломні проекти містять науково-дослідний розділ.

В цілому, основна концепція кафедри хімічної технології високомолекулярних сполук в плані підготовки молодих фахівців для промисловості Республіки Білорусь полягає не тільки в передачі знань від викладачів до студентів, а й у розвитку у них аналітичного мислення, вміння знаходити причинно-наслідкові зв'язки, в формуванні навичок з розробки та оптимізації хіміко-технологічних процесів. Крім того, освітній процес на кафедрі має на увазі обов'язкове освоєння сучасних інформаційних технологій та іноземної мови. В цьому плані особливістю підготовки студентів на кафедрі є можливість більш глибокого освоєння ними іноземної мови в форматі факультативу (64 години). Акцент при цьому робиться на вивчення особливостей технічної лексики, пов'язаної з виробництвом і обробкою

волокнистих матеріалів. При цьому студенти виконують переклад науково-технічних статей з провідних світових наукових журналів, часто мають безпосереднє відношення до теми науково-дослідних робіт, що проводяться ними в рамках НДРС або інших дисциплін.

Практико-орієнтоване навчання безпосередньо пов'язане з проведенням навчальної, виробничої та переддипломної практик студентів з метою їх занурення в професійне середовище. З метою мінімізації тривалості адаптації молодих фахівців на виробництві та зниження непродуктивних витрат підприємства на донавчання вибір місця технологічної та переддипломної практик пов'язаний з передбачуваним місцем майбутньої роботи студента.

Для забезпечення ефективної професійної підготовки інженерів-хіміків-технологів організовані філії кафедри хімічної технології високомолекулярних сполук на ВАТ «Могильовхімволокно» і ВАТ «Моготекс», які, за великим рахунком, є навчальними і науковими центрами. Тут здійснюється освітній процес: проводяться лекційні, практичні, лабораторні заняття з усіх спеціальних дисциплін, науково-дослідницька робота. Місцезнаходження філії значно полегшує доступ студентів на діючі виробництва, де триває практико-орієнтоване навчання за допомогою технічних екскурсій і всіх видів практик. Проведення навчального процесу на діючому підприємстві дозволяє майбутнім фахівцям не тільки освоювати теоретичний матеріал, проводити лабораторні дослідження, а й освоювати технологічні процеси, знайомлячись з діючими виробництвами. Ряд навчальних занять з окремих дисциплін проводяться в навчальних класах і цехах «Могильовхімволокно» і «Моготекс». Такий формат, безумовно, дозволяє ефективніше готувати майбутніх фахівців.

Найважливішим моментом, що підвищує якість і практичну орієнтованість підготовки інженерів-хіміків-технологів, є наявність можливості залучення фахівців підприємств до проведення навчального процесу в формі лекцій, практичних занять, екскурсій, практик, курсового і дипломного проектування, прийому державних іспитів і захисту дипломних проектів. Державні екзаменаційні комісії по захисту дипломних проектів та робіт відзначають, що активне впровадження нових форм і методів організації навчального процесу, що здійснюється кафедрою хімічної технології високомолекулярних сполук спільно з кадровими, технологічними та іншими службами підприємств, є ефективним, перспективним і відповідним цілям і завданням економічного розвитку Республіки Білорусь.

Певною мірою нове дихання робота з пошуку і впровадження сучасних методів навчання отримала з початком в грудні 2013 р. участі кафедри хімічної технології високомолекулярних сполук в проекті «Університет і промисловість для модернізації сектора текстильного виробництва в Білорусі» в рамках міжнародної програми Tempus. Одним з нових напрямків формування навчального процесу стало налагодження зворотного зв'язку зі студентами, який реалізується в форматі анкетування для виявлення існуючих проблем щодо різних аспектів навчання. З метою максимальної відповідності рівня підготовки кадрів потребам текстильної промисловості введена процедура анкетування випускників і співробітників підприємств, які є роботодавцями, на предмет оцінки їх задоволеності якістю освітніх послуг, що надаються університетом. Тепер результати анкетування є базою для розробки заходів, по-перше, щодо вдосконалення самого освітнього процесу, по-друге, щодо посилення взаємодії між університетом і підприємствами.

Висновок. Таким чином, реалізація зазначених інноваційних підходів в навчальному процесі дозволяє університету підняти рівень підготовки фахівців для опоряджувальних виробництв текстильних підприємств Республіки Білорусь на новий рівень і випускати інженерів, здатних працювати в умовах сучасної економіки.

УДК 004

Тетяна І. Попова, Юлія О. Беседіна
Українська інженерно-педагогічна академія
**СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ЯК ВИДУ СУЧАСНИХ ОСВІТНІХ РЕСУРСІВ**

У статті розглянуто інноваційні технології як вид сучасних освітніх ресурсів. На основі аналізу виявлено та охарактеризовано різновиди освітніх інновацій та фактори їх виникнення, впровадження, впливу та наслідків, надано їх класифікацію. Доведено, що для задоволення потреби в сучасних освітніх ресурсах обов'язковим є використання інноваційних технологій.

Ключові слова: педагогічна інновація, освітні інновації, класифікація, педагогічна технологія, система, процес, навчання.

Татьяна И. Попова, Юлия А. Беседина
Украинская инженерно-педагогическая академия
**СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК
ВИД СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ**

В статье рассмотрены инновационные технологии как вид современных образовательных ресурсов. На основе анализа выявлены и охарактеризованы разновидности образовательных инноваций и факторы их возникновения, внедрения, воздействия и последствий, представлена их классификация. Доказано, что для удовлетворения потребности в современных образовательных ресурсах обязательным является использование инновационных технологий.

Ключевые слова: педагогическая инновация, инновации в области образования, классификация образовательных инноваций, педагогическая технология, система, процесс, обучение.

Tetiana I. Popova, Yuliia O. Besedyna
Ukrainian Engineering Pedagogics Academy
**ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES
IN VIEW OF MODERN EDUCATIONAL RESOURCES**

The paper considers innovative technology in view of modern educational resources. On the basis of the analysis the authors identify and describe a variety of educational innovations and factors of their occurrence, implementation, impact and effects, along with presenting their classification. It is proved that to meet the needs in modern educational resources the use of innovative technologies is mandatory.

Keywords: pedagogical innovation, innovation in education, classification of educational innovations, pedagogical technology, system, process, training.

Постановка проблеми. Розвиток системи освіти вимагає від педагогічної науки і практики вивчення і впровадження нових методів навчання. Відбором, теоретичним осмисленням, класифікацією педагогічних інновацій займається нова галузь педагогічного знання – педагогічна інноватика (лат. Innovation – оновлення, зміна). Її прогностичні розвідки, аналіз, оцінки конкретних реалій мають непересічну цінність і для педагогічної практики, особливо для налаштованих на творчість педагогів.

За своїм змістом, формами і методами освіта не є незмінним, закріпленим феноменом, адже вона весь час реагує на нові цивілізаційні виклики, суспільні реалії, враховує тенденції, перспективи розвитку людства, національного буття народу. Однак

оновлення навчально-виховної практики часто відставало від темпів цивілізаційного розвитку, соціальних вимог до неї.

Дослідники проблем педагогічної інноватики (О. Арламов, М. Бургін, В. Журавльов, Н. Юсуфбекова, А. Ніколс та ін.) намагаються співвіднести поняття нового у педагогіці з такими характеристиками, як корисне, прогресивне, позитивне, сучасне, передове [1]. Зокрема, В. Загвязинський вважає, що нове у педагогіці - це не лише ідеї, підходи, методи, технології, які у таких поєднаннях ще не висувались або ще не використовувались, а й той комплекс елементів чи окремі елементи педагогічного процесу, які несуть у собі прогресивне начало, що дає змогу в ході зміни умов і ситуацій ефективно розв'язувати завдання освіти.

Отже, питання інновацій в освіті є дуже об'ємним і потребує більш детального вивчення та аналізу, зокрема для використання у навчальному процесі у вищих навчальних закладів.

Постановка завдання. Мета роботи – розгляд сутності поняття освітніх інновацій, висвітлення класифікації освітніх інновацій та факторів їх виникнення, впровадження, впливу та наслідків, а також характерних рис, що відображають інновацію як специфічну категорію.

Результати дослідження. Спираючись на визначення «інновацій» згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», «інновації у сфері освіти або освітні інновації» можна трактувати як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно підвищують якість, ефективність та результативність навчально-виховного процесу. При цьому, основними елементами «освітньої інновації» є її носій (творча особистість), який має певну інноваційну ідею (ядро інновації) та проводить інноваційний експеримент (джерело інновації); споживач інновації - учень або група студентів, слухачів (які здобувають знання з певного напрямку); а також інституції, що забезпечують упровадження інновацій у навчальний процес (заклади освіти; наукові, методичні, науково-методичні установи; науково-виробничі підприємства; державні і місцеві органи управління освітою та самоврядування в галузі освіти) [2].

Основними характерними рисами, що відображають інновацію як специфічну категорію, є:

- цілеспрямовані зміни, які вносять у сферу освіти нові стабільні елементи (нововведення), що викликають її перехід з одного якісного стану до іншого; тобто не будь-які зміни в освіті є інновації, а лише ті, що провокують зміни цілей і результатів освіти (через її зміст) та зміну способів їх досягнення (через форми, характер та організацію навчального процесу);
- наявність специфічних особливостей, що пов'язані із соціально-психологічними та іншими аспектами педагогічної діяльності;
- інноваційні зміни можуть ініціюватися на будь-якому з рівнів освітньої системи (вчителем, учнем, керівництвом окремої освітньої установи, державними і місцевими органами управління освітою та самоврядування в галузі освіти);
- інноваційні зміни повинні здійснюватися в діяльності та мисленні всіх учасників освітнього процесу;
- інноваційні процеси у сфері освіти повинні бути безперервними та спрямованими на постійне покращання існуючої системи;
- задля забезпечення процесу постійного інноваційного оновлення освітньої сфери необхідно впроваджувати відповідні механізми управління якістю освіти [2, 3].

Ефективність впровадження певної інновації значною мірою залежить від рівня сприйнятливості до інноваційних змін системи (яка впроваджує інновацію) та наявністю в неї реальних можливостей здійснення (впровадження) інновації (тобто, реалізованості).

Більшість класифікацій є досить загальними через прагнення їх авторів врахувати максимальну кількість можливих ознак інновацій. Крім того, у більшості випадків, у них відсутня системність та ієрархічна побудова, що є основними ознаками класифікаційної системи як засобу встановлення зв'язків між поняттями або класами об'єктів.

На основі аналізу класифікацій, представлених у наукових дослідженнях, розроблено класифікацію освітніх інновацій, що побудована на принципах комплексності та системності (табл. 1). Так, для практичного використання класифікації при аналізі, на нашу думку, її необхідно представити у вигляді ієрархічної системи, що передбачає поділ факторів за етапами здійснення інновацій (виникнення, впровадження, вплив, наслідки). Відповідно з цим розподілом виявляється певне групування інновацій в освітній сфері. Такий підхід ураховує специфіку сфери освіти та особливості її розвитку в сучасних умовах з позицій практичного застосування.

Таблиця 1

**Класифікація освітніх інновацій та фактори їх виникнення,
впровадження, впливу та наслідків**

Фактори виникнення	Ступінь використання результатів наукових знань	Засвоєні на: фундаментальних, прикладних дослідженнях; існуючих наукових знаннях; комбінації різних типів знань;
	Сфера виникнення	Технологічні, техніко-технологічні, трудові, методичне, культурні, наукові, фінансові-економічні, соціально-психологічні, юридичні, організаційно-управлінські, медичні і т.і.
	Об'єкт спрямованості	Продуктові Технологічні Технічні, процесні
	Основа виникнення	Відкриваючі Виміщуючі Відмінюючі Ретро інновації
	Характер у часі	Постійні Тимчасові
	Встановлені суб'єкти освіти	В розвитку здібностей учнів і педагогів, їх ЗУН
	Тип взаємодії учасників педагогічного процесу	У колективному колі, груповому, сімейному, репетиторському
	Джерело	Потреби ринку
	Шляхи розробки	Опозиційні Револьюційні
	Спосіб виникнення	Планові (систематичні, періодичні) Стихійні Випадкові
	Масштаб цілей та період	Стратегічні Тактичні Оперативні
	Економічне значення	Новації Нововведення Інновації

Фактори впровадження	<i>Джерела фінансування (за рахунок коштів)</i>	Власних Кредитних Інвестиційних Спонсорських Бюджетних Змішаних джерел
	<i>Види впровадження</i>	Обов'язково Вибіркова Ініціативні
	<i>Масштаб впровадження та соціально-педагогічна вага</i>	Світові, міжнародні, національні, регіональні; в поза-шкільній, середній, професійно-технічній, вищій освіті; на рівні окремих навчальних закладів, їх типів; у межах навчальної дисципліни (їх групи), на пряму підготовки (їх групи), групи учнів, у межах професійно-типологічних груп (методичних об'єднань), педагогів, в діяльності одного педагога та ін.
	<i>Сфера впровадження</i>	Зовнішні Внутрішні
	<i>Тривалість впровадження та дії</i>	Довгострокові Середньострокові Короткострокові
	<i>Комплексність здійснення</i>	Прості, комплексні або інтегральні, системні
	<i>Момент прийняття рішень</i>	Випереджуючі, своєчасні, запізнені
	<i>За темами впровадження</i>	З стрімко подібним, уповільненим темпом
	<i>Можливість управління</i>	Реагуючі Не реагуючі
	<i>Ступінь впровадження</i>	Повністю, частково впроваджені
Фактори впливу та наслідків	<i>Зв'язок з іншими інноваціями</i>	Часткові, локальні або одиночні Модульні або комплексні; системні
	<i>Можливість передбачення наслідків</i>	З непередбачуваними, передбачуваними наслідками
	<i>Значення у відтворювальному процесі</i>	Споживчі Інвестиційні
	<i>Глибина та обсяг внесених змін</i>	Радикальні (базові, глобальні, фундаментальні) Модернізаційні, комбінаторні, поліпшуючі; модифікаційні (псевдоіновації); ординарні
	<i>Тип результату</i>	Відкриття Винахід Раціоналізаторська пропозиція
	<i>Рівень ефективності та результативності</i>	Успішні (з високою та середньою ефективністю) Неуспішні (з низькою ефективністю або її відсутністю)

Джерело: авторська розробка.

Розроблений класифікаційний підхід надасть можливість практичного визначення рівня, масштабів, сфер, ступеня змін та наслідків впровадження освітніх інновацій. У сучасних умовах він може буди надійним підґрунтям розробки стратегії та тактики розвитку

освітньої сфери, зокрема, механізмів впровадження освітніх інновацій; здійснення оцінювання їх ефективності та впливу на інші сфери народного господарства, що є основою для обґрунтування напрямів інноваційного фінансування; побудови прогнозів показників інноваційної діяльності сфери освіти тощо. Крім того, методологічний апарат інноваційного менеджменту може стати діючим засобом аналізу, обґрунтування і проектування модернізації освіти в Україні, що є характерною рисою сьогодення [2].

Окрім процесу розроблення інновацій в освіті (методики, форми, педагогічної технології тощо) необхідно забезпечення їх впровадження, засвоєння та подальшого супроводження. Отже, перспективами подальших розвідок у даному напрямку є розробка методології організації інноваційних процесів у сфері освіти та управління ними.

Цілий ряд авторів, зокрема й В. Кукушкіна, вважають, що будь-яка педагогічна технологія повинна відповідати деяким основним методологічним вимогам (критеріям технологічності) [3]:

- *Концептуальність*. Кожній педагогічній технології повинна бути притаманна опора на певну наукову концепцію, що містить філософське, психологічне, дидактичне та соціально-педагогічне обґрунтування досягнення освітньої мети.

- *Системність*. Педагогічній технології мають бути притаманні всі ознаки системи: логіка процесу, взаємозв'язок всіх його частин, цілісність.

- *Можливість управління*. Передбачає можливість діагностичного цілепокладання, планування, проектування процесу навчання, поетапну діагностику, варіювання засобами та методами з метою корекції результатів.

- *Ефективність*. Сучасні педагогічні технології існують в конкурентних умовах і повинні бути ефективними за результатами й оптимальними за витратами, гарантувати досягнення певного стандарту освіти.

- *Відтворюваність*. Можливість використання (повторення, відтворення) педагогічної технології в інших ідентичних освітніх закладах, іншими суб'єктами.

- *Візуалізація* (характерна для окремих технологій). Передбачає використання аудіовізуальної та електронно-обчислювальної техніки, а також конструювання та застосування різноманітних дидактичних матеріалів і оригінальних наочних посібників.

Порівнюючи традиційну та інноваційну освіту, які сьогодні паралельно існують в Україні, І. Зязюн зробив висновки, традиційна система навчання є безособистісною, "бездітною... без людською". У ній "людина... постає... об'єктом, яким можна керувати за допомогою зовнішніх впливів, загальних стандартів і нормативів".

Найширші прагнення щось змінити розбиваються об сутність системи: в її основі психологічні процеси, які покликані формувати людину із заданими властивостями. Чого очікує учень від освіти? Задоволення пізнавальних інтересів, можливості самоствердження, самореалізації. Принаймні до того часу, як дитина пішла до школи, вона була суб'єктом власної діяльності: сама обирала гру, учасників, місце, час тощо. Але в школі... На що зорієнтований учитель? На обов'язкове виконання програми. Яка визначає не тільки однаковий зміст, обсяг, а й навіть темп засвоєння інформації та способи її обробки. Таким чином, маємо невідповідність психологічних установок, які неминуче породжують конфлікт. Він існував завжди. Але в останні десятиліття набув ознак системності [4].

Крім того, ще всередині минулого століття на Заході забили тривогу: студент не готовий до життя в новому суспільстві. Він, винесли присуд менеджери великих компаній, не здатний сам учитися, не вміє працювати з інформацією (шукати її, обробляти, переводити з однієї знакової системи в іншу). «Технології завтрашнього дня, – пише О. Тоффлер, – потребують не мільйонів... людей, готових працювати в унісон на безконечно монотонних роботах, не людей, котрі виконують накази, не зморгнувши оком... а людей, котрі можуть

приймати критичні рішення, котрі можуть знаходити свій шлях у новому оточенні, котрі достатньо швидко встановлюють нові стосунки в реальності, що швидко змінюється. Світ заговорив про компетентності як спроможність особистості застосовувати засвоєні знання й набуті уміння у нестандартних ситуаціях, «готовність і уміння діяти», здатність до саморозвитку» [5].

Висновки. Таким чином, застосування інновацій в навчальному процесі є дуже важливим чинником підвищення якості результатів навчання та розвитку особистості студента зокрема. В ході дослідження з'ясовано сутність поняття освітні інновації, висвітлено класифікацію освітніх інновацій та фактори їх виникнення, впровадження, впливу та наслідків, розглянуто характерні риси, що відображають інновацію як специфічну категорію. Перспективами подальших досліджень у даному напрямку є розробка методології організації інноваційних процесів у сфері освіти та управління ними.

References

1. Demydenko T. M. *Pidhotovka maibutnix uchyteliv trudovoho navchannia do innovatsiinoi pedahohichnoi diialnosti: avtoref. dys. kand. ped. nauk: 13.00.04 / T. M. Demydenko; Luhan. nats. ped. un-t im. T. Shevchenka. – Luhansk, 2004. – 20 s.*
2. Pulina A. A. *Menedzhment osvitynnikh innovatsii yak ody z osnovnykh napriamkiv diialnosti miskoho metodychnoho tsentru / A. A. Pulina // Innovatsii v osviti. – 2009. – №3. – S. 30–348.*
3. Smyrnova I. E. *Modeli navchannia v systemi vyshchoi osvity / I. E. Smyrnova // Innovatsii v osviti. – 2010. – №1. – S. 5–15.*
4. Pometun O. I. *Entsyklopediia interaktyvnoho navchannia / O. I. Pometun. – K.: SPD Kulynichev B.M., 2007. – 144 s.*
5. Vorontsov V. V. *Tekhnolohiia navchannia / V. V. Vorontsov // Pedahohika / Pod red. P. I. Pydkasystoho. – M., 1996. – 168 s.*

Література

1. Демиденко Т. М. *Підготовка майбутніх учителів трудового навчання до інноваційної педагогічної діяльності: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.04 / Т. М. Демиденко; Луган. нац. пед. ун-т ім. Т. Шевченка. – Луганськ, 2004. – 20 с.*
2. Пуліна А. А. *Менеджмент освітніх інновацій як один з основних напрямків діяльності міського методичного центру / А. А. Пуліна // Інновації в освіті. – 2009. – №3. – С. 30–348.*
3. Смирнова І. Е. *Моделі навчання в системі вищої освіти / І. Е. Смирнова // Інновації в освіті. – 2010. – №1. – С. 5–15.*
4. Пометун О. І. *Енциклопедія інтерактивного навчання / О. І. Пометун. – К.: СПД Кулінічев Б.М., 2007. – 144 с.*
5. Воронцов В. В. *Технологія навчання / В. В. Воронцов // Педагогіка / Под ред. П. І. Пидкасистого. – М., 1996. – 168 с.*

УДК 330

Ляман Мірталиб кизи Гаджієва

Київський національний університет технологій та дизайну
**ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ТОВАРНО-ІННОВАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті визначено та обґрунтовано особливості стимулювання товарно-інноваційної діяльності вітчизняних підприємств, запропоновано застосування методів активізації товарно-інноваційної діяльності шляхом часткової реорганізації технопаркових та технологічних інноваційних структур, досягнувши при цьому обов'язкового залучення до їх осередку бізнес-інкубаторів.

Ключові слова: *товарно-інноваційна діяльність, технопаркові структури, технополіси, кластери, інноваційна діяльність, бізнес-інкубатори, інноваційна інфраструктура.*

Ляман Мирталиб кызы Гаджиева

Киевский национальный университет технологий и дизайна
**ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТОВАРНО-ИННОВАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В статье определены и обоснованы особенности стимулирования товарно-инновационной деятельности отечественных предприятий, предложено применение методов активизации товарно-инновационной деятельности путем частичной реорганизации технопарковых и технологических инновационных структур, достигнув при этом обязательного привлечения к их организации бизнес-инкубаторов.

Ключевые слова: *товарно-инновационная деятельность, технопарковые структуры, технополисы, кластеры, инновационная деятельность, бизнес-инкубаторы, инновационная инфраструктура.*

Liaman Mirtalyb kyzy Hadzhiieva

Kyiv National University of Technologies and Design
**SPECIFIC PATTERNS OF ENCOURAGING COMMERCIAL
INNOVATIONS AT DOMESTIC ENTERPRISES**

The paper defines and grounds the specific patterns of encouraging commercial innovations at domestic enterprises, along with suggesting incentives to promote commercial innovations through partial restructuring of science parks and technological innovation structures and mandatory attraction of business incubators into operation practice.

Keywords: *commercial innovations, science parks, technopolis, clusters, innovative activities, business incubators, innovative infrastructure.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Необхідною умовою розвитку економіки України в умовах інтенсифікації процесу формування інформаційного постіндустріального суспільства й іманентної йому «нової економіки» стає розробка науково обґрунтованої, високоефективної стратегії товарної інновації. Формування стратегічної лінії господарської поведінки промислових підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності передбачає активізацію товарно-інноваційної діяльності.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Досліджуючи організаційні засади товарної інновації, автор спирався на думку таких авторитетних учених як В. Александрова, О. Амоша, Г. Башнянин, Є. Бойко, А. Васильєв, А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Губський,

С. Ільєнкова, П. Завлін, В. Кардаш, Г. Ковальов, О. Князьков, О. Лапко, В. Мединський, Г. Менш, С. Покропивний, Є. Савельєв, Д. Черваньов, Л. Шаршукова, Й. Шумпетер та ін., які у своїх працях розглядали окремі аспекти теорії інновації та шляхи активізації інноваційного процесу.

Невирішені частини проблеми Комплексна стратегічна програма активізації промислового підприємства має обов'язково враховувати заходи, які слід реалізувати на загальнодержавному й регіональному рівнях. Їх суть полягає у тому, щоб, з одного боку, створити сприятливі умови та матеріально підтримувати усі інноваційні починання вітчизняних підприємств, а з іншого – поставити підприємства у такі умови, коли уникання інновації стає для них не вигідним і навіть ризиковим.

Метою статті є дослідження особливостей стимулювання товарно-інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Метою вдосконалення загальнодержавної інноваційної політики має стати така модернізація товаровиробництва, яка забезпечить інтеграцію загальнодержавної промислової, наукової та регіональної програм розвитку.

Ухвалений Закон України «Про інноваційну діяльність» [9], по-перше, розширив базу інноваційної діяльності. По-друге, він законодавчо забезпечив можливість користуватися податковими пільгами не лише елітним технопарковим структурам, а й багатьом іншим інноваційно-активним підприємствам.

За умов дефіциту фінансових засобів необхідні нові джерела фінансування інновацій. Один із високоефективних шляхів вирішення цієї проблеми – створення інститутів венчурного фінансування, яке здійснюють із спеціальних венчурних фондів, капітал яких може утворюватися за рахунок коштів великих підприємств, страхових компаній, банків, приватних інвесторів та ін.

Одним з напрямів активізації товарно-інноваційної діяльності промислових підприємств має стати вдосконалення системи оподаткування фірм-інноваторів. Для розробки гнучкого й високоефективного державного механізму слід використати зарубіжний досвід застосування ступінчастого оподаткування з визначенням ставки податку залежно від рівня доходу підприємства; податкових канікул на 2–5 років залежно від життєвого циклу товарно-інноваційної розробки; зниження ставок податку з прибутку фірм-розробників; застосування пільгових інвестиційних кредитів (переважно довготермінових) для активних учасників інноваційного ринку; вилучення з оподаткування витрат на економічно значущі НДДКР.

Формування інноваційної інфраструктури – є важливим напрямом активізації інноваційної політики. Однак активізація товарно-інноваційної діяльності неможлива без створення високоефективного інноваційного ринку. Нині інноваційний ринок у повному його розумінні в Україні не існує. Проте навіть за таких умов у нашій державі уже з'явилися потенційні можливості для його розвитку, бо на сучасному етапі промисловість споживає близько 24% вітчизняних наукових розробок [10]. Для визначення замовників і споживачів товарно-інноваційних розробок необхідно активізувати маркетингові дослідження в інноваційній сфері, а також створювати інноваційні біржі та високоефективну рекламу; моніторинг ринку товарно-інноваційних розробок [1, 2].

Активізація інноваційної діяльності має базуватися на передових організаційних формах та принципово нових методах функціонування інноваційних підприємств із метою скорочення циклу «наука – виробництво». Якщо у США нині функціонують близько 140 наукових і технологічних парків, у Великій Британії – понад 40, у Росії близько – 100, а загалом європейська інноваційна сфера налічує понад 1,5 тис. різних інноваційних центрів,

серед яких більш як 260 науково-технологічних парків, то в нашій державі на законодавчих засадах діють лише одинадцять технопаркових структур.

Основним недоліком існуючих в Україні технопарків є те, що ні в одному з них техніко-економічним обґрунтуванням не передбачено функціонування бізнес-інкубаторів. Ось чому, на нашу думку, важливим напрямом державної політики щодо створення технопарків має бути розробка механізму функціонування в їх осередку бізнес-інкубаторів малого інноваційного бізнесу, здатних створювати умови для «вирощування» малих динамічних інноваційних фірм із високим рівнем окупності капіталу.

Винятково важливого значення в активізації інноваційної діяльності підприємств на рівні окремих регіонів набувають утворення й розширення зони дії так званих кластерних моделей. Кластери вже увійшли до порядку денного регіональних і місцевих органів управління. Високий рівень інноваційності у кластерах зумовлений скоординованою дією об'єднаних багатогалузевих ресурсів, економічне використання яких веде до їх максимальної віддачі. Кластеризація сприятиме розвитку інноваційної діяльності, адже в її межах створюються нові форми діалогу між підприємствами, науковими й урядовими інститутами.

Особливу увагу потрібно приділити розробці регіонального механізму підтримки винахідництва й раціоналізаторства. До того ж можна застосувати накопичений світовий досвід. Несформованість системи соціально-економічного захисту винахідництва, матеріальної та моральної підтримки творчої особистості спричинила те, що винахідництвом в Україні охоплено лише 0,1% населення [2].

Слід зважити на те, що успіх інноваційного розвитку значною мірою залежить від упорядкованості й координації взаємодії центральних та регіональних органів влади. Схему їх високоефективної взаємодії і раціональний зв'язок із діяльністю наукових організацій і венчурних фірм, вищих навчальних закладів і виробничих підприємств, а також регіональних фондів і венчурного капіталу.

Важливу роль в активізації інноваційної діяльності у регіоні можуть відіграти регіональні інноваційні центри, здатні, на наш погляд, залучити всі організації й інститути, що займаються інноваційною діяльністю або мають вільні кошти.

Формування таких центрів дало би змогу міністерствам отримувати оперативну інформацію про стан науки у регіонах, сприяючи таким чином інформаційному обмінові в інноваційній сфері.

Висновки та перспективи подальших досліджень Таким чином, на основі вищезазначеного сформулюємо наступні висновки:

По-перше доцільним є застосування методів активізації товарно-інноваційної діяльності шляхом часткової реорганізації технопаркових та технологічних інноваційних структур, досягнувши при цьому обов'язкового залучення до їх осередку бізнес-інкубаторів. За таких умов технопарки будуть здатні «вирощувати» малі динамічні інноваційні фірми з високим рівнем окупності капіталу.

По-друге, стимулювати розвиток у регіонах кластерних моделей інноваційного бізнесу, зважаючи на те, що саме вони дають змогу з найвищою віддачею скоординувати в межах області дію об'єднаних багатогалузевих капітальних, природних і трудових ресурсів.

References

1. Hanushchak-Yefimenko L. M. Mekhanizm upravlinnia rozvytkom innovatsiinoho potentsialu na osnovi intehratsiinoi vzaiemodii / L. M. Hanushchak-Yefimenko // Formuvannia rynkovykh vidnosyn. – 2013. – № 5. – S. 78–82.

Література

1. Ганущак-Єфіменко Л. М. Механізм управління розвитком інноваційного потенціалу на основі інтеграційної взаємодії / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Формування ринкових відносин. – 2013. – № 5. – С. 78–82.

2. Hanushchak-Yefimenko L. M. Napriamy aktivizatsii protsesiv intehratsiinoho rozvytku natsionalnykh subiektiv hospodariuvannia / L. M. Hanushchak-Yefimenko, I. V. Kobernyk // Aktualni problemy ekonomiky – Actual Problems of Economics. – 2011. – № 10 (124). – S. 145–149.
2. Ганущак-Єфіменко Л. М. Напрями активізації процесів інтеграційного розвитку національних суб'єктів господарювання / Л. М. Ганущак-Єфіменко, І. В. Коберник // Актуальні проблеми економіки – Actual Problems of Economics. – 2011. – № 10 (124). – С. 145–149.
3. Promyslovist i promyslova polityka Ukrainy 2013: nauk.-analit. dopovid / O. I. Amosha, V. P. Vyshnevskyy, L. O. Zbarazska ta in.; za zah. red. V. P. Vyshnevskoho; NAN Ukrainy, In-t ekon-miky prom-sti. – Donetsk, 2014. – 200 s.
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. Proskurov I. Yak oliharkhy perezhlyli kryzu: [Elektronnyi resurs] / I. Proskurov // Ekonomichna pravda. – Rezhym dostupu: <http://www.epravda.com.ua/publications/2013/02/1/359016>.
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. Khendersen B. D. Produktovyi portfël/ Brius D. Khendersen // BCG Review: daidzhest Bostonskoi konsaltingovoi gruppy. – 2008. – Vyp. 2. – S. 7–8.
5. Хендерсен Б. Д. Продуктовий портфель/ Брюс Д. Хендерсен // BCG Review: дайджест Бостонської консалтингової групи. – 2008. – Вып. 2. – С. 7–8.
6. Khesselbain F. O liderstve / F. Khesselbain; per. V. I. Supruna. – N.: FSPI Trendy, 2004. – 184 s.
6. Хессельбайн Ф. О лидерстве / Ф. Хессельбайн; пер. В. И. Супруна. – Н.: ФСПИ Тренды, 2004. – 184 с.
7. Chepurda L. M. Ekonomika ta orhanizatsiia diialnosti obiednan pidpriemstv / L. M. Chepurda, S. S. Bieliaieva, M. V. Plakhotnikova ta in.; za zah. red. L. M. Chepurdy. – K.: Profesional, 2005. – 272 s.
7. Чепурда Л. М. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств / Л. М. Чепурда, С. С. Беляєва, М. В. Плахотнікова та ін.; за заг. ред. Л. М. Чепурди. – К.: Професіонал, 2005. – 272 с.
8. Chervanov D. M. Menedzhment innovatsiino investytsiinoho rozvytku pidpriemstv Ukrainy: monohr. / D. M. Chervanov, L. I. Neikova. – K.: T-vo Znannia, KOO, 1999. – 514 s.
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. Chudaieva I. B. Tekhnopolisy: ekonomichna sut, prychny stvorennia ta yaponskyi dosvid: [Elektronnyi resurs] / I. B. Chudaieva. – Rezhym dostupu: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45587/12-Chudaieva.pdf?sequence=1>.
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-Chudaieva.pdf?sequence=1>.
10. Chukhrai N. Formuvannia innovatsiinoho potentsialu pidpriemstva: marketynhove i lohystychnе zabezpechennia: monohr. / N. Chukhrai. – Lviv: NU «Lvivska politekhnikha», 2006. – 315 s.
10. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: моногр. / Н. Чухрай. – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2006. – 315 с.

УДК 336.22

Андрій В. Грона*Київський національний університет технологій та дизайну***СТАН ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПДВ**

У статті представлено результати дослідження щодо стану системи адміністрування ПДВ та запропоновано базу для вдосконалення концепції адміністрування та оподаткування, створення відповідних передумов для ширшого використання системи електронного обліку з метою підвищення ефективності державної регуляторної політики.

Ключові слова: системи адміністрування ПДВ, державна регуляторна політика.

Андрей В. Грона*Киевский национальный университет технологий и дизайна***СОСТОЯНИЕ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ****АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НДС**

В статье представлены результаты исследования состояния системы администрирования НДС и предложена база для совершенствования концепции администрирования и налогообложения, создания соответствующих предпосылок для более широкого использования системы электронного учета с целью повышения эффективности государственной регуляторной политики.

Ключевые слова: системы администрирования НДС, государственная регуляторная политика.

Andrii V. Hrona*Kyiv National University of Technologies and Design***VAT ADMINISTRATION SYSTEMS: THE STATE AND WAYS OF IMPROVING**

The article presents the research findings on the current state of VAT administration system and suggests a framework for the administration and taxation concept improvement, building appropriate conditions for a wider use of electronic records with a view to enhance the effectiveness of state regulatory policy.

Keywords: VAT administration systems, government regulatory policy.

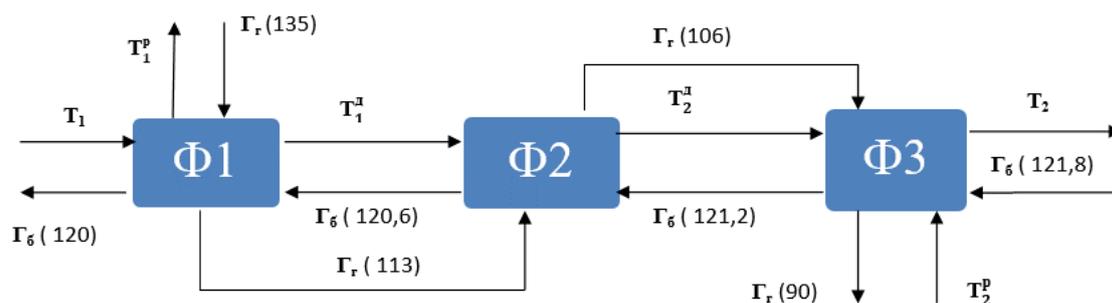
Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Одним із ключових механізмів викривлення народногосподарських пропорцій в Україні є порушення національного законодавства в частині сплати ПДВ. Так, фірми-«оптимізатори» мають істотну конкурентну перевагу перед представниками офіційного бізнесу. Тому, вдосконалюючи законодавчо-нормативну базу у сфері оподаткування, передусім варто звернути увагу на «оптимізацію» сплати до бюджету ПДВ.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Серед наукових праць, в яких досліджуються питання адміністрування в податковій системі України, його задач та розвитку у сучасних умовах, необхідно назвати дослідження таких вітчизняних вчених, як В. Л. Андрущенко [3; 4], А. М. Вдовиченко [8; 22; 29], Т. І. Єфіменко [6], А. І. Красоватий [13], В. В. Лисенко [14], М. І. Мельник [15; 16; 17; 19], К. П. Проскура [20], Д. М. Серебрянський [21; 22; 29], О. М. Смірнова [28] та інші.

Метою статті є визначення та обґрунтування напрямів вдосконалення механізму й упровадження сучасної системи електронного обліку ПДВ.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Останні заходи Кабінету Міністрів України і Верховної Ради України з удосконалення взаємовідносин держави та підприємств частково локалізували зловживання в цій сфері. Так, відповідно до вимог

законодавчо-нормативного регулювання ПДВ [30] починаючи з 1 серпня 2015 р. система адміністрування автоматично потребує попередньої сплати коштів до бюджету як поповнення податкового ліміту, на котрий платник податку може зареєструвати податкові накладні у відповідний період. Зазначене дало змогу знизити рівень ухилення від сплати податку. Таким чином, єдиною схемою ухилення від сплати ПДВ залишається та, що показана на рис. 1.



Джерело: авторська розробка.

Рис. 1. Схема ухилення від сплати ПДВ

Умовні позначення рис. 1:

Ф₁, Ф₂, Ф₃ – фірми, задіяні в схемі «оптимізації» сплати ПДВ;

T₁ – обсяг офіційного товару, придбаного Ф₁ у представників офіційного бізнесу;

T₂ – обсяг базового офіційного товару, відвантаженого Ф₃ іншим представникам офіційного бізнесу;

T₁^р – товар, реально реалізований за готівкові кошти (без відображення цієї операції в бухгалтерському обліку);

T₁^д – документи на товар, передані Ф₂;

T₂^р – реальний товар, придбаний Ф₃ в інших представників тіньового бізнесу за готівкові кошти;

T₂^д – документи на товар, які виписує Ф₂;

Γ_г – гроші готівкові, котрі зайшли на відповідні фірми;

Γ_б – гроші безготівкові.

За цією схемою фірма Ф₃ отримує реальний товар T₂^р без документів за готівкові кошти в сумі 90 тис. грн та реалізує його офіційно за 121,8 тис. грн, отримуючи від покупця безготівкові кошти. Надалі вона перераховує безготівкові кошти в розмірі 121,2 тис. грн фірмі Ф₂ і отримує від неї документи на проданий товар T₂^д та готівкові кошти в сумі 106 тис. грн.

Фірма Ф₂, у свою чергу, перераховує більшу частину (120,6 тис. грн) цих безготівкових коштів підприємству Ф₁, котре купляє за ці кошти товар T₁ за 120 тис. грн. Згодом Ф₁ продає цей товар T₁^р за готівкові кошти в сумі 135 тис. грн. домогосподарствам, не відображаючи цю операцію у власному бухгалтерському обліку, а потім передає документи на товар T₁^д фірмі Ф₂ та, крім того, неофіційно, – частину готівкової виручки в розмірі 113 тис. грн.

У підсумку, готівкові кошти товару T_1 розподіляються таким чином: 45 тис. грн – операційний дохід Φ_1 , Φ_2 , Φ_3 та 90 тис. грн – дохід інших представників тіньового бізнесу від продажу ними реального товару T_2^P , який невідомо звідки взявся (наприклад, бурштин, природні копалини та інші товари/послуги, добуті чи придбані незаконним (часто злочинним) шляхом). Така схема бізнесу (супроводжується низкою порушень кримінального й податкового законодавства) породжує ряд негативних соціально-економічних явищ та підриває соціально-політичну стабільність в Україні. Напрошується висновок: без формування прозорої системи адміністрування сплати ПДВ реформи в нашій державі не можливі [10].

Об'єктивним підґрунтям використання описаної схеми є відсутність:

по-перше, прозорої системи перевірок суб'єктів підприємницької діяльності щодо дотримання ними правил проведення касових операцій із застосуванням Реєстратора розрахункових операцій (РРО) та безпосередньо таких операцій, що значно зменшує ризик фінансових втрат для порушників цих правил;

по-друге, дієвих заходів, які запобігали би появі на балансі суб'єктів підприємницької діяльності (СПД) товарів невідомого походження, котрі не були офіційно ввезені в Україну або вироблені;

по-третє ефективних заходів, що перешкоджали б використанню податкового кредиту ПДВ, нарахованого при придбанні товару, якого фактично немає на балансі підприємства.

Як відомо, до 2017 р. у національному законодавстві взагалі не були прописані дієві запобіжні заходи проти таких правопорушень. Проте з 1 липня 2017 р. набрали чинності зміни, якими передбачено низку заходів, що частково обмежують можливості вчинення третього правопорушення з боку платників ПДВ. В основі цих змін – зупинення (згідно з п. 201.16 ст. 201 Податкового кодексу України (ПКУ) реєстрації податкової накладної (розрахунку коригування), складених фірмою Φ_2 [31; 32].

Реалізація цих заходів ускладняється тим, що пошук правопорушників поки здійснюється в напівавтоматичному режимі, а відновлення права реєстрації податкових накладних потребує офіційної перевірки органами ДФС, яка буде проводитися силами працівників ДФС.

Наразі в Україні відбувається впровадження механізму зупинки реєстрації податкових накладних, котрий може застосовуватись як до «оптимізаторів», так і до добросовісних підприємців, що несе в собі чимало загроз для країни загалом, підриваючи її імідж та гальмуючи економічне зростання. Крім того, зберігаються можливості для корупційних дій, що дискредитує саму вертикаль державного управління.

Введення й подальше використання такого механізму призводитиме до того, що ДФС не встигатиме перевіряти діяльність підприємств при зупинці реєстрації податкових накладних «порушників», котрі, на її думку, провадять незаконну фінансово-економічну діяльність (насправді ж, обсяги їхніх поставок товарів/послуг за місяць перевищили якусь умовну рубіжну суму (на сьогодні – 2 500 000 грн), завдаючи збитків підприємствам, ігноруючи відповідний термін (5 робочих днів) відновлення реєстрації, передбачений ст. 201.16 ПКУ (в редакції від 01.04.2017), або будуть змушені зареєструвати такі податкові накладні через п'ять днів, не переконавшись у законності їхньої (підприємств) діяльності. Водночас справжні порушники податкового законодавства перейдуть до зменшення обсягу поставок за місяць та збільшенням СПД – порушників .

З огляду на зазначене, невідкладним завданням є створення такого механізму адміністрування, який би прозоро відображав і аналізував характер дій у підприємницькому секторі національної економіки. В цій роботі ми пропонуємо розв'язати окреслену проблему за рахунок зміни порядку адміністрування податку на додану вартість, запровадивши

автоматичний режим виявлення зловживань. Система аналізу характеру реєстрації підприємцями відповідних накладних включатиме додаткову інформацію, що її отримає фіскальний орган при заповненні підприємцями податкової накладної.

Оскільки основним показником правопорушення, вчиненого фірмою Φ_2 , є те, що в неї на балансі накопичується товар T_1 , а реалізуються інші товари (послуги) T_2 на таку саму суму, походження яких керівництво не може пояснити, то механізм автоматичного зупинення реєстрації податкової накладної повинен в першу чергу ґрунтуватися на аналізі саме цих показників функціонування підприємства, його фінансово-економічної діяльності.

Якщо законодавством не будуть передбачені доповнення до обов'язкових реквізитів, котрі повинні зазначатися в податковій накладній, то в автоматичному режимі буде неможливо відрізнити правопорушника від виробника товарів або від особи, що здійснила передоплату та ще не отримала товар.

На нашу думку, органи ДФС потребують від платників ПДВ додаткової інформації, а саме:

– чи використовуються товарні запаси в ролі сировини для виконання робіт, надання послуг або вироблення інших товарів (у т. ч. на давальницьких умовах);

– чи отримав платник ПДВ товар, чи він тільки здійснив оплату товарів/послуг.

Для того щоб органи ДФС мали можливість вести окремо по кожному платнику ПДВ облік товарів, які перебувають на його балансі, їм необхідно отримувати дані про виробництво, передання та знищення товару. Крім того, для електронного адміністрування ПДВ їм потрібна додаткова інформація щодо знаходження товару на митній території України та про те, як саме платник ПДВ використовує одержані ним товари (як виробник нових товарів (послуг), як підрядник (замовник) за договорами підряду, як торговельна організація) або не використовує їх у оподатковуваних операціях.

Висновки та перспективи подальших досліджень Таким чином, для створення автоматизованої системи обліку товарних запасів платників ПДВ контролюючим органам достатньо бути обізнаними щодо:

1) наявності товарів, набутих особою до реєстрації її як платника ПДВ;

2) операцій із відвантаження й отримання платниками ПДВ товару на митній території України (в т. ч. за договорами фінансового лізингу), а саме:

а) відвантаження товарів власного виробництва,

б) відвантаження придбаних товарів,

в) одержання платниками ПДВ товарів від осіб, котрі є платниками ПДВ,

г) одержання платниками ПДВ товарів від осіб, які не є платниками ПДВ;

д) відвантаження виробником товарів вироблених з давальницької сировини замовника;

е) передання замовником давальницької сировини виробнику товарів з неї;

є) набуття товарів без документів (в тому числі набуття знахідок, скарбів)

3) операцій з ввезення (вивезення) товарів на митну (з митної) територію(її) України;

4) внутрішніх операцій платника ПДВ, що проводяться в межах його балансу, таких

як:

а) використання товарів в операціях звільнених від оподаткування ПДВ, в операціях, що не є об'єктом оподаткування ПДВ, в операціях, що не є господарською діяльністю (зокрема, передання товарів для невиробничого використання та переведення виробничих необоротних активів до складу невиробничих, знищення товару);

б) наступний початок використання таких товарів в оподатковуваних операціях в межах господарської діяльності платника податку, які проводить платник податку в межах господарської діяльності;

в) операції, що не є поставками товарів іншим особам наслідком яких є вибуття товару з балансу платника ПДВ (в тому числі, використання товарів у ролі сировини для виробництва інших товарів, ліквідація необоротних активів з отриманням комплектувальних виробів, які використовуються в оподатковуваних операціях);

г) операції зі збільшення/зменшення кількості товару у зв'язку із зміною його одиниці виміру (наприклад, перерахування обсягу бензину з тонн в літри);

д) операції з виготовлення (створення) товарів без відвантаження іншим особам;

5) операцій відчуження майна платника ПДВ без його згоди (в тому числі, при зверненні стягнення на майно за його зобов'язаннями).

Наведений перелік необхідної інформації є вичерпним. Зауважимо тільки, що контролюючим органам потрібно ще бути обізнаними щодо наявності товарів у платників ПДВ на початок функціонування автоматизованої системи обліку товарних запасів. До речі, частина інформації з наведеного вище переліку вже отримується контролюючими органами.

Інформація про операції виду 3) отримується при здійсненні митних процедур.

Інформація про операції 4а), 4б) отримується від платників ПДВ при реєстрації ними відповідних податкових накладних в ЄРПН. Частково інформація про операції 4в) та 5) також отримується від платників ПДВ при реєстрації ними податкових накладних (інформація про ліквідацію основних засобів, інформація про примусову реалізацію майна у випадку, коли його власник повідомлений про це).

З 01.01.2017 у накладні, що реєструються в ЄРПН, включається доволі суттєва інформація щодо товару отриманого платником ПДВ, або товару за який він здійснив авансовий платіж. Це код товару згідно УКТ ЗЕД (для товарів українського виробництва - чотири перших цифри коду), кількість товару в одиницях його виміру та ціна за таку одиницю.

Така сама інформація є в ЄРПН щодо проданого (поставленого) платником ПДВ товару, або товару за продаж якого він отримав авансовий платіж.

Отже, найпростішим способом отримання контролюючими органами інформації необхідної для ведення автоматизованої системи обліку товарних запасів платників ПДВ є розширення переліку об'єктів оподаткування, розширення переліку операцій при здійсненні яких складання податкових накладних/розрахунків коригування буде обов'язковим, а також неістотна зміна форм податкових накладних та встановлення нових форм податкової звітності, подібних до податкової накладної.

References

1. Serebrianskyi D. M. Analiz reversyvnogo mekhanizmu splaty PDV: naukovo-analitychna dopovid / D. M. Serebrianskyi, O. V. Sokolovska, M. V. Stadnyk. – Irpin: NDI finansovoho prava, 2015. – 54 s.
2. Analitychna dopovid do Shchorichnoho Poslannia Prezidenta Ukrainy do Verkhovnoi Rady Ukrainy «Pro vnutrishnie ta zovnishnie stanovyshe Ukrainy v 2016 rotsi». – Rezhym dostupu: <http://www.niss.gov.ua/articles/2316>.
3. Andrushchenko V. L. Moralno-etychni imperatyvy podatkiv ta opodatkovannia (zakhidna tradytsiia): monohrafiia / V. L. Andrushchenko; T. V. Tuchak. – K.: Alerta, 2013. – 384 s.

Література

1. Серебрянський Д. М. Аналіз реверсивного механізму сплати ПДВ: науково-аналітична доповідь / Д. М. Серебрянський, О. В. Соколовська, М. В. Стадник. – Ірпін: НДІ фінансового права, 2015. – 54 с.
2. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2016 році». – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/2316>.
3. Андрущенко В. Л. Морально-етичні імперативи податків та оподаткування (західна традиція): монографія / В. Л. Андрущенко; Т. В. Тучак. – К.: Алерта, 2013. – 384 с.

4. Andrushchenko V. L. Fiskalne administruvannya yak nauka i mystetstvo / V. L. Andrushchenko // *Finansy Ukrainy*. – 2003. – № 6. – S. 27–35.
4. Андрущенко В. Л. Фіскальне адміністрування як наука і мистецтво / В. Л. Андрущенко // *Фінанси України*. – 2003. – № 6. – С. 27–35.
5. Harmonizatsiia podatkovoho zakonodavstva: ukrainski realii: monohrafiia / H. M. Biletska, M. V. Karmalita, M. O. Kuts ta in. – K.: Alerta, 2012. – 222 s.
5. Гармонізація податкового законодавства: українські реалії: монографія / Г. М. Білецька, М. В. Кармаліта, М. О. Куц та ін. – К.: Алерта, 2012. – 222 с.
6. Iefimenko T. I. Mekhanizm pererospodilu finansovykh resursiv yak vazhil vyznachennia podatkovoho potentsialu: monohrafiia / T. I. Yefymenko. – Dnipropetrovsk: DUEP, 2002. – 272 s.
6. Єфіменко Т. І. Механізм перерозподілу фінансових ресурсів як важіль визначення податкового потенціалу: монографія / Т. І. Єфіменко. – Дніпропетровськ: ДУЕП, 2002. – 272 с.
7. Harmonizatsiia podatkovoho ta bukhgalterskoho obliku v konteksti opodatkovannia prybutku pidpriemstv v Ukraini: monohrafiia / I. I. Ohorodnikova, D. M. Serebrianskyi, O. M. Smirnova, M. V. Stadnyk, Yu. I. Turianskyi; za zah. red. D. M. Serebrianskoho. – K.: Alerta, 2013. – 366 s.
7. Гармонізація податкового та бухгалтерського обліку в контексті оподаткування прибутку підприємств в Україні: монографія / І. І. Огороднікова, Д. М. Сereбрянський, О. М. Смірнова, М. В. Стадник, Ю. І. Турянський; за заг. ред. Д. М. Сereбрянського. – К.: Алерта, 2013. – 366 с.
8. Vdovychenko A. M. Prohnozuvannia podatkovykh nadkhodzen u rehionalnomu rozrizi na prykladi PDV / A. M. Vdovychenko, A. I. Zubrytskyi, H. V. Oros. – Irpin: NDI finansovoho prava, 2015. – 20 s.
8. Вдовиченко А. М. Прогнозування податкових надходжень у регіональному розрізі на прикладі ПДВ / А. М. Вдовиченко, А. І. Зубрицький, Г. В. Орос. – Ірпін: НДІ фінансового права, 2015. – 20 с.
9. Podatkovyi menedzhment: pidruchnyk / Yu. B. Ivanov, A. I. Krysovatyi, A. Ya. Kizyma, V. V. Karpova. – K.: Znannia, 2008. – 328 s.
9. Податковий менеджмент: підручник / Ю. Б. Іванов, А. І. Крисоватий, А. Я. Кізіма, В. В. Карпова. – К.: Знання, 2008. – 328 с.
10. Intehralnyi pokaznyk otsinky efektyvnosti derzhavnogo upravlinnia. – Rezhym dostupu: http://studme.com.ua/151008278714/ekonomika/integralnye_pokazate_li_otsenki_effektivnosti_gosudarstvennogo_upravleniya.htm.
10. Інтегральний показник оцінки ефективності державного управління. – Режим доступу: http://studme.com.ua/151008278714/ekonomika/integralnye_pokazate_li_otsenki_effektivnosti_gosudarstvennogo_upravleniya.htm.
11. Intelktualni tekhnolohii modeliuвання v informatsiino-analitychnii systemi derzhavnoi podatkovoi sluzhby: monohrafiia / za zah. red. L.L. Taranhul. – K.: Alerta, 2010. – 358 s.
11. Інтелектуальні технології моделювання в інформаційно-аналітичній системі державної податкової служби: монографія / за заг. ред. Л.Л. Тарангул. – К.: Алерта, 2010. – 358 с.
12. Konstytutsiia Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
12. Конституція України. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
13. Krysovatyi A. I. Dominanty harmonizatsii opodatkovannia: natsionalni ta mizhnarodni vektory: monohrafiia / A. I. Krysovatyi, V. A. Valihura. – Ternopil: Pidruchnyky i posibnyky, 2010. – 248 s.
13. Крисоватий А. І. Домінанти гармонізації оподаткування: національні та міжнародні вектори: монографія / А. І. Крисоватий, В. А. Валігура. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2010. – 248 с.

14. Lysenko V. V. Problemy ta perspektyvy udoskonalennia protydii diialnosti subiektiv hospodariuvannia z oznakamy fiktyvnosti: monohrafiia / V. V. Lysenko. – K.: Alerta, 2012. – 298 s.
15. Melnyk M. I. Podatkovyi kontrol v Ukraini: problemy ta priorytety pidvyschennia efektyvnosti: monohrafiia / M. I. Melnyk, I. V. Leshchukh. – Lviv: DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen im. M.I. Dolishnoho NAN Ukrainy», 2015. – 330 s.
16. Melnyk V. M. Do pytannia formuvannia teoretychnykh zasad administruvannia podatkiv / V. M. Melnyk // Finansy Ukrainy. – 2008. – № 9. – S. 3–12.
17. Melnyk P. V. Rozvytok podatkovoi systemy v perekhidnii ekonomitsi / P. V. Melnyk. – Irpin, Akademiia derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy, 2001. – 362 s.
18. Plan priorytetnykh dii Uriadu na 2017 rik. – Rezhym dostupu: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249935442>.
19. Podatkova polityka Ukrainy: stan, problemy ta perspektyvy: monohrafiia / P. V. Melnyk, L. L. Taranhul, Z. S. Varnalii ta in. / za red. Z. S. Varnalii. – K.: Znannia Ukrainy, 2008. – 675 s.
20. Proskura K. P. Podatkove administruvannia v Ukraini v postkryzovyi period: efektyvnist ta napriamy modernizatsii / K. P. Proskura. – K.: TOV «Emkon», 2014. – 376 s.
21. Serebrianskyi D. M. Metodichni rekomendatsii shchodo otsinky efektyvnosti administruvannia PDV Derzhavnoiu fiskalnoiu sluzhboiu Ukrainy / D. M. Serebrianskyi, A. M. Vdovychenko, A. I. Zubrytskyi; za zah. red. D. M. Serebrianskoho. – Irpin: NDI finansovoho prava, 2015. – 31 s.
22. Systema kluchovykh indyikatoriv rezultatyvnosti diialnosti orhaniv Ministerstva dokhodiv i zboriv Ukrainy: monohrafiia / Ye. V. Brydun, A. M. Vdovychenko, A. I. Zubrytskyi, I. V. Kyryliuk, Ye. L. Malanushenko, D. M. Serebrianskyi; za zah. red. A. M. Vdovychenka. – K.: Alerta, 2013. – 336 s.
14. Лисенко В. В. Проблеми та перспективи удосконалення протидії діяльності суб'єктів господарювання з ознаками фіктивності: монографія / В. В. Лисенко. – К.: Алерта, 2012. – 298 с.
15. Мельник М. І. Податковий контроль в Україні: проблеми та пріоритети підвищення ефективності: монографія / М. І. Мельник, І. В. Лещух. – Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України», 2015. – 330 с.
16. Мельник В. М. До питання формування теоретичних засад адміністрування податків / В. М. Мельник // Фінанси України. – 2008. – № 9. – С. 3–12.
17. Мельник П. В. Розвиток податкової системи в перехідній економіці / П. В. Мельник. – Ірпін, Академія державної податкової служби України, 2001. – 362 с.
18. План пріоритетних дій Уряду на 2017 рік. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249935442>.
19. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи: монографія / П. В. Мельник, Л. Л. Тарангул, З. С. Варналій та ін. / за ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2008. – 675 с.
20. Проскура К. П. Податкове адміністрування в Україні в посткризовий період: ефективність та напрями модернізації / К. П. Проскура. – К.: ТОВ «Емкон», 2014. – 376 с.
21. Серебрянський Д. М. Методичні рекомендації щодо оцінки ефективності адміністрування ПДВ Державною фіскальною службою України / Д. М. Серебрянський, А. М. Вдовиченко, А. І. Зубрицький; за заг. ред. Д. М. Серебрянського. – Ірпін: НДІ фінансового права, 2015. – 31 с.
22. Система ключових індикаторів результативності діяльності органів Міністерства доходів і зборів України: монографія / Є. В. Бридун, А. М. Вдовиченко, А. І. Зубрицький, І. В. Кирилук, Є. Л. Маланушенко, Д. М. Серебрянський; за заг. ред. А. М. Вдовиченка. – К.: Алерта, 2013. – 336 с.

23. Cerednostrokovyi plan priorytetnykh dii Uriadu do 2020 roku. – Rezhym dostupu: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249935442>.

23.Середньостроковий план пріоритетних дій Уряду до 2020 року. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249935442>.

УДК 330.342

Олександр І. Попрозман**Національний університет фізичного виховання і спорту України
ФОРМУВАННЯ ІНСТИТУТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

У статті досліджуються фактори формування та функціонування сучасних інститутів соціальної інфраструктури в умовах соціально-економічних трансформацій. Визначено роль і основні функції інститутів соціальної інфраструктури в сучасному відтворенні, їх трансформація з урахуванням особливостей соціально орієнтованої ринкової економіки та інтересів національної економіки для подолання проблем, пов'язаних з економічною кризою.

Ключові слова: соціальна інфраструктура, трансформаційні процеси, національна економіка, інститути соціальної інфраструктури, рівень життя населення.

Александр И. Попрозман**Национальный университет физического воспитания и спорта Украины
ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУТОВ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ
В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ**

В статье исследуются факторы формирования и функционирования современных институтов социальной инфраструктуры в условиях социально-экономических трансформаций. Определены роль и основные функции институтов социальной инфраструктуры в современном воспроизводстве, их трансформация с учетом особенностей социально ориентированной рыночной экономики и интересов национальной экономики для преодоления проблем, связанных с экономическим кризисом.

Ключевые слова: социальная инфраструктура, трансформационные процессы, национальная экономика, институты социальной инфраструктуры, уровень жизни населения.

Oleksandr I. Poprozman**National University of Physical Education and Sport of Ukraine
SOCIAL INFRASTRUCTURE INSTITUTIONS DEVELOPMENT
UNDER SOCIOECONOMIC TRANSFORMATION**

The article investigates the factors of modern social infrastructure institutions development and their functioning under socioeconomic transformation. The author identifies the role and the key functions of social infrastructure institutions in the contemporary process of reproduction, explores their transformation within socially oriented market economy and subject to the interests of the national economy to overcome the challenges associated with the economic crisis.

Keywords: social infrastructure, transformation processes, national economy, social infrastructure institutions, standard of living.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями. Соціальна інфраструктура є сукупністю галузей та об'єктів різних сфер економічної діяльності з власною організаційною структурою, функціонування яких спрямоване на обслуговування населення та створення сприятливих умов розвитку особистості. Розвиток соціальної інфраструктури в умовах реформування економіки впливає на рівень освіти, рівень кваліфікації трудових ресурсів, культури, охорони здоров'я населення, підвищується рівень побутового обслуговування населення, покращуються умови навколишнього середовища.

Соціальна інфраструктура національної економіки за період економічної кризи зазнала значних втрат, як матеріальних так і іміджевих через недофінансування з боку держави та ряду інших причин. Але значного скорочення кількості надаваних послуг не відбулося на відміну від скорочення обсягів виробництва у сферах основного виробництва та виробничої інфраструктури. Надзвичайна значимість даної складової національної економіки та зростання ролі сфери послуг формують основу для ствердження можливості збільшення у майбутніх періодах впливу соціальної інфраструктури на подолання економічної кризи і формування умов економічного зростання.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню проблематики розвитку соціальної інфраструктури національної економіки та напрямів формування інститутів соціальної інфраструктури, присвячені наукові праці сучасних вітчизняних вчених таких, як: М. К. Орлатий, В. М. Вакуленко, А. Г. Ягодка, В. М. Новіков, З. С. Сіройч, Л. М. Ганущак-Єфіменко, В. Г. Щербак, О. В. Макарова, А. А. Халецька, Л. Вітте, В. А. Ребкало, В. А. Шахов та інші.

Метою статті є дослідження факторів формування інститутів соціальної інфраструктури та визначення напрямів розвитку соціальної інфраструктури національної економіки в умовах соціально-економічних трансформацій.

Виклад основних результатів і їх обговорення. Галузі соціальної інфраструктури відіграли важливу роль у процесі перерозподілу зайнятості трудових ресурсів при скороченні кількості робочих місць у сфері матеріального виробництва. Така модель зміни структури зайнятості характерна не тільки для національної економіки України, а і для економічно розвинутих країн з соціально-орієнтованою економікою та країн з перехідним типом економіки. Зростання потреби у кількості благ, які створюються у сфері соціальної інфраструктури потребує значної інтенсифікації для наближення до показників країн з ринковою економікою у розрахунку виробництва та споживання на душу населення.

М. К. Орлатий доводить, що в умовах реформування економіки виникають надзвичайно складні та різноманітні проблеми розвитку соціальної інфраструктури, а результати діяльності її галузей впливають на рівень загальної та професійної освіти населення, відповідно кваліфікацію трудових ресурсів, культуру та стан здоров'я населення, тривалість життя, терміни вільного часу та якість його використання з огляду на умови для ведення здорового способу життя. Основними функціями галузевого складу соціальної інфраструктури є: розподіл та обмін, який забезпечує мережа підприємств оптової та роздрібно-торгівлі й ресторанного господарства, а також заклади кредитної та страхової системи; надання споживчих послуг, що здійснюється житлово-комунальним господарством, підприємствами побутового обслуговування, пасажирським транспортом та зв'язком; охорона здоров'я здійснюється закладами системи медичного обслуговування, санаторно-курортного обслуговування, фізкультурно-спортивними організаціями, організаціями соціального забезпечення населення; формування суспільної свідомості та наукового світогляду здійснює системи культурно-освітніх закладів, мистецтва та релігії; управління та охорону громадського порядку забезпечують органи державного управління, громадські організації, органи громадського порядку [6].

Рівень розвитку галузей соціальної інфраструктури є визначальним показником соціальної ефективності економіки країни. Соціальна ефективність виражає відповідність результатів господарської діяльності основним соціальним потребам і цілям суспільства, інтересам окремої людини. Інтегруючим показником соціальної ефективності є виробництво товарів народного споживання в загальному обсязі виробництва за певний період, як правило, за рік. У розвинутих країнах світу з соціально-орієнтованою ринковою економікою

частка товарів народного споживання у валовому національному продукті становить майже 70%, а виробництво засобів виробництва – приблизно 30% [8].

Діяльність соціальної інфраструктури повинна бути спрямована на задоволення особистих потреб людини. У свою чергу основне виробництво та виробнича інфраструктура функціонують для забезпечення потреб людини, але продукти створювані у цих сферах суспільного виробництва не є товарами народного споживання які можна безпосередньо використовувати для індивідуальних потреб. Галузі соціальної інфраструктури функціонують для забезпечення пропорційності матеріального виробництва та споживання благ. Особлива роль соціальної інфраструктури у національній економіці виражається тим, що вона є базисом який створює соціальні та економічні умови формування нового світогляду індивіда та відповідно нового економічного способу мислення особистості. Ефективність, пропорційність та відповідність сучасним вимогам соціальної інфраструктури впливає на якість життя населення, рівень добробуту і є важливим показником економічного прогресу/ занепаду суспільства і рівня життя населення. Умовою ефективності та відповідності вимогам є формування та ефективне функціонування сучасних інститутів соціальної інфраструктури. Формування інститутів соціальної інфраструктури відбувається в умовах складних суспільно-економічних трансформацій, які відображають складність соціальних економічних та політичних проблем, динаміку та перспективи розвитку країни у майбутньому.

Рациональні та ефективні дії держави спрямовані на удосконалення системи освіти, охорони здоров'я, культури і мистецтва, соціально-побутового обслуговування, забезпечення ефективної зайнятості населення, державного соціального забезпечення і правового захисту громадян, екологічного захисту громадян тощо, сприяє якісним змінам соціогуманітарного розвитку країни. Трансформаційні процеси у соціальній сфері позитивно впливають на галузі відтворення людського капіталу.

Соціальна інфраструктура класифікується за такими елементами: 1. За рівнем управління: національна; регіональна; галузева; підприємства. 2. Відповідно до видів діяльності людини: інфраструктура трудової діяльності – основне завдання якої поля у створенні сприятливих умов для ефективної трудової діяльності; соціально-побутова інфраструктура створює умови та забезпечує платоспроможний попит і споживання побутових послуг; інфраструктура охорони здоров'я і навколишнього середовища спрямована на забезпечення рівних можливостей в отриманні медичної допомоги та створення умов здорового способу життя у сприятливих екологічних умовах для всіх членів суспільства, які мають рівні права на медичну допомогу, відновлення здоров'я, медичну реабілітацію та профілактику захворювань; інфраструктура освіти і культури функціонує у напрямку розвитку здібностей трудових ресурсів до праці за допомогою підвищення рівня освіти, культури підприємництва, підприємницьких здібностей тощо; інфраструктура суспільно-політичної діяльності створює умови для участі в управлінні суспільно-політичними процесами. 3. Відповідно до терміну дії: тимчасова; постійна. 4. Залежно від задоволення потреб: інфраструктура, пов'язана із задоволенням повсякденних потреб (елементи не взаємозамінні); інфраструктура, пов'язана із задоволенням потреб, що виникають в певні періоди життя.

Матеріальні блага та послуги надаються населенню в трьох формах: платно – надаються послуги підприємств і установ житлово-комунального господарства, побутового обслуговування, пасажирського транспорту, правових служб, послуги зв'язку тощо; безкоштовно надаються послуги у сфері охорони здоров'я, освіти, деякі види культурного обслуговування та соціальної допомоги; на пільгових умовах надаються послуги окремим групам громадян визначеним законодавством [2, с. 247–250].

Інститути соціальної інфраструктури функціонують та розвивається у трьох основних напрямках: соціально-правовому, який передбачає розробку необхідних правових актів, узгодження нових правових актів з чинними, та складається з державних соціальних нормативів споживання, забезпечення та доходу, визначення механізму реалізації соціальних прав та державних соціальних гарантій громадян; соціально-культурному, який розкриває справедливий розподіл доходів, зайнятість, освіченість та рівень кваліфікації, як найважливіший показник ефективності соціального розвитку суспільства та проблеми взаємовідносин людини і держави в контексті розвитку соціальної держави; соціально-побутовому, який створює умови життєдіяльності людини та забезпечення фізіологічного та соціального мінімуму при взаємодії з природними монополіями (рис. 1).

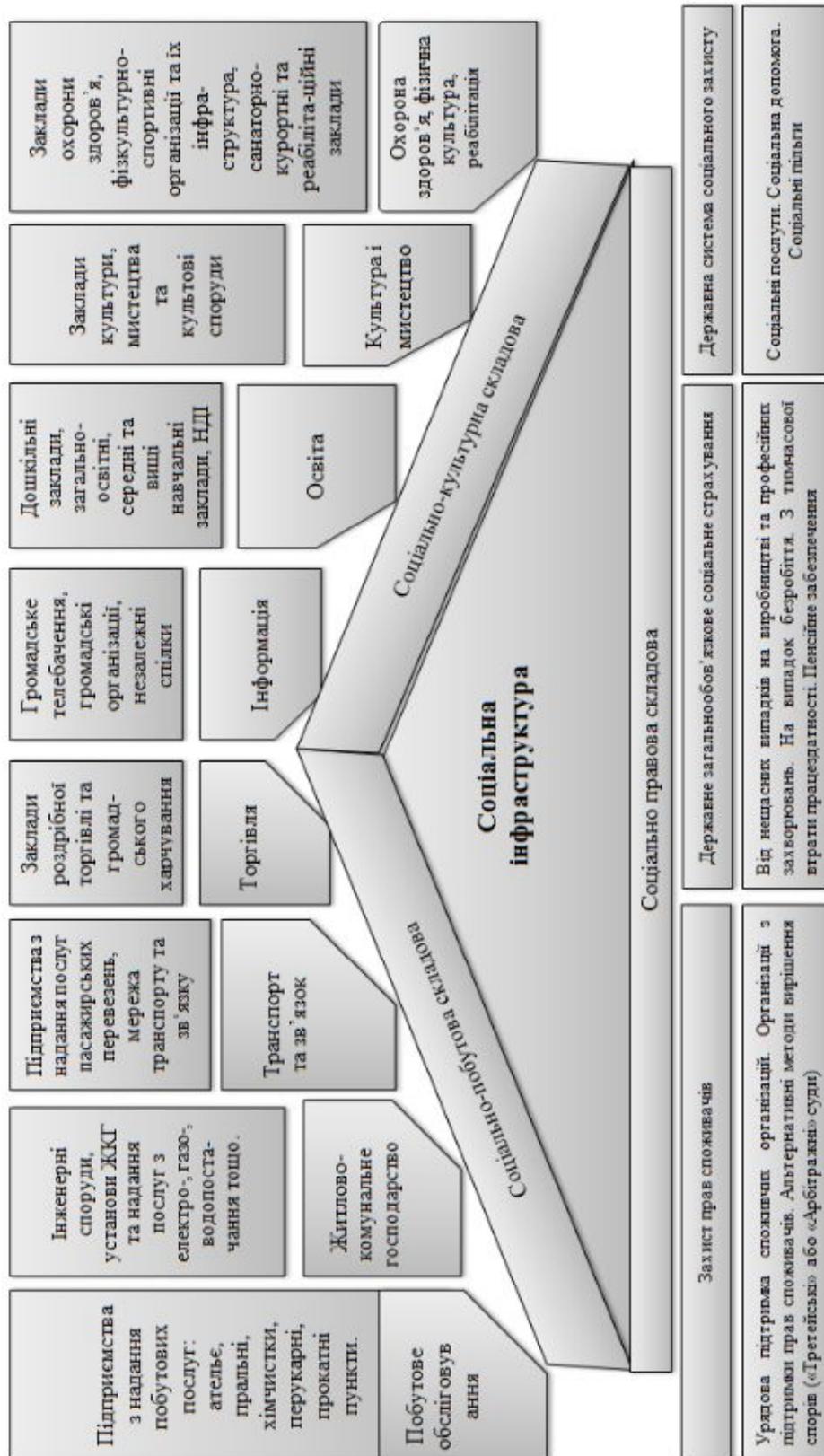
В. М. Новіков характеризує соціальну інфраструктуру та відповідні інституційні утворення, як сукупність специфічних сфер суспільного виробництва, що формують умови для просторової й часової соціалізації економіки в контексті соціального призначення держави. Відповідно, соціальна інфраструктура поділяється на виробничу й соціальну. Виробнича інфраструктура активно формує, тобто створює матеріально-речові об'єкти національного господарства. Соціальна інфраструктура виконує конгломерат функцій по первинній соціалізації людини та тієї її складової, що пов'язана з підтриманням соціального статусу громадян на різних етапах їх життєвого циклу. Таким чином, сьогодні в умовах економічної інтеграції, зміцнення цілісності та єдності світового господарства, протистояння між ринковою і плановою ідеологією перемістилося в площину стратегії забезпечення розвитку добробуту конкретної людини [9, с. 49].

Складові компоненти соціальної інфраструктури забезпечують обслуговування індивідуального споживання, забезпечують умови споживання створених галузями матеріального виробництва благ і продукують власні послуги та матеріальні блага. У загальній множині функцій соціальної інфраструктури на особливу увагу заслуговують ті, які спрямовані на покращення демографічної ситуації, тобто зменшення смертності та підвищення народжуваності; покращення структури трудових ресурсів, підвищення конкурентоздатності та ефективності використання потенціалу трудових ресурсів; удосконалення системи охорони здоров'я населення; покращення роботи житлово-комунального господарства; покращення рівня життя населення; підвищення рівня зайнятості, створення нових робочих місць в неіндустріальних районах та в країні в цілому, тощо.

У сучасних умовах економічної кризи та відсутності дієвих інститутів соціально-орієнтованої ринкової економіки дуже важливою є правильна оцінка і визначення ролі та функцій інститутів соціальної інфраструктури у суспільному відтворенні, їх трансформація з урахуванням особливостей та інтересів національної економіки. Кардинальні зміни структури та функцій інститутів соціальної інфраструктури обумовлюють трансформаційні процеси соціально-економічного розвитку та формування нових структурних елементів і сучасних підходів до подолання проблем пов'язаних з економічною кризою.

Основні компоненти соціально-економічного розвитку, які вважались базовими до сьогодення часу і склали фундаментальну основу та визначали мету і завдання інститутів соціальної інфраструктури, на сьогоднішній час не відповідають вимогам ринкової економіки та національним інтересам держави. Сучасний розвиток економіки України потребує трансформації в усіх сферах суспільного виробництва (основне виробництво, виробнича інфраструктура, соціальна інфраструктура), для створення сприятливих умов самоорганізації і саморегулювання розвитку соціально-економічних систем на основі функціонування сучасних інститутів соціально-орієнтованої ринкової економіки в єдиному національному просторі за умов впровадження нових принципів їх

роботи для покращення соціально-економічно розвитку з поєднанням інтересів окремих суб'єктів та інтересів національної економіки не порушуючи принципів ідеології ринку.



Джерело: [1, с. 78–79, 7, с. 77, 80, 5, с. 141–142, 11, с. 10–11].

Рис. 1. Класифікація складових компонентів розвитку соціальної інфраструктури національної економіки

Компоненти розвитку фундаментальних основ соціальної інфраструктури повинні містити та відображати системні поняття та складові, які виражають суттєві риси дійсності, є сукупністю цінностей, поглядів, ідеології, способів мислення, методів, підходів, технологій та засобів застосування у відповідний період часу.

Розв'язання питання трансформації інституційної складової соціальної інфраструктури через реорганізацію її основних компонентів, створення системи реалізації ефективності її роботи на основі впровадження інноваційних моделей, які спрямовані на економічне зростання, передбачає розробку напрямів розвитку інфраструктури через впровадження концептуальних основ та методологічних прикладних аспектів роботи з урахуванням дії об'єктивних економічних законів.

Реалії економічної ситуації, які склалася в країні, спонукають трансформаційні процеси в національних масштабах і зокрема у соціальній сфері. Це сприяє прискоренню процесів формування систем соціальної спрямованості міжрегіонального рівня та зумовлює потребу розробки нової парадигми, яка б поєднувала/гармонізувала інтереси та пріоритети окремих суб'єктів національної економіки із загальноекономічними інтересами держави.

Сучасна модель державного регулювання в Україні повинна базуватись на принципах соціально спрямованої економіки основними компонентами якої повинні стати європейські норми та стандарти життя, при яких людина отримує всі необхідні блага для забезпечення власних потреб не тільки на рівні фізіологічного рівня який враховує витрати на задоволення найбільш суттєвих фізіологічних і фізичних потреб, включно з витратами на оплату основних послуг протягом нетривалого часу, практично виключаючи придбання одягу, взуття та інших непродовольчих товарів, а і на рівні соціального мінімуму який крім фізичного, включає витрати на задоволення мінімальних духовних і соціальних потреб, які суспільство вважає необхідними для збереження прийняттого рівня життя. При цьому розуміється, що бідні мають більш-менш нормальні житлові умови.

Держава при розбудові інститутів соціальної інфраструктури повинна враховувати умови та особливості національного, ідеологічного, духовного, культурного, екологічного та політичного життя і на цих принципах формувати соціальну політику. Створення нових інститутів соціальної направленості сприяє об'єднанню різних соціальних верств населення для реалізації мети суспільного добробуту. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення ряду завдань суть яких реалізується у створенні необхідної кількості робочих місць, доступності у відповідності до прав людини та громадянина освітніх послуг, безкоштовного медичного обслуговування у певних межах та при загрозі життю, можливостях отримання необхідних професій, підвищення кваліфікації, відповідних умов та оплати праці, відпочинку, реабілітації тощо.

Державні структури соціальної направленості повинні надавати адресну допомогу найбільш вразливим верствам населення, які без відповідної допомоги не можуть існувати. Європейські норми соціальної політики держави базуються на добрих економічних досягненнях, високому рівні соціальної захищеності, високому рівні освіти та соціальному діалозі і передбачають поєднання свободи громадянина з його відповідальністю перед державою, а держава у свою чергу захищає інтереси своїх громадян [3, с. 12]. Соціальна справедливість є основою солідарності громадян і держави, яка створює для громадян рівні стартові можливості, що сприяє соціальному консенсусу, взаємодії людей з державними інститутами для подолання економічних криз та інших викликів які постають перед кожною людиною та суспільством в цілому

Існування нерівності в умовах ринкової економіки об'єктивно обумовлено, тому що ринкова система – це жорсткий механізм, який не знає благодійності і винагороджує людей лише за кінцевою ефективністю їх діяльності. Люди ж значно відрізняються між собою за

працездатністю, активністю, кваліфікацією, освітою, здібностями, володінню власністю тощо. Відповідно вони не можуть працювати і заробляти однаково. У свою чергу держава повинна пом'якшувати нерівність у доходах людей, щоб не допустити надмірного соціального розслоєння і напруженості у суспільстві. Рівність у суспільстві визначається якістю та кількістю матеріальних та нематеріальних благ, які отримують люди щоденно. Суть рівності полягає у справедливому отриманні та доступності благ кожній людині відповідно обсягу корисних дій здійснених конкретною людиною незалежно від статі, соціального походження, національності. Важливим елементом соціальної справедливості та обов'язковим компонентом соціальної інфраструктури повинен бути механізм подолання суттєвих відмінностей рівня життя у сільських та міських населених пунктах, а також забезпечення однакового рівня розвитку соціальної інфраструктури в різних економічних районах країни на основі реалізації інноваційно-інвестиційної політики сільських регіонів [12, с. 6–7, 4, с. 100–101].

Ефективне поєднання галузей соціальної інфраструктури сприяє забезпеченню потреб суспільства в цілому та кожної людини зокрема, а також відбувається посилення впливу на суспільне виробництво, через створення сприятливих умов відтворення та розвитку трудових ресурсів суспільства. Визначальну роль відіграє соціальна інфраструктура і у формуванні та підвищенні продуктивності людського капіталу. Соціальна інфраструктура починає впливати на життєдіяльність людини від початку її народження через систему охорони здоров'я, продовжується у дошкільних закладах, закладах середньої, спеціальної та вищої освіти, під час роботи у продовж всього працездатного віку та після виходу на пенсію по досягненню пенсійного віку і довічно через систему пенсійного забезпечення.

Продуктивність праці під впливом соціальної інфраструктури змінюється у залежності від: створених відповідними галузями сприятливих житлово-побутових умов; доступності та ефективності медичного обслуговування, профілактики захворювання та можливостей санаторно-курортного лікування та медичної реабілітації; можливостей отримання якісної загальної освіти, професійно-технічної підготовки, кваліфікованої вищої освіти, перепідготовки та підвищення кваліфікації тощо.

Держава як суспільний інститут, який діє в усіх сферах суспільного життя застосовує політичні, адміністративні, економічні, правові, пропагандистські, культурно-етичні, інформаційні та інші форми акцентованого впливу. Такий системний характер впливу держави дає їй змогу регулювати складні зв'язки і відносини людини (рис. 2).

Враховуючи складноінтегрований характер діяльності держави і розцінюючи її як особливого суспільного гравця, управлінську активність цього інституту доцільно трактувати як специфічну форму впливу на об'єкт з метою реалізації стратегічних напрямів розвитку національної економіки [10, с. 5].

Економічна криза та значний дефіцит державного бюджету спонукає до удосконалення економічного механізму регулювання розвитку та функціонування об'єктів соціальної інфраструктури. Державне регулювання соціальної інфраструктури повинно здійснюватися у масштабах національної економіки. Відповідальність за реалізацію державних програм покладена на територіальні органи управління та органи місцевого самоврядування які спрямовують роботу господарських структур, приймають участь у формуванні соціальних програм спрямованих на системний розвиток соціальної інфраструктури та покращення умов життя населення.



Джерело: авторська розробка.

Рис. 2. Напрями розвитку соціальної інфраструктури національної економіки України

Висновки та перспективи подальших досліджень. Враховуючи дані фактори, свідоме управління соціально-економічними процесами не може вважатися екзогенним фактором по відношенню до економічної системи. Тобто, механізм державного регулювання соціальної інфраструктури, дія якого реалізується через прийняття політичних і правових рішень реальними людьми повинен реалізуватись у масштабах національної економіки, не може бути роздробленим на регіональні та районні рівні та повинен входити у систему цільових комплексних програм (ЦКП) соціально-економічного розвитку країни.

Реалізація напрямів розвитку соціальної інфраструктури можлива при умові розвитку та функціонуванні інститутів громадянського суспільства, всебічному контролі громадянського суспільства за діяльністю держави, ефективній бюджетній та соціальній політиці, формуванні системи моральних цінностей та патріотизму, рівності усіх перед законами та дотримання законності всіма громадянами держави.

References

1. Baltacheieva N. A. Ukrainski sotsialni standarty ta harantii v konteksti yevropeyskykh oriientyriv sotsialnoho rozvytku [Elektronnyi resurs] / N. A. Baltacheieva. – Rezhym dostupu: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/2914/1/Balstacheieva.pdf>.
2. Bekh V. P. Sotsialna robota i formuvannia hromadianskoho suspilstva: monohrafiia /

Література

1. Балтачєєва Н. А. Українські соціальні стандарти та гарантії в контексті європейських орієнтирів соціального розвитку [Електронний ресурс] / Н. А. Балтачєєва. – Режим доступу: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/2914/1/Balstacheieva.pdf>.
2. Бєх В. П. Соціальна робота і формування громадянського суспільства: монографія /

- V. P. Bekh, M. P. Lukashevych, M. V. Tulenkov; Nats. ped. un-t imeni M. P. Drahomanova. – K.: NPU imeni M. P. Drahomanova, 2008. – 599 s.
3. Vitte L. Yevropeiska sotsialna model ta sotsialna yednist: Yaku rol vidihraie YeS? / L. Vitte // Yevropeiska polityka. – 2014. – №2. – S. 12–24.
4. Hanushchak-Yefimenko L. M., Shcherbak V. H. Rozvytok innovatsiino-investytsiinoi polityky silskykh rehioniv / L. M. Hanushchak-Yefimenko, V. H. Shcherbak // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dizainu. Ekonomichni nauky. – 2016. – №6. – S. 99–105.
5. Makarova O. V. Sotsialna polityka v Ukraini: Monohrafiia / O. V. Makarova; In-t demohrafiї ta sotsialnykh doslidzhen im. M. V. Ptukhy NAN Ukrainy. – K., 2015. – 244 s.
6. Orlatyi M. K. Metodolohichni pidkhody shchodo sotsialno-infrastrukturnoho potentsialu terytorialnykh hromad sela / M. K. Orlatyi // Produktyvnist ahropromysloвого vyrobnytstva. Ekonomichni nauky. – 2015. – №27. – S. 125–132. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2015_27_20.
7. Sotsialna infrastruktura rehionu: Navch. posib. / Za zah. red. V. M. Vakulenko, M. K. Orlatoho. – K.: Vyd-vo NADU; Vyd-vo «Feniks», 2010. – 257s.
8. Statystycheskaia baza dannykh EЭК ООН [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://w3.unecе.org/PXWeb2015/pxweb/ru/STAT/STAT_20-ME__1-MEOV.
9. Transformatsiia sotsialnoi infrastruktury v konteksti zabezpechennia humanitarnoho rozvytku: Kol. monohr. / V. M. Novikov, N. M. Dieieva, I. S. Kaleniuk ta in.; Za nauk. red. d.e.n., prof. V. M. Novikova, d.e.n., prof. Z. S. Siroicha. – Vinnytsia: PP Baliuk I. B., 2015. – 384 s.
10. Udoskonalennia derzhavno-upravlinskykh vidnosyn v umovakh transformatsii ukrainskoho suspilstva: Monohrafiia / E. A. Afonin, Ya. V. Berezhnyi, O. L. Valevskyi ta in.; Za zah. red. V. A. Rebkala, V. A. Shakhova. – K.: NADU, 2014. – 268 s.
11. Khaletska A. A. Sotsialnyi zakhyst naseleння v Ukraini: teoriia ta praktyka
- В. П. Бех, М. П. Лукашевич, М. В. Туленков; Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. – К.: НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008. – 599 с.
3. Вітте Л. Європейська соціальна модель та соціальна єдність: Яку роль відіграє ЄС? / Л. Вітте // Європейська політика. – 2014. – №2. – С. 12–24.
4. Ганущак-Єфіменко Л. М., Щербак В. Г. Розвиток інноваційно-інвестиційної політики сільських регіонів / Л. М. Ганущак-Єфіменко, В. Г. Щербак // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Економічні науки. – 2016. – №6. – С. 99–105.
5. Макарова О. В. Соціальна політика в Україні: Монографія / О. В. Макарова; Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України. – К., 2015. – 244 с.
6. Орлатий М. К. Методологічні підходи щодо соціально-інфраструктурного потенціалу територіальних громад села / М. К. Орлатий // Продуктивність агропромислового виробництва. Економічні науки. – 2015. – №27. – С. 125–132. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pav_2015_27_20.
7. Соціальна інфраструктура регіону: Навч. посіб. / За заг. ред. В. М. Вакуленка, М. К. Орлатого. – К.: Вид-во НАДУ; Вид-во «Фенікс», 2010. – 257с.
8. Статистическая база данных ЕЭК ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://w3.unecе.org/PXWeb2015/pxweb/ru/STAT/STAT_20-ME__1-MEOV.
9. Трансформація соціальної інфраструктури в контексті забезпечення гуманітарного розвитку: Кол. моногр. / В. М. Новіков, Н. М. Дєєва, І. С. Каленюк та ін.; За наук. ред. д.е.н., проф. В. М. Новікова, д.е.н., проф. З. С. Сіройча. – Вінниця: ПП Балюк І. Б., 2015. – 384 с.
10. Удосконалення державно-управлінських відносин в умовах трансформації українського суспільства: Монографія / Е. А. Афонін, Я. В. Бережний, О. Л. Валевський та ін.; За заг. ред. В. А. Реbkала, В. А. Шахова. – К.: НАДУ, 2014. – 268 с.
11. Халецька А. А. Соціальний захист населення в Україні: теорія та практика

-
- derzhavnoho upravlinnia: Monohrafiia / державного управління: Монографія /
A. A. Khaletska. – Donetsk: Yuho-Vostok, 2010. – 430 s. | A. A. Халецька. – Донецьк: Юго-Восток,
2010. – 430 с.
12. Iahodka A. H. Sotsialna infrastruktura i 12. Ягодка А. Г. Соціальна інфраструктура і
polityka: Navch. posib. / A. H. Yahodka; політика: Навч. посіб. / А. Г. Ягодка;
Kyivskiy natsionalnyi ekonomichnyi un-t im. Київський національний економічний ун-т ім.
Vadyma Hetmana. – Vyd. 2-he, dooprats. i dop. Вадима Гетьмана. – Вид. 2-ге, доопр. і доп.
– К.: KNEU, 2006. – 392 s. | – К.: КНЕУ, 2006. – 392 с.

УДК 334

Viktoriia V. Hotra

State University "Uzhgorod National University"

VARIABLES AFFECTING CONSULTING PROJECTS SUCCESS

The paper explores a range of factors that might affect the success of consulting projects accomplishment and suggests to arrange them in three basic groups: 1) quality of client organisation (e.g., top management support for consulting, customer loyalty team, customer nearness); 2) consultants' competencies; 3) consultation mode (e.g., clearly set objectives, methodological similarity, institutionalization of strategies, and customers' participation). Despite the major focus of this research on management consulting projects analysis, its implications might be generalized and applied to other consulting areas.

Keywords: consulting, services, consulting market, accomplishments of the consulting project.

Вікторія В. Готра

Державний університет «Ужгородський національний університет»

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА УСПІШНУ РЕАЛІЗАЦІЮ КОНСАЛТИНГОВИХ ПРОЕКТІВ

У статті досліджено фактори, що можуть впливати на успішну реалізацію консалтингових проектів, та запропоновано умовно поділити їх на три складові: 1) якість організації клієнта (наприклад, підтримка консультантів з боку топ-менеджменту, відданість команди замовника та близькість замовника); 2) компетенції консультантів; 3) режим консультування (наприклад, чітко поставлені цілі, методологічна схожість, інституціоналізація стратегій та участь клієнтів). Незважаючи на те, що це дослідження полягає в аналізі управлінських консультаційних проектів, його висновки можуть бути використані та узагальнені також і для інших консалтингових сфер.

Ключові слова: консалтинг, послуги, консалтинговий ринок, успішність консалтингового проекту.

Виктория В. Готра

Государственный университет «Ужгородский национальный университет»

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УСПЕШНУЮ РЕАЛИЗАЦИЮ КОНСАЛТИНГОВЫХ ПРОЕКТОВ

В статье исследованы факторы, которые могут влиять на успешную реализацию консалтинговых проектов, и предложено условно разделить их на три составляющие: 1) качество организации клиента (например, поддержка консультантов со стороны топ-менеджмента, преданность команды заказчика и близость заказчика); 2) компетенции консультантов; 3) режим консультирования (например, четко поставленные цели, методологическая сходство, институционализация стратегий и участие клиентов). Несмотря на то, что данное исследование заключается в анализе управленческих консультационных проектов, его выводы могут быть использованы и обобщены также и для других консалтинговых сфер.

Ключевые слова: консалтинг, услуги, консалтинговый рынок, успешность консалтингового проекта.

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. As of late, the organisation has expanded dependence on the utilisation of management consulting services all through the world. Consultants are currently broadly utilised by management in all real

industry divisions and they give proficient administrations in a various range regions, for example, human asset management, coordinations, corporate methodology, extend arranging and promoting. As the business has developed, consulting firms have confronted such a few issues as the more prominent refinement of project management in the client organisations and the more noteworthy request by customers on the fruitful culmination of a consulting project.

Numerous customers have grumbled about the administration of consulting firms. Customers frequently state that consultants need aptitude, specific learning or objectivity, and neglect to create customer's general desires. So also, consultants assert that top supervisors need adequate support in the administration consulting process. This circumstance calls attention to the absence of learning by both the customer and the specialist about what it takes to execute effectively their work in a mind boggling condition. Experts and academicians alike have addressed as to achievement calculates consulting projects, not extends all in all.

A few specialists have tended to concentrate on the advisor's parts or behavioural abilities. They have endeavoured to investigate and give a hypothetical model of parts or skill for the administration specialist [2; 3]. Others have contended that elaboration of a multi-arrange consulting model gives an effective approach to management consulting [4; 5]. They expect that consulting connections can be enhanced and consulting projects better executed when expert and customer take care of the issues and issues brought up in each phase of the multi-stage model [5].

The motivation behind this investigation is to distinguish those components that are basic for the effective fruition of management consulting project. Achievement is seen broadly as far as conveyance on time, finish to spending plan, and fulfilment of customer's general desires. Consulting firms and customer organisations that have a decent under-remaining of those elements ought to be better ready to comprehend the consulting procedure, and thus be more fruitful in consulting project usage.

Analysis of research and publications on the problem. The study of the problems of variables affecting the accomplishment of consulting projects is devoted to the scientific works of modern scientists such as: Y. Zeira and J. Avedisian, F. Schein, K. C. Wooten and L. P. White, P. Lawrence and J. Lorsch, D. A. Kolb and A. L. Frohman, D. H. Maister, A. P. O. Williams and S. Woodward, R. A. Neal etc.

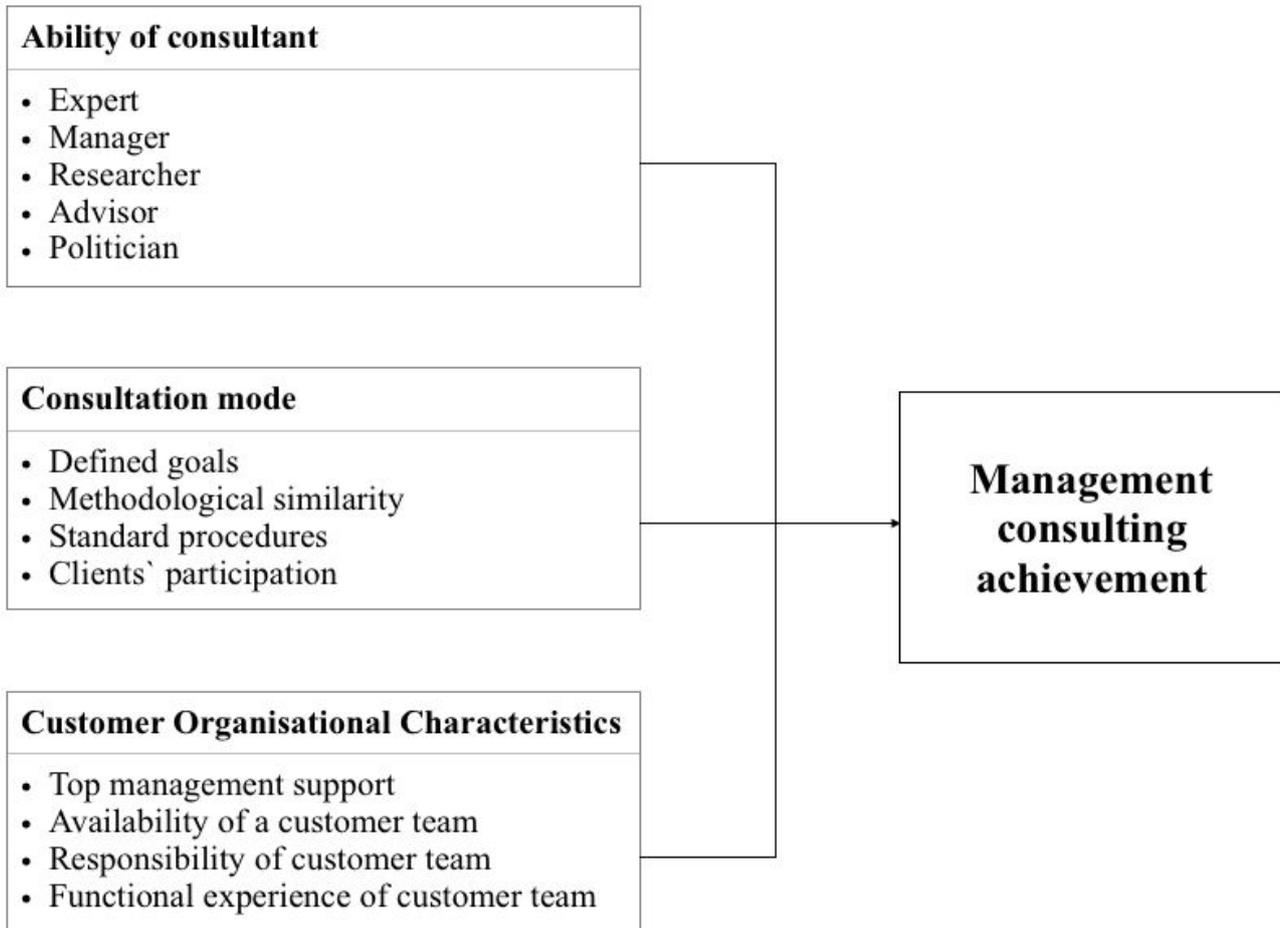
The purpose of the article is to study the factors of the variables affecting the accomplishment of consulting projects and their impact on companies stability and prosperity.

Presentation of the main results and their discussion. Albeit obviously not thorough, the components are classified as capability of specialists, interview mode, and customer authoritative attributes. We concentrate fundamentally on the outer expert and the hierarchical customer framework. Additionally, we expect that the fundamental part of specialists is to instruct and the part with respect to beat management and colleagues in the customer association is to execute. The duty regarding many project-based activities in light of management consulting, for example, logistics process redesign, regularly covers between at least two divisions. To deal with the improvement and usage of these activities, the consulting teams (outer management specialists and customer teams), a sort of cross-functional group, has developed.

The activities of these transitory project groups, have turned out to be progressively vital for the long haul feasibility of the customer association. An expert can't pivot a beset circumstance. The advisor can plot the vital strides, yet the customer needs to make those strides. The model of management consulting achievement is given in Figure 1.

Ability of consultant. The management consulting firm is a definitive encapsulation of the natural expression, "Our assets are our people" [6]. Oftentimes, a management consulting firm tends to offer the administrations of specific specialists (or advisor teams) more than the management of the firm. A customer anticipates that the specialist will draw for a fact and particular learning

picked up in working with different customers on comparable difficulties. Consultants are called upon to assume an assortment of parts when utilising their insight and methods.



Source: authors'.

Figure 1. The model of management consulting achievement

In view of the past good examples, we propose that consultants ought to accept five essential parts: expert, manager, researcher, counsellor, and politician. To begin with, the consultant's part as an expert is basic in the consulting procedure. The consultant is the supplier of abilities and information. Customers would anticipate that consultants will have the capacity to talk with suitable expertise in their particular zone. Second, the part of manager requires unique abilities to oversee or control the allotted project.

Third, in the part of a researcher, the consultant acknowledges the duty regarding getting, dissecting, and deciphering target information in a logical way. Fourth, the counsellor part helps customers in learning and giving information through formal strategies and consequently accepts accountability for the customer's learning procedure. At last, the politician part of the consultant is ordered by understanding the wellsprings of energy in social frameworks and by picking up the support of the individuals who have the power and impact to encourage or repress change. The consultant ought to end up plainly more politically advanced and dynamic so as to expand the accomplishment of management consulting projects.

All together for the consultant's expertise to be instrumental in tackling the customer's issue, he or she needs to prepare different abilities or skills. This requires the consultant to have the suitable blend of capabilities.

Consultation mode.

Defined goals. Compelling project management requires the objectives of the project to be plainly characterised unbiasedly [8]. Objectives are various and frequently opposing, mirroring the progression of the interests of the customer association. Thus, to achieve particular authoritative objectives, another utilitarian region might be required to give up its essential objectives. Associations are persistently looking for methods for creating objectives that can expand cross practical participation. Obviously characterised objectives of management consulting projects can be utilised to help structure an assignment to encourage cross useful collaboration for project groups and to keep everybody situated toward a typical project result [9].

In this manner, it is essential for associations to have obviously characterised objectives on account of creating and executing management consulting projects.

Methodological similarity. An organisation would be best served by utilising a management consultant when the character of the issue it needs to fathom or the aggressive propel it needs to make will profit by new methodologies and new procedures, particularly those that have been spearheaded in consulting firms or business schools [10]. Consulting firms and business colleges, because of their expertise, may overwhelm in the choice of popular strategies for consulting projects. Customers ought to precisely embrace proper systems to accomplish particular project objectives. Regardless of the possibility that the customer and the consultant concede to real objectives, they should likewise concur on the methods for accomplishing these objectives and whether those methods are steady with their qualities or standards [1]. The philosophies must be seen as non-undermining to the qualities or standards of customer associations to pick up and keep up their support for management consulting projects [11]. Along these lines, it is essential to embrace a procedure fitting to the specific circumstance of every customer association.

Standard procedures. Institutionalisation of procedures is characterised as how much function guidelines, arrangements, and standard working strategies are formalised and taken after. The consulting colleagues are working in an unverifiable domain on novel errands. This circumstance proposes that the groups need some level of independence to set up an arrangement of project particular guidelines, approaches, and methodology that would encourage their work. Standard procedures for those errands that can be predefined increments effective execution of standard or redundant undertakings and requires the dynamic cooperation of all invested individuals. It likewise allows consulting teams to centre a more prominent extent of their consideration on new or excellent errands that require more prominent attentiveness and inventiveness in executing management consulting after some time [12]. Besides, it gives intends to set up participation among the customer teams accused of specific assignments.

Clients' participation. As per Fleming [10], "the way to an effective consulting work is not recently the brightness, the origination, and the arrangement of an issue that addresses a need. Or maybe, it's a profoundly fruitful usage of the consequences of the consulting action, joining with the capacities of the customer." In many cases, consulting endeavours are conveyed through composed reports and formal introductions, which are scholarly components. Concentrating on reports and introductions in management consulting, the consultant can disregard the support of customers. The customers that are to work or execute the activities need to accept and see solidly what they have to do and why. Else, they will create neither the sense of duty regarding see the exertion through nor the judgment to oversee it [13]. The likelihood of an effective execution is particularly impacted by the cooperation that creates between the consultant and the customer.

Customer organisational characteristics.

Top management support. Top management support is characterised as the readiness of top management to give fundamental assets, specialist and power for consulting achievement. At the point when top management is focused on consulting projects, it will bolster them and prepare the

assets required for consulting, and the customer's disposition toward taking part in the projects is probably going to be certain. Likewise, high level top management support helps in intersection authoritative limits and in rebuilding activities. In light of a generally solid bartering energy of the management consultant in this circumstance, the customer's investment in or support of the management consulting process is probably going to be acquired.

Availability of a customer team. A consulting team, as a rule, comprises of individuals who bear titles: customer staff, customer, and external consultant. A customer in the top management should go about as the essential contact between the consultant and the client organisation. A customer implies the pioneer of the customer team who firmly puts stock in the change and has the fundamental power, regard, authority, and compelling relational aptitudes. The customer should feel actually in charge of accomplishing the objectives of the consulting project. The customer must discover approaches to speak with gatherings, fabricate connections of openness and trust with the consulting teams including consultants, and perceive and oblige the worries and interests of various gatherings. Such a pioneer is vital in the management consulting process, on the grounds that the consultant does not anticipate that the top management will work with them through the procedure.

Responsibility of customer team. It is critical for the customer team to acquaint new thoughts and to work with consultants all through the consulting project. Customer colleagues should go about as the essential contact between the consultant and the customer organisation. The customer team who take a shot at projects are frequently utilised on a brief premise. They tend to do not have the inspiration to take part in the long haul accomplishment of the consulting project. The dedication of customer team implies the degree to which they will work cooperatively with the consultants all through the management consulting process. The dedication of customer teams empowers imaginative thoughts to pervade the organisation. In the event that the staff are guarded and not anticipated in giving all the vital data, this lessens any possibility that the project has of being fruitful.

Functional experience of customer team. Numerous management consulting projects in all actuality are excessively intricate for one individual from the customer teams to fulfil exclusively. A gathering of customer teams should be selected, sorted out, and coordinated. It is additionally generally perceived that diverse interests and perspectives are unavoidable when customer teams from a few practical regions cooperate on management consulting projects. Customer teams with varying histories of utilitarian encounters are probably going to contrast in their states of mind, information, and viewpoints, and these distinctions will encourage imagination in actualising consulting project.

Conclusions and perspectives of further research. This investigation proposes a hypothetical structure that can be utilised to investigate efficiently what number of elements influence the accomplishment of management consulting projects. These elements are made out of three noteworthy arrangements of factors: capability of the consultant, interview mode, and attributes of customer organisation. It accommodates the perspectives of the customer and the consultant to clarify the accomplishment of consulting projects.

More extensive acknowledgment of the impacting variables of consulting can help both the consultant and the customer. Additionally, by investigating the discussion mode, we get a more full information of the parts, aptitudes, and techniques accessible to the consultant. This comprehension, thus, can just upgrade the customer.

References

1. Zeira, Y. and Avedisian, J. Organizational planned change: assessing the chances for success. Organizational Dynamics, Spring, 1989, 31–45.

Література

2. Schein, F. Process Consultation, Volume 2: Lessons for Managers and Consultants. Addison-Wesley, USA, 1987.
3. Wooten, K. C. and White, L. P. Toward a theory of change role efficacy. *Human Relations* 42(8), 1989, 651–669.
4. Lawrence, P. and Lorsch, J. *Developing Organizations: Diagnosis and Action*. Addison-Wesley, USA, 1969.
5. Kolb, D. A. and Frohman, A. L. An organization development approach to consulting. *Sloan Management Review*, Fall, 1970, 51–55.
6. Maister, D. H. Balancing the professional service firm. *Sloan Management Review*, Fall, 1982, 15–29.
7. Williams, A. P. O. and Woodward, S. *The Competitive Consultant. A Client-oriented Approach for achieving Superior Performance*. The Macmillan Press Ltd, UK, 1994.
8. Neal, R. A. Project definition: The soft-systems approach. *Int J Project Management* 13(1), 1995, 5–9.
9. Pinto, M. B., Pinto, J. K., Prescott, J. E. Antecedents and consequences of project team cross-functional cooperation. *Management Science* 39(10), 1993, 1281–1297.
10. Fleming, S. C. Compatibility pays off. *J Business Strategy*, May/June, 1989, 4–7.
11. Kelley, G. Seducing the elites: the politics of decision making and innovation. In 'Organizational Networks', *Academy of Management Review*, July, 1976, 66–74.
12. Van de Ven, A. H. and Chu, Y. *Research on the Management of Innovation: The Minnesota Studies*. Harper and Row, USA, 1989.
13. Shapiro, E. C., Eccles, R. G., Soske, T. L. Consulting: has the solution become part of the problem? *Sloan Management Review*, Summer, 1993, 89–95.
14. Schaffer, R. H. and Thomson, H. A. Successful change programs begin with results. *Harvard Business Review*, Jan-Feb, 1992.

УДК 339

Олена О. Єршова

*Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка*
**ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
ПОРТФЕЛЕМ БІЗНЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті наведено та обґрунтовано принципи стратегічного управління портфелем бізнесів підприємств. Проаналізовано особливості управління бізнес-процесами та виокремлено третій рівень агрегації цієї категорії, який передбачає еволюційно обумовлене формування нового об'єкта – бізнес-напрямів. Наявність бізнес-напрямів надає підприємству можливість створення та захисту унікальних конкурентних переваг на ринку.

Ключові слова: портфель бізнесів, бізнес-процеси, бізнес-напрями, стратегічні одиниці бізнесу, конкурентні переваги, конкуренція.

Елена А. Ершова

*Харьковский национальный технический университет
сельского хозяйства имени Петра Василенко*
**ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПОРТФЕЛЕМ БИЗНЕСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В статье приведены и обоснованы принципы стратегического управления портфелем бизнесов предприятий. Проанализированы особенности управления бизнес-процессами и выделен третий уровень агрегации данной категории, который предусматривает эволюционно обусловленное формирование нового объекта – бизнес-направлений. Наличие бизнес-направлений предоставляет предприятию возможность создания и защиты уникальных конкурентных преимуществ на рынке.

Ключевые слова: портфель бизнесов, бизнес-процессы, бизнес-направления, стратегические единицы бизнеса, конкурентные преимущества, конкуренция.

Olena O. Yershova

Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture
SPECIFIC FEATURES OF STRATEGIC BUSINESS PORTFOLIO MANAGEMENT

The article investigates and justifies the principles of strategic business portfolio management. Specific aspects of business processes management have been analyzed revealing the third level of aggregation in this area which entails the evolutionary formation of a new object, i.e. business lines. Business lines provide the opportunities to create and protect the company's unique competitive advantages in the market.

Keywords: business portfolio, business processes, business lines, strategic business units, competitive advantages, competition.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Сьогодні, одними з основних негативних факторів, що стримують розвиток вітчизняної промисловості, залишаються невизначеність геополітичного напрямку розвитку держави, відсутність комплексної підтримки економіки з боку уряду, низка кризових процесів в різних економіко-соціальних сферах, значна залежність від імпорту тощо.

Тому, в сучасних ринкових умовах перед українськими підприємствами постає проблема формування і збереження стійких конкурентних переваг у стратегічній перспективі та їх ефективний захист від перейняття іноземними конкурентами. Одним зі шляхів для досягнення цього є формування у складі портфеля бізнесів (далі ПБ) бізнес-напрямів, котрі

на основі взаємозв'язаного попиту та спільності стратегічних управлінських заходів, дозволять підвищити ефект синергізму продажів, інвестування, стратегічного та оперативного управління збалансованим ПБ.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Питання стратегічного управління досліджували такі іноземні та вітчизняні науковці, як Д. Аакер, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Н. В. Куденко, Л. М. Шульгіна, Н. М. Гуржій та ін. Серед авторів, які в межах стратегічного управління приділили значну увагу ПБ, слід відзначити Ф. Котлера, А. А. Томпсона, Е. В. Крикавського, О. М. Олефіренка, С. А. Єрохіна, О. К. Шафалюка, В. В. Дергачову, С. М. Ілляшенка, Н. М. Сімченко, Л. В. Балабанову, Л. М. Ганущак-Єфіменко та ін. Окремі аспекти оцінювання рівня збалансованості ПБ висвітлено у працях І. Ансоффа, Л. Є. Довгань, А. В. Силакова, І. А. Дмитрієва, В. А. Потапова, С. О. Солнцева, О. В. Зозульова та ін.

Аналіз наукових праць засвідчив, що питання стратегічного маркетингового управління ПБ, до складу якого входять бізнес-напрями, у науковій літературі залишається недостатньо висвітленим.

Невирішені частини дослідження. Суттєвість зазначених негативних проявів наслідків економічної глобалізації спричинили появу нових економічних закономірностей – виникнення нових диверсифікованих вітчизняних підприємств, котрі орієнтовані на внутрішні ринки збуту та підвищують свою конкурентоспроможність за рахунок швидкої адаптації до мінливих умов сучасного транснаціонального ринку [6, 10]. Водночас, під впливом інших ринкових факторів, одними з найбільш вагомих серед яких є активізація конкуренції і, як наслідок – зміна об'єкту та характеру управління – портфель бізнесів у розумінні деяких диверсифікованих підприємств включає не просто окремі товари (асортиментні позиції), послуги, стратегічні одиниці бізнесу, але й цілі бізнес-напрями, котрі виступають окремими видами ринкової діяльності.

Мета дослідження полягає у розкритті особливостей стратегічного управління портфелем бізнесу підприємств.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Поняття портфеля бізнесів та його складових проєволюціонувало від простих товарів та наявного асортиментного ряду, через стратегічні одиниці бізнесу до комплексних бізнес-напрямів.

- Портфель бізнесів, як сукупність товарів
- Портфель бізнесів, як сукупність стратегічних одиниць бізнесу
- Портфель бізнесів, як сукупність бізнес-напрямів

Аналіз наукових джерел дозволив виділити наступні принципи на яких засноване стратегічне управління портфелем бізнесів [7, 8, 10].

- адаптивності – підтримка балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку підприємства (вчасне усунення ринкових загроз та реалізація ринкових можливостей);
- збалансованості – розподіл матеріальних та нематеріальних ресурсів підприємства в процесі управління портфелем бізнесів повинен здійснюватись у відповідності з поточними та перспективними ринковими позиціями його складових;
- динамічності – оперативне приведення у відповідність цілей і мотивів діяльності складових портфеля бізнесів до цілей і завдань підприємства в цілому не тільки в поточному, але й стратегічному періодах;
- самоорганізації – самопідтримка роботи підприємства – обмін інформаційними, фінансовими, матеріальними, людськими, сировинними та іншими ресурсами між підрозділами підприємства, складовими його портфеля бізнесів, а також між підприємством і його зовнішнім оточенням;

- саморегуляції – коригування системи управління складовими портфеля бізнесів підприємства та його беззупина адаптація відповідно до чергових змін умов зовнішнього середовища;

- саморозвитку – самостійне створення умов ефективного функціонування і розвитку складових портфеля бізнесів підприємства (відповідно до місії та стратегічних цілей підприємства);

- інтеграції – управління складовими портфеля бізнесів та підприємством в цілому передбачає механізм їх подальшого довгострокового розвитку на основі інтеграції стратегічного та маркетингового управління;

Аналіз змісту стратегічного управління ПБ та його принципів надав змогу зробити висновок, що даний процес не в повній мірі враховує принцип синергії, який передбачає включення до портфеля бізнесів різних видів діяльності підприємства з метою посилення його ринкових позицій в коротко- та довгостроковій перспективі. Таким чином складові ПБ розглядались окремо одна від одної, а їх взаємозв'язки враховувались не в повному обсязі. Стратегічне управління портфелем бізнесів вказує, що дане питання є досить широким та включає в себе низку завдань, котрі потребують детального розгляду та професійного вирішення. Для систематизації цих завдань доречним буде розглянути стратегічні управлінські рівні, які є на підприємстві. Вони визначають комплекс стратегічних управлінських заходів, що пов'язані з портфелем бізнесів та диференціюють їх залежно від рівня управління.

Розглянемо рівні управління портфелем бізнесів на підприємстві та визначимо особливості стратегічного управління на кожному з них.

Основними рівнями стратегічного управління ПБ є: функціональний рівень, бізнес-рівень та корпоративний.

Особливостями стратегічного управління на корпоративному рівні є виявлення можливостей та загроз ринку; визначення складових ПБ та їх типу; визначення доцільності формування бізнес напрямків; оцінювання збалансованості ПБ; посилення стійкості підприємства до впливу зовнішніх та внутрішніх ринкових факторів

Особливостями стратегічного управління на бізнес-рівні є формування та підтримка ринкових взаємозв'язків між складовими ПБ; управління статусом складових ПБ; формування ринкових бар'єрів для появи нових та розвитку існуючих конкурентів; захист та утримання ринкових позицій підприємства.

Корпоративний рівень управління є найвищим рівнем стратегічної ієрархії, на якому вирішуються стратегічні управлінські завдання. На цьому рівні необхідно сформувати набір складових портфеля бізнесів та зкоординувати їх діяльність. На корпоративному рівні створюється загальний план управління диверсифікованим підприємством, який розповсюджується на всю компанію й охоплює наявні різновиди та сфери її діяльності.

Основним завданням корпоративного рівня є аналіз тих сфер ринкової діяльності, в яких уже представлено підприємство та дослідження нових, на які воно прагне вийти. Одним з ключових аспектів стратегічного управління ПБ на корпоративному рівні є виділення складових портфеля бізнесів та визначення доцільності, шляхів та способів формування на їх основі бізнес-напрямів і їх видів.

Бізнес-напрямок є комплексною, агрегованою складовою портфеля, що складається з певних стратегічних одиниць бізнесу та/або підтримуючих їх видів ринкової діяльності і являє собою окремий вид ринкової діяльності. Наявність бізнес-напрямів у складі портфеля бізнесів підприємства надає йому ряд вагомих переваг перед іншими суб'єктами ринку, а саме:

- блокування спроб перейняття конкурентних переваг структури портфеля конкурентами за рахунок створення підприємством ланцюга цінностей;
- посилення ефективності та результативності роботи окремих складових портфеля бізнесів за рахунок посилення однієї складової іншою;
- надання унікальної ринкової пропозиції підприємством на ринку, що надає йому можливість корпоративного позиціонування;
- формування вхідних бар'єрів для появи нових та розвитку існуючих конкурентів за рахунок унеможливлення оперативного перейняття портфеля іншими ринковими суб'єктами;
- збереження та захист існуючих (здобутих) ринкових позицій за рахунок формування стійких та довгострокових конкурентних переваг тощо.

Створення повноцінного бізнес-напрямку – одне з основних завдань функціонування стратегічних одиниць бізнесу та підтримуючих видів діяльності. Таким чином, сукупність за певними ознаками стратегічних одиниць бізнесу надає можливість формування третього рівня агрегації, який являтиме собою сукупність агрегованих у певні групи поточних складових портфеля, ринковий зв'язок між якими є найбільш сильно вираженим. Таку агреговану групу складових портфеля бізнесів доцільно назвати бізнес-напрям. В ході стратегічного управління на корпоративному рівні визначається тип складової, яка формує портфель бізнесів. Знаючи тип складових котрі утворюють бізнес-портфель, підприємство може сформувати бізнес-напрямки та розробити портфельну стратегію підприємства, стратегічними альтернативами якої є: інвестування для розвитку, інвестування для підтримання, деінвестування, збір урожаю, зняття з ринку [2, 4]. Важливим аспектом стратегічного управління портфелем бізнесів на корпоративному рівні є не просто виявлення ринкових можливостей та загроз як його складових, так і підприємства в цілому. На корпоративному рівні управління доцільно формувати ринкові можливості підприємством самостійно. за рахунок формування бізнес-напрямів. Загрози та можливості надають змогу визначити стратегію зростання підприємства. стратегічними альтернативами якої є більш глибоке проникнення на ринок, розвиток ринку або товару, диверсифікація, інтеграційне зростання. Суттєвим та визначним для всього подальшого управлінського процесу є оцінювання збалансованості портфеля бізнесів. Визначивши ступінь його збалансованості, підприємство обирає одну з можливих конкурентних стратегій: лідерство за витратами, диференціація або зосередження. Другим рівнем стратегічного управління на підприємстві є бізнес-рівень. Основним об'єктом управління на ньому є складові портфеля бізнесів – його стратегічні одиниці бізнесу, підтримуючі види ринкової діяльності та можливі бізнес-напрямки. Стратегічне управління на бізнес-рівні вирішує такі основні завдання: - аналіз зовнішнього середовища складових портфеля бізнесів підприємства, визначення їх ринкових можливостей і загроз; - визначення конкурентних переваг складових портфеля бізнесів; - розробка стратегії охоплення ринку, стратегії конкурентної поведінки, а також стратегії позиціонування; - формування партнерських мереж і іншими ринковими суб'єктами; - обґрунтоване розміщення ресурсів підприємств між його складовими; - формування та підтримка ринкових взаємозв'язків між складовими, що проявляються у посиленні їх ринкових позицій за рахунок посилення одна одною тощо.

На бізнес-рівні встановлюються ринкові цілі та завдання поточних складових портфеля, визначаються їх ринкові можливості та загрози. Проте важливим аспектом управління на цьому етапі є не просто постановка ринкових цілей та розробка маркетингових завдання та стратегії кожної складової і розробити їх таким чином, щоб сумарний ринковий результат для підприємства був результативнішим та більш бажаним. Також важливим аспектом стратегічного управління на бізнес-рівні є управління фазою його складових. На

цьому рівні розробляються стратегія охоплення ринку, конкурентна стратегія та стратегія позиціонування. Функціональний рівень стратегічної піраміди охоплює функціональні підрозділи підприємства або функціональні напрями в межах складових. Основним завданням цього рівня є розробка функціональних стратегій (виробництва, маркетингу, персоналу, фінансів, наукових розробок тощо). Функціональна стратегія є вужчою порівняно з корпоративною та конкурентною стратегіями. Вона деталізує загальний стратегічний план підприємства за рахунок розробки певних заходів щодо управління підрозділами і функціями бізнесу. Метою управління на функціональному рівні є розміщення і координація функціональних ресурсів і діяльності підприємства для досягнення загальнокорпоративних цілей підприємства на його товарно-ринкових сегментах. Таким чином, стратегічне управління ПБ являє собою сукупність логічної послідовності дій, яку можна представити у вигляді низки етапів.

Планування збалансованого ПБ:

- вибір базису концептуалізації: що є основою передбачення майбутнього – товар, стратегічна одиниця бізнесу чи бізнес-напрямок;
- оцінка збалансованості ПБ на етапі планування.
- визначена основа для передбачення майбутнього;
- виявлені сильні та слабкі сторони підприємства, його можливості та загрози;
- отримана оцінка збалансованості ПБ та визначені шляхи її підтримки / посилення.

Організація збалансованості ПБ:

- зміна складу ПБ у відповідності до запланованих заходів (виходячи з результатів оцінки збалансованості);
 - формування складових ПБ у відповідності з запланованими заходами; - розроблення продуктово-ринкових стратегій для розвитку ПБ та його складових.
 - розробка комплексу стратегій розвитку.
- Реалізація збалансованості ПБ:
- формування компетенцій підприємства;
 - створення партнерських мереж;
 - розробка стратегії позиціонування складових ПБ та підприємства в цілому.
 - високий рівень гнучкості та стійкості підприємства у невизначених ринкових умовах;

- наявність передумов для стратегічного розвитку.

Контроль ефективності стратегічного управління ПБ:

- контроль та оцінювання ефективності проведених стратегічних маркетингових управлінських заходів над ПБ та його структурними елементами.
- ступінь досягнення підприємством та складовими його ПБ запланованих цілей.

Так, етап планування портфеля бізнесів є одним з найбільш трудомістких. Він передбачає вибір базису концептуалізації на підприємстві – які його складові будуть покладені в основу передбачення (прогнозування) підприємством його майбутнього: або товари, або стартегічні одиниці бізнесу. або, особливо в сучасних умовах це актуально – бізнес-напрями. Також етап планування ПБ передбачає оцінку його збалансованості, оскільки тільки на основі отримання збалансованої оцінки ПБ спираючись на його прогнозний стан можемо гворити про доцільність формування в його складі другого або третього рівня агрегації. Етап організації збалансованості ПБ передбачає безпосередньо зміну його складу у відповідності з запланованими на попередньому етапі рекомендаціями. Також, на цьому етапі підприємство пропонує набір продуктово-ринкових стратегій по розвитку як ПБ. його складових та в цілому підприємства. Одним з результатів на етапі організації ПБ є створення певного рівня агрегації – або другого (коли ПБ утворюють

стратегічні одиниці бізнесу), або третього (коли складові оутворюють бізнес напрями). Етап реалізації збалансованості ПБ полягає у – безпосередньому формуванні підприємством його компетенцій та створення на їх основі партнерських мереж. Також вагомою складовою процесу реалізації ПБ є розроблення стратегії позиціонування його складових, яка істотним чином вплине на ступінь досягнення підприємством його цілей. На етапі контролю відбувається визначення ступенів досягнення запланованих підприємства цілей та виявлення резервів підприємства для посилення не тільки його результативності, але й ефективності.

Висновки та перспективи подальших досліджень Отже, в процесі дослідження було визначено, що стратегічне управління портфелем бізнесу є багатоаспектний та систематичний управлінський процес, який базується на зазначених принципах, передбачає формування збалансованого портфеля бізнесів та подальшого управління ним як цілісною системою. Для цього нами були розглянуті рівні стратегічного управління на підприємстві (корпоративний рівень, бізнес-рівень та функціональний) та показано особливості управління на кожному з них.

References

1. Bromvich M. Analiz effektivnosti kapitalovlozhenii / M. Bromvich; Per. s angl. – M.: INFRA-M, 1996. – 432 s.
2. Visiashchev V. A. Teoretychni i metodychni osnovy proektnoho analizu: Monohrafiia / V. A. Visiashchev., O. S. Povazhnyi, S. S. Stepanchuk. – Donetsk: NORD Kompiuter, 2003. – 152 s.
3. Vinokurov V. A. Organizatsiia strategicheskogo upravleni na predpriatii / V. A. Vinokurov. – M.: Tcentr ekonomiki i marketinga, 1996. – 160 s.
4. Voichak A. V. Marketingovii menedzhment: Navch. posib. / A. V. Voichak. – K.: KNEU, 1998. – 268 s.
5. Voronkov D. K. Rozvytok pidpriemstva: upravlinnia zminyamy ta innovatsii: monohrafiia / D. K. Voronkov, Yu. S. Pohorelov. – Kh.: AdvA, 2009. – 435 s.
6. Havrysh O. A. Orhanizatsiino-upravlinski mekhanizmy rozvytku pidpriemnytskoi diialnosti natsionalnoho hospodarstva: Monohrafiia / O. A. Havrysh, P. V. Kruz, L. S. Dovhan ta in. – K.: NTUU «KPI», 2008. – 386 s.
7. Illiashenko S. M. Formuvannia rynku ekolohichnykh innovatsii: ekonomichni osnovy upravlinnia: Monohr. / S. M. Illiashenko, O. V. Prokopenko; Pid red. d.e.n., prof. S. M. Illiashenka. – Sumy: VTD «Universytetska knyha», 2002. – 250 s.
8. Zozulev A. V. Marketingovye issledovaniia: teoriia, metodologiya, statistika: ucheb. posobie /

Література

1. Бромвич М. Анализ эффективности капиталовложений / М. Бромвич; Пер. с англ. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 432 с.
2. Вісящев В. А. Теоретичні і методичні основи проектного аналізу: Монографія / В. А. Вісящев., О. С. Поважний, С. С. Степанчук. – Донецьк: НОРД Комп'ютер, 2003. – 152 с.
3. Винокуров В. А. Организация стратегического управлени на предприятии / В. А. Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 160 с.
4. Войчак А. В. Маркетинговый менеджмент: Навч. посіб. / А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 1998. – 268 с.
5. Воронков Д. К. Развитие предприятия: управление изменениями та інновації: монографія / Д. К. Воронков, Ю. С. Погорелов. – Х.: АдВА, 2009. – 435 с.
6. Гавриш О. А. Організаційно-управлінські механізми розвитку підприємницької діяльності національного господарства: Монографія / О. А. Гавриш, П. В. Круж, Л. С. Довгань та ін. – К.: НТУУ «КПІ», 2008. – 386 с.
7. Ілляшенко С. М. Формування ринку екологічних інновацій: економічні основи управління: Моногр. / С. М. Ілляшенко, О. В. Прокопенко; Під ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 250 с.
8. Зозулев А. В. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: учеб.

- A. V. Zozulev, S. A. Solntcev. – К.: Znannia; М.: Rybary, 2008. – 643 с.
9. Zozulov O. V. Problemy i perspektyvy stratehichnoi stabilnosti pidpriemstva / O. V. Zozulov // Marketynh v Ukraini. – 2005. – № 2. – S. 54–57.
10. Zozulev A. V. Klasyfikatsiia metodiv formuvannia optymalnoho tovarnoho portfeliu kompanii: [Elektronnyi resurs] / A. V. Zozulev. – Rezhym dostupu: http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2008_16.pdf.
11. Korzh M. V. Marketingovy mekhanizm v usloviakh globalizatsii: Teoriia i praktika: monografiia / M. V. Korzh. – Kramatorsk: DGMA, 2008. – 340 s.
- пособие / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. – К.: Знання; М.: Рыбари, 2008. – 643 с.
9. Зозульов О. В. Проблеми і перспективи стратегічної стабільності підприємства / О. В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 54–57.
10. Зозулев А. В. Класифікація методів формування оптимального товарного портфелю компанії: [Електронний ресурс] / А. В. Зозулев. – Режим доступу: http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2008_16.pdf.
11. Корж М. В. Маркетинговий механізм в умовах глобалізації: Теорія і практика: монографія / М. В. Корж. – Краматорск: ДГМА, 2008. – 340 с.

УДК 339.138

Аліна О. Сергачова

Київський національний університет технологій та дизайну
**МАРКЕТИНГОВІ ДЖЕРЕЛА СТВОРЕННЯ
ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ**

У статті розглянуто та обґрунтовано вплив ланцюга створення вартості на конкурентоспроможність підприємства. Визначено значення ланцюга створення вартості для формування стратегій розвитку підприємств. Виявлено ключові маркетингові джерела формування вартості підприємства на ринку в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: ланцюг створення вартості, конкурентоспроможність, маркетингові джерела формування вартості.

Алина А. Сергачева

Киевский национальный университет технологий и дизайна
**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИСТОЧНИКИ СОЗДАНИЯ
СТОИМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ**

В статье рассмотрено и обосновано влияние цепочки создания стоимости на конкурентоспособность предприятия. Определено значение цепочки создания стоимости для формирования стратегий развития предприятий. Выявлены ключевые маркетинговые источники формирования стоимости предприятия на рынке в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: цепочка создания стоимости, конкурентоспособность, маркетинговые источники формирования стоимости.

Alina O. Serhachova

Kyiv National University of Technologies and Design
**MARKETING SOURCES OF COMPANY VALUE
CREATION ON THE MARKET**

The paper explores and analyzes the effects of value chain on the enterprise competitiveness. The role of chain in generating value for company development strategies is revealed. Key marketing sources of company value creation on the market in the modern business environment identified.

Keywords: value chain, competitiveness, marketing sources of value.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями В сучасних умовах загальна мета бізнесу полягає в забезпеченні максимальної вартості компанії, як віддзеркаленні багатства її власників.

Сучасне розуміння призначення і складових успіху бізнесу полягає в аналізі ланцюжка цінностей. Створення цінності відображає взаємодію операцій і фактори, які характеризують відповідні конфігурації цінності, на яких вона базується. Ланцюг створення цінності формує послідовно взаємопов'язані системи цінності постачальників, виробників та дистриб'юторів, кожна з яких додає цінність продукту попереднього ланцюга. Як показує світова практика застосування ланцюга створення вартості надає справді значні конкурентні переваги. При цьому ефективно використовувати ланцюг створення вартості можна лише у випадку правильного розподілу видів діяльності та коректного визначення частки кожної ланки у загальній вартості підприємства.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Проблемами організації та управлінням вартістю підприємства займаються такі вчені, як Г. Л. Багієв, Д. І. Баркан, Л. В. Бондарчук,

П. Вінкельман, О. І. Гончар, Г. О. Краюхін, С. В. Ковальчук, В. М. Наумов, та інші. Проте, хоча серед досліджень і визначені різноманітні маркетингові джерела підвищення вартості підприємств, доволі небагато уваги приділено розробці більш сучасних та ефективних у ринкових умовах системам формування вартості підприємства.

Невирішені частини дослідження Фокусування на операціях ланцюга створення вартості може використовуватися для виявлення потреб або можливостей стратегічних змін на підприємстві, але це не буде корисним у випадку здійснення реінжинірингу бізнес-процесів. Збільшення вартості підприємства за рахунок аналізу цінностей та диференціації ланок ланцюга цінності векторіально направлено на синергетичний результат діяльності підприємства в цілому.

Метою статті є дослідження та обґрунтування джерел вартості підприємств в сучасних умовах господарювання.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування Під ланцюжком цінностей розуміємо [6] узгоджений набір видів діяльності, що створюють цінність для підприємства, починаючи від початкових джерел сировини для постачальників даного підприємства аж до готової продукції, доставленої кінцевому споживачу, включаючи обслуговування. Причому акцент робиться не тільки на внутрішніх процесах, а набагато ширше, виходячи за рамки конкретного підприємства (рис. 1).

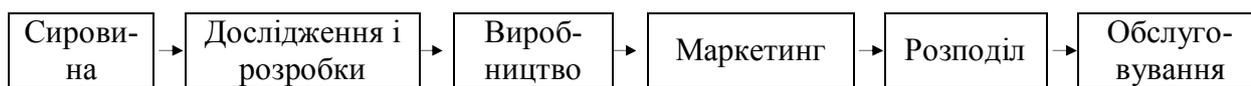


Рис. 1. Ланцюжок цінностей за М. Портером [6]

Як видно з рис. 1. важливе місце в ланцюжку цінностей займає маркетинг.

За оцінками фахівців існує понад дві тисячі визначень маркетингу. За останні роки трактування поняття «маркетинг» зазнало істотних змін. Наведемо визначення, дане Американською асоціацією маркетингу (American Marketing Association) в 1985 році: «Маркетинг – це процес планування і виконання концепції, цінової політики, просування і дистрибуції товарів, ідей і сервісів, що породжує (ринковий) обмін, який задовольняє цілі індивідуумів і організацій». У 2004 році АМА дала нове визначення маркетингу: «Маркетинг – це організаційна функція і набір процесів щодо створення, комунікації і доставки цінності споживачу, а також з управління споживчим відношенням способами, що приносять вигоду організації і стейкхолдерам». Отже, маркетинг у свідомості фахівців сприймається вже не просто як комплекс заходів, спрямованих на ринок для створення цінності продукту для споживача. Як важливий аспект маркетингу розглядається вигода, яку приносить маркетинг в цілому для компанії і її основних стейкхолдерів.

В сучасних умовах маркетинг є першим з рівних у системі бізнесу.

Під маркетингом розуміється «вся компанія» в цілому, в тому сенсі, що вся компанія займається в першу чергу маркетингом, а вже потім всіма іншими складовими бізнесу. Іншими словами, «маркетинг є те, що робить компанія в цілому, щоб зберегти перевагу покупця і досягти при цьому вищих доходів для акціонерів». Задача маркетингу полягає у використанні сприятливого відношення споживача, щоб досягти цілей для обох сторін: і споживача, і власників.

Друга компонента маркетингу – «функціональний маркетинг». Під цим розуміється професійна діяльність менеджерів, які, по суті, реалізують маркетинг-мікс за допомогою різноманітних маркетингових програм.

Програма маркетингу [4] – системи взаємопов’язаних заходів, що визначають дії підприємства на завданий період часу по всіх блоках маркетингу.

«Будь-яка маркетингова програма складається з певної сукупності задач або видів діяльності (етапів), які повинні бути виконані для подальшого просування компанії до поставленої перед нею мети» [7].

Отже, маркетингові програми підприємства за допомогою певних методів реалізують стратегії, спрямовані на досягнення мети підприємства.

Третя компонента маркетингу пов’язана з витратами, які компанія несе в процесі реалізації маркетингових програм. Ця компонента названа «бюджетним маркетингом» [5, 6].

Маркетингова стратегія [2] – основа створення вартості, платформа, на якій базуються зростання і прибутковість. Вона визначає сегменти ринку, які обслуговуватиме компанія, прийоми, які дозволять їй завоювати серця споживачів. Оперуючи на правильно обраних ринках, створюючи відмінні переваги, підприємство використовує можливості зростання і збільшення прибутку, що є заставою створення вартості. Якщо ж компанія концентрується на обслуговуванні ринків, перспективи яких обмежені, не має відмінних переваг, то ніякі фінансові важелі не зроблять її привабливою для інвесторів.

П. Дойль формалізує процес опису стратегії маркетингу компанії за допомогою чотирьох етапів. На першому етапі стратегія розглядається на рівні холдингу, на інших трьох – на рівні бізнес-одиниць.

Етап 1. Вибір портфеля напряму розвитку бізнесу.

Більшість компаній мають бізнес-портфель, тобто працюють у різних секторах галузі, з різними технологіями, в декількох країнах, користуються особливими каналами розподілу. На корпоративному рівні повинно бути ухвалено рішення про те, в яких з цих напрямів компанія продовжуватиме свою діяльність, і розставити пріоритети. Можливо, певні бізнес-одиниці оперують на ринках, потенціал зростання яких вичерпаний або де відсутні можливості отримання операційних прибутків вище за пороговий рівень, тоді як інші пропонують приголомшливі можливості, але не розглядаються як пріоритетні і не отримують достатнього фінансування.

Створення вартості припускає динамічне реструктурування портфеля бізнесу, який повинен містити в собі три типи бізнес-одиниць (рис. 2).

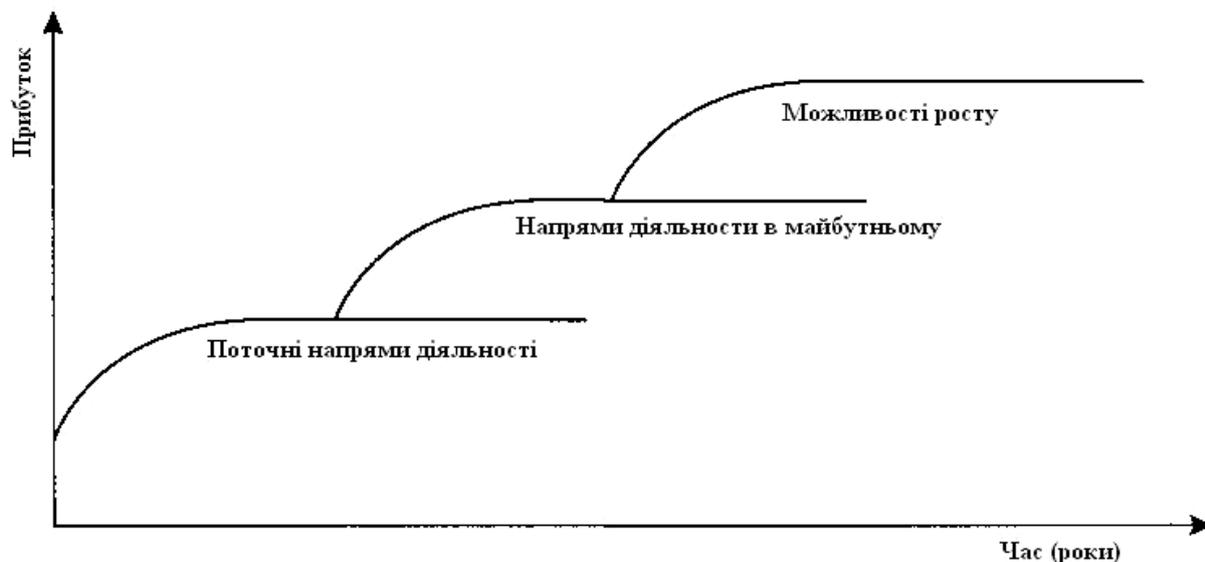


Рис. 2. Схема побудови стійкого бізнесу [2]

Як видно з рис. 2, холдинг, стратегія якого спрямована на підвищення вартості бізнесу, включає три напрями діяльності.

1) Поточні напрями діяльності. До них належать ключові бізнес- одиниці, які генерують основну масу прибутків і грошових потоків, але мають невисокий потенціал для подальшого розвитку. Очевидно, що менеджмент повинен прагнути до підтримки високих рівнів прибутковості й обсягів грошових потоків. Стратегія [2, 4, 6] полягає в розширенні і захисті основних напрямів бізнесу за допомогою поступового розширення діяльності, оновлення основних засобів і зниження витрат. Підприємства, які не дають економічного прибутку повинні або швидко виправити становище, або бути ліквідовані.

2) Напрями діяльності в майбутньому. Йдеться про нові напрями бізнесу, що тільки зароджуються, але демонструють свою здатність до завоювання вигідних покупців. Можливо, успіх цих підприємств вже зараз істотно впливає на вартість бізнесу, оскільки інвестори усвідомлюють їх довгостроковий потенціал отримання прибутку. Стратегія припускає інвестиції в маркетингову інфраструктуру з метою використання ринкових можливостей і захисту позицій підприємства від атак конкурентів.

3) Можливості зростання. Маються на увазі інвестиції в нові напрями бізнесу: тестування ринків, створення прототипів, фінансування дослідницьких проєктів, альянси і участь у капіталах [2, 4, 6]. Багато нових ідей виявляються нежиттєздатними, але за умов їх відсутності довгострокове зростання однозначно неможливе. В даному випадку управлінська задача полягає в оцінці пропонованих інновацій, їх потенційної прибутковості і вірогідності успіху.

Якщо компанія має сильний поточний бізнес, то при високих показниках прибутковості і грошових потоків, її вартість наврядчи матиме тенденцію до зростання, оскільки інвестори відчують брак довгострокового потенціалу. З іншого боку, за відсутності сильних основних напрямів поточної діяльності інвестори навряд чи повірять у спроможність керівництва компанії вилучати прибуток з реальних ситуацій.

У [4] виділяються три основні положення стратегії маркетингового розвитку. По-перше, компанія повинна позбавитися напрямів бізнесу, які не потрапляють у жодну з названих категорій. По-друге, необхідно забезпечити на рівні кожної бізнес-одиниці максимальну фінансову віддачу, установивши відповідні KPI (Key Performance Indicators), ключові показники діяльності підприємства, на основі яких будуть формулюватися цілі бізнесу і оцінюватися діяльність менеджменту. По-третє, максимально використовувати зони синергізму різних напрямів бізнесу. Наприклад, підвищити вартість компанії за рахунок сумісного використання технологій, брендів, систем розподілу продукції або загальних підрозділів.

Етап 2. Сегментація цільового ринку.

Стратегічні цілі бізнес-одиницям ставляться на рівні холдингу, проте плани маркетингу щодо їх досягнення повинні розроблятися на рівні підрозділів. Основне питання маркетингу для бізнес-одиниці: яких покупців повинна обслуговувати компанія? Відповіддю на нього є основа створення вартості. Більшість компаній зазнають збитків від обслуговування більшої частини своїх клієнтів. Їх помилка полягає в тому, що в своєму прагненні до зростання компанії недостатньо вибірні. Можливо, ефективніше вкласти гроші в розвиток лояльності з боку меншого числа вигідних для компанії покупців, ніж намагатися задовольнити всіх споживачів за рахунок зниження вигоди для себе.

Споживачі, взаємодія з якими сприяє створенню довгострокової вартості бізнесу, характеризуються наступними рисами [4]:

- по-перше, вони повинні бути стратегічними, коли потреби покупців відповідають стержньовим напрямом діяльності компанії, так щоб у неї була основа для створення конкурентної переваги;
- по-друге, вони повинні бути великими, тобто мати такий розмір або потенціал зростання, щоб істотно впливати на загальний прибуток компанії;
- по-третє, вони повинні бути прибутковими, тобто після віднімання всіх витрат на підтримку відносин з покупцями операційний прибуток повинен перевищувати порогову маржу;
- по-четверте, вони повинні бути потенційно лояльними споживачами [6, 8].

Етап 3. Створення відмінних переваг.

Відмінні переваги компанії – це ті чинники, орієнтуючись на які цільові споживачі набувають її товарів і зберігають лояльність до компанії. Відмінні переваги визначають можливості компанії підтримувати доходи на рівні, що перевищує вартість капіталу. Їх створення залежить від наявності компетенцій або активів, недосяжних для конкурентів. Різні споживачі мають специфічні бажання, тому і обслуговування їх вимагає ціннісно різних пропозицій і особливих здібностей.

На більшості ринків можна виділити чотири типи споживачів [6, 7]:

- група 1, керується модою або прагненням до самого передового, їм необхідні новітні продукти, справжні чудеса інженерної думки;
- група 2, здійснює покупки, орієнтуючись на низькі ціни і зручності – можливо, ці споживачі достатньо зацікавлені в якості товарів, але вони не бажають переплачувати;
- група 3, прагне до самовираження через свої покупки або ж їм потрібна впевненість, яку дають загальноновизнані бренди;
- група 4, включає споживачів, готових заплатити вищу ціну за зроблені на замовлення продукти, в яких враховуються їх специфічні потреби або бажання.

Сучасні тенденції виявляють, що найшвидше зростаючий сегмент складають споживачі четвертої групи. Сучасні покупці стають все більш вимогливими. Зростання компанії базується на розвитку споживчої лояльності за допомогою тривалих, поглиблених взаєностосунків, цілеспрямованих на підвищення ефективності і ступеня задоволеності покупців.

Етап 4. Використання технологій маркетингу підприємства.

Щоб зберегти завойовані на ринку позиції, компанії повинні постійно покращувати моделі і технології своєї діяльності, випереджаючи при цьому конкурентів. По суті тут йдеться про маркетинг-мікс, як набір операційних рішень, які компанія приймає для залучення й утримання цільових покупців і розвитку своїх відмінних переваг [6, 7]. Ключовий момент у маркетинг-міксі полягає в тому, що всі рішення здійснюються на основі обраних раніше стратегічних цілей, цільових покупців і відмінних переваг. Наприклад, якщо компанія спрямована на швидке зростання, то її менеджмент, швидше за все, дотримуватиметься стратегії агресивного ціноутворення, інвестицій у розширення товарних ліній, просування і дистрибуцію. Можливо, доведеться пожертвувати короткостроковими грошовими потоками заради розширення частки ринку. Це є достатньо типовим, коли компанія, набираючи обертів, втрачає свою оперативну ефективність. У зрілої компанії орієнтація буде прямо протилежною. Її основні цілі – прибутковість і забезпечення грошових потоків. Управлінські рішення ухвалюються з урахуванням характеристик цільових споживачів і відмінних переваг компанії.

Висновки та перспективи подальших досліджень Викладені вище маркетингові джерела вартості бізнесу дозволяють сформулювати практичні задачі, рішення яких сприяє реальному підвищенню вартості бізнесу:

- 1) стратегічний аналіз напрямів бізнесу;
- 2) розробка стратегії трансформації діяльності окремих бізнес-одиниць;
- 3) оцінка брендів і формування капіталу бренду;
- 4) оцінка і підвищення ефективності маркетингових програм;
- 5) вибір цінової стратегії.

References

Література

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Gottshalk P. IT-outsourcing: postroenie vzaimovыgodnogo sotrudnichestva / P. Gottshalk, Kh. Solli-Seter; per. z angl. – M.: Alpina Biznes Buks, 2007. – 390 s.</p> <p>2. Konkurentciia v XXI veke. Virtualnaia adaptaciia: [Elektronii resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.intelsib.ru/articles-1297.</p> <p>3. Kovalchuk S. V. Aktualizatsiia marketynhovыkh stratehii v konteksti innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv: monohrafiia / S. V. Kovalchuk. – Khmelnytskyi: Polihrafist–2, 2012. – 280 s.</p> <p>4. Naumov V. N. Upravlenie vzaimodeistviem v sisteme sbyta. Teoriia, metodologiiia, strategii / V. N. Naumov. – SPb.: Politekhnik Servis, 2011. – 292 s.</p> <p>5. Mahretta Dzh. Shcho take menedzhment / Dzh. Mahretta; per. z anhl. – K.: Vyliams, 2005. – 46s.</p> <p>6. Porter M. Konkurentnoe preimushchestvo: Kak dostich vysokogo rezultata i obespechit ego ustoichivosti / M. Porter; per. z angl. – M.: Alpina Biznes Buks, 2005. – 715 s.</p> <p>7. Tompson A. Strategicheskii menedzhment: kontseptcii i situatsii dlia analiza / A. Tompson; per z angl. – M.: Viliams, 2006. – 928 s.</p> <p>8. Faei L. Kurs MBA po strategicheskому menedzhmentu / L. Faei, R. Rendell, S. Prakhalad; per. z angl. – M.: Alpina Biznes Buks, 2007. – 587 s.</p> | <p>1. Готтшальк П. ИТ-аутсорсинг: построение взаимовыгодного сотрудничества / П. Готтшальк, Х. Солли-Сетер; пер. з англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 390 с.</p> <p>2. Конкуренция в XXI веке. Виртуальная адаптация: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.intelsib.ru/articles-1297.</p> <p>3. Ковальчук С. В. Актуалізація маркетингових стратегій в контексті інноваційного розвитку підприємств: монографія / С. В. Ковальчук. – Хмельницький: Поліграфіст–2, 2012. – 280 с.</p> <p>4. Наумов В. Н. Управление взаимодействием в системе сбыта. Теория, методология, стратегии / В. Н. Наумов. – СПб.: Политехника Сервис, 2011. – 292 с.</p> <p>5. Магретта Дж. Що таке менеджмент / Дж. Магретта; пер. з англ. – К.: Вільямс, 2005. – 46с.</p> <p>6. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивости / М. Портер; пер. з англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.</p> <p>7. Томпсон А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Томпсон; пер з англ. – М.: Вильямс, 2006. – 928 с.</p> <p>8. Фэй Л. Курс MBA по стратегическому менеджменту / Л. Фэй, Р. Рэнделл, С. Прахаллад; пер. з англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 587 с.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

УДК 339.1

Валерія Е. Степова

Київський національний університет технологій та дизайну
**ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ
ШКІРГАЛАНТЕРЕЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НА РИНКУ**

У статті досліджено і виділено якість та ціну як основні елементи конкурентоспроможності шкіргалантерейної продукції на ринку легкої промисловості. Обґрунтовано основний механізм застосування промисловими підприємствами маркетингового підходу щодо просування нового асортименту продукції. Розглянуто основні стратегії, які використовують виробники для досягнення популяризації нового шкіргалантерейного товару на ринку.

Ключові слова: конкурентоспроможність нової продукції, просування нового товару, шкіргалантерейна промисловість, легка промисловість, стратегія ціноутворення товару-новинки.

Валерия Э. Степовая

Киевский национальный университет технологий и дизайна
**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ
КОЖГАЛАНТЕРЕЙНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА РЫНКЕ**

В статье исследованы и выделены качество и цена как основные элементы конкурентоспособности кожгалантерейной продукции на рынке легкой промышленности. Обоснован основной механизм применения промышленными предприятиями маркетингового подхода по продвижению нового ассортимента продукции. Рассмотрены основные стратегии, которые используют производители для достижения популяризации нового кожгалантерейного товара на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность новой продукции, продвижение нового товара, кожгалантерейная промышленность, легкая промышленность, стратегия ценообразования товара-новинки.

Valeriia E. Stepova

Kyiv National University of Technologies and Design
**IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF PROMOTION
OF GOODS OF LEATHER INDUSTRY IN THE MARKET**

The article examines and identifies quality and price as the key elements of leather goods competitiveness in the consumer goods industry market. The authors justify the basic mechanism for the application of marketing approach by industrial enterprises to promote a new product range. Insights into the core strategies that manufacturers use for new leather products promotion on the market are provided.

Keywords: new products competitiveness, new product promotion, leather goods industry, consumer goods industry, new product pricing strategy.

Постановка проблеми. В умовах євроінтеграції та нестабільного розвитку вітчизняної економіки все більшого значення для успішного розвитку підприємств шкіргалантерейної промисловості набуває застосування ефективної політики просування нового товару на ринок, оптимальної як для виробника, так і для споживача. Саме ефективні маркетингові засоби визначають структуру виробництва, чинять вирішальний вплив на рух матеріальних потоків, розподіл товарного асортименту, рівень задоволеності споживачів

тощо. Вдосконалення механізму просування продукції легкої промисловості, побудова ефективної цінової політики є ключовим успіхом будь-якого промислового підприємства.

Впровадження та удосконалення інноваційних чинників підходу щодо просування нової продукції передбачає необхідність переходу від традиційного до якісно та кількісно нового підходу щодо формування механізму просування, тобто підходу, який забезпечить беззбиткове виробництво та підвищення конкурентоспроможності промислового підприємства.

Актуальність і значення сукупності вищеназваних питань зумовили вибір теми наукової статті. Проведене дослідження спрямовано на комплексне вивчення та поглиблення проблеми просування шкіргалантерейної продукції і покликано необхідністю системного вивчення можливостей і напрямів вдосконалення, а також раціональної організації механізму просування виробів промислового призначення на підприємствах України.

Аналіз останніх досліджень та невирішена частина проблеми. Теоретичні та практичні дослідження діяльності підприємств легкої промисловості, а також напрями підвищення ефективності механізму просування продукції висвітлювали у своїй праці такі вчені, як: Б. Берман [1], М. І. Белєвцева [2], Г. М. Болт [3], В. В. Журило [4], Н. В. Іщенко [5], О. М. Ковалюк [5], Є. С. Крикавський [7], А. О. Мавріна [8], М. Мак-Дональд [9], та інші вчені.

Недостатньо опрацьованими в сфері легкої промисловості є питання інноваційних методів просування нової продукції та методичного забезпечення механізмів регулювання маркетингових засобів впровадження товару підприємствами та формування маркетингової концепції їх розвитку. Наукова і практична актуальність зазначених питань зумовили вибір теми даної статті, визначили її мету і завдання.

Мета дослідження. Вдосконалення елементів системного підходу щодо механізмів просування шкіргалантерейних товарів згідно із сучасними ринковими тенденціями. Конкретизувати та доповнити теоретичні підходи щодо визначення сутності концепції просування нових товарів та маркетингового забезпечення діяльності підприємств легкої промисловості. Дослідити та встановити вплив політики просування шкіргалантерейної продукції на стан та перспективи розвитку підприємств легкої промисловості України.

Результати дослідження. Шкіргалантерейний виріб – це галантерейний виріб, матеріалом зовнішньої поверхні якого є натуральна, штучна шкіра або інші матеріали, що несуть утилітарні чи естетичні функції [10].

Різноманіття продукції легкої промисловості закордонного виробництва на українських ринках змушує вітчизняні підприємства виживати в умовах жорстокої боротьби та підвищення конкурентоспроможності товарів. Проте, перш, ніж говорити про конкурентоспроможність України у виробництві шкіргалантереї, потрібно визначитися з самим терміном «конкурентоспроможність».

Взаємозв'язок між економічною ефективністю діяльності підприємства та рівнем конкурентоспроможності його продукції закладено у формі мінімізації відношення сумарних витрат на придбання та використання товару до корисного ефекту, що споживач одержить від даного товару порівняно з аналогічними товарами [8]. Нинішні тенденції розвитку промислових підприємств загострює ситуації на ринку товарів, з одного боку ускладнюється різким зниженням ліквідності попиту на товари широкого вжитку, а з іншої – вимушеним збільшенням витрат на виробництво вітчизняних виробників.

За результатами дослідження ситуації у галузі можна зазначити, що собівартість виробництва на українських фабриках у зв'язку з високою ціною на енергоносії та занадто суворого оподаткування досить висока, тоді як продуктивність праці і якість не відповідають міжнародним вимогам [3]. Нестабільність економічної та політичної ситуації, має прямий

вплив на рівень витрат, оскільки більшість вітчизняних виробників, зокрема шкіргалантерейної продукції, використовують імпортну сировину та фурнітуру. Найбільш значущими проблемами товаровиробників є залежність вітчизняного підприємства від імпортної матеріальної бази, недостатній рівень розвитку національних брендів, відсутність довгострокових стратегічних пріоритетів у більшості вітчизняних компаній у зв'язку з нестабільними зовнішньоекономічними умовами [1]. Також суттєво впливають на стан галузі рівень науково-технічного прогресу, що не відповідає нормам закордонних стандартів та інноваційного розвитку виробництва, що гальмує стабільний розвиток економічної ситуації в країні.

Проаналізувавши проблеми, що на даному етапі розвитку легкої промисловості, залишаються не вирішеними та спираючись на дослідження авторів в даній сфері економіки, можливо виділити наступні стратегії просування товарів шкіргалантерейної промисловості [3, 6, 9]:

- агресивна – полягає в застосуванні передових технологічних розробок та ринкового лідерства шляхом створення і впровадження нових продуктів на основі науково-технічного прогресу. Основними факторами для реалізації стратегії є залучення інвестицій, швидкого реагування і пристосування до нових технологічних можливостей і розробок на підприємстві, патентування інноваційного продукту і підвищення прибутку до його максимального значення;

- захисна – просування новітніх технологій для виходу на нові ринки. Вимагає істотних поліпшуючих інновацій (а не імітації нової продукції), високої мобільності підприємства, здатності до оволодіння авангардними розробками, розвинутої науково-технічної бази, придбання патентів на продукцію;

- імітаційна – збереження сформованого ринку на основі дублювання технологій виробництва вже існуючої продукції. Потребує придбання ліцензій, кваліфікованого науково-технічного персоналу, реалізації ефекту масштабу (зниження вартості продукції за рахунок дешевої робочої сили, місцевої сировини і ресурсів, використання існуючих виробничих потужностей), значної державної підтримки;

- традиційна – при відсутності технологічних змін на підприємстві, як осмислена відмова від оновлення продукції, після ретельного аналізу ринкової ситуації та стану конкурентів. Пов'язана з удосконаленням форми і сервісу традиційної продукції;

На основі розглянутих стратегій просування шкіргалантерейних товарів, які застосовують вітчизняні промислові підприємства, можна визначити різноманітні канали та механізми збуту продукції. Пропонуємо розподілити існуючі механізми збуту на наступні групи: традиційні та передові, виходячи із практики використання в галузі легкої промисловості. Результати наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Групування механізмів збуту товарів шкіргалантерейної продукції

Традиційні	Передові
Оптові продажі	Інтернет продаж
Торговельні мережі	Акції
Ринок	Соціальні мережі
Магазини	Міжнародні сайти

Джерело: [5].

Традиційні канали мають широку практику застосування, але в умовах кон'юнктурних змін поступово втрачають свою ефективність [5]. Орендна плата, різноманітні податки та збори прямо впливають на величину вартості товарів. Жорстка

цінова конкуренція не сприяє розвитку мереж посередників за причиною занадто низької прибутковості на етапі післяпродажної реалізації.

Перевагами застосування передових механізмів збуту є [8]:

– використання тренду патріотичних настроїв в суспільстві внаслідок останніх політичних подій поширюється не тільки на широке застосування української символіки та етно-мотивів у дизайні одягу, але і в популяризації вітчизняних брендів з метою підтримки українського виробника;

– коливання валютного курсу зменшують свій негативний тиск на прибутковість підприємства за рахунок скорочення тривалості циклу «виробництво – реалізація»;

– можливість застосування більш гнучкої цінової політики та охоплення внаслідок цього більшого споживчого сегменту;

– суттєво скорочується обсяг витрат на просування та реалізацію продукцію;

– система реєстрації дозволяє створити міцний комунікативний канал інформаційного зв'язку зі споживачем у двосторонньому напрямку, що значно підвищує гнучкість компанії у сфері маркетингових комунікацій.

Дослідженні стратегії в ході проведеної роботи дозволили розробити рекомендації щодо формування каналів розповсюдження для підприємств легкої промисловості, що полягає у роботі методики формування системи просування товарів підприємства, що взаємодіє у логіко-структурній схемі узгодження його політики, цілей та стратегії (рис. 1).



Джерело: удосконалено на основі [5].

Рис. 1. Функціональна модель процесу формування механізмів просування продукції шкіргалантереї

Модель містить три взаємопов'язані підсистеми – посередництво, товарорух та продажі, забезпечення функціонування яких дозволить визначити необхідну структуру механізмів просування продукції шкіргалантереї.

Результати дослідження дають можливість сформулювати принципи розробки та впровадження інноваційної стратегії просування товарів на підприємствах, які при їх системному застосуванні зможуть сприяти підвищенню ефективності виробництва.

По-перше, механізм просування шкіргалантерейних товарів на ринок повинна бути гнучкою. На всіх етапах її розробки та впровадження необхідне збереження можливостей корегування та внесення змін відповідно до ситуації, що складається.

По-друге, необхідно створювати можливості до залучення у виробництво не тільки пропозицій та ідей співробітників, а й зацікавлених осіб поза межами підприємства, таких як споживачі, постачальники, спеціалісти суміжних галузей тощо.

Без досконалої системи впровадження нововведень, реалізації інноваційних каналів просування є неможливим.

Висновки та пропозиції. В статі досліджено та обґрунтовано умови формування конкурентного середовища товарів шкіргалантерейної продукції. Визначено суттєві фактори, які впливають на ринок легкої промисловості та визначають ефективність політики просування нових товарів в діяльності підприємств. Дослідження стратегії просування, заснованих на використанні засобів електронної комерції. Такий підхід дозволяє суттєво скоротити витрати на реалізацію продукції, об'єднує товаровиробників у спільні категорії за принципом єдності споживчих інтересів. Розроблена схема комунікацій, що дозволить спростити механізм просування товарів на ринку шкіргалантереї. Тож, в умовах нових глобальних економічних викликів рівень продажів, а відповідно, й конкурентоспроможність вітчизняних підприємств легкої промисловості, буде зростати.

Проведене дослідження дозволило проаналізувати особливості політики просування діяльності підприємств на промислових ринках, дослідити процес прийняття рішень, вивчити фактори, що впливають на цей процес. Подальшого дослідження потребує технологія побудови оптимальної системи механізму просування товарів на ринку шкіргалантереї та легкої промисловості загалом.

References

1. Berman B. Marketing / B. Berman, Dzh. R. Evans. – М.: Ekonomika, 2015. – 425 s.
2. Bieliavtsev M. I. Marketynh : navch. posib. / M. I. Bieliavtsev, L. M. Ivanenko. – К.: Tsentр navch. l-ry, 2010. – 328 s.
3. Bolt G. Prakticheskoe rukovodstvo po upravleniiu sbytom / G. Bolt. – М.: Ekonomika, 2011. – 432 s.
4. Buzko I. R. Ekonomicheskii risk (metody analiza, otcenki i ogranicheniia) / I. R. Buzko. – Donetsk: IEP NAN Ukrainy, 2012. – 331 s.
5. Harkavenko S. S. Marketynh. – 5-te vyd. / S. S. Harkavenko. – К.: Libra, 2013. – 720 s.
6. Zhurylo V. V. Marketynhovi stratehii pidpriemstv na rynku tekhnolohichnykh innovatsii [Elektronnyi resurs] / V. V. Zhurylo.

Література

1. Берман Б. Маркетинг / Б. Берман, Дж. Р. Эванс. – М.: Экономика, 2015. – 425 с.
2. Белявцев М. И. Маркетинг : навч. посіб. / М. И. Белявцев, Л. М. Иваненко. – К.: Центр навч. л-ри, 2010. – 328 с.
3. Болт Г. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Болт. – М.: Экономика, 2011. – 432 с.
4. Бузько И. Р. Экономический риск (методы анализа, оценки и ограничения) / И. Р. Бузько. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2012. – 331 с.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг. – 5-те вид. / С. С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2013. – 720 с.
6. Журило В. В. Маркетингові стратегії підприємств на ринку технологічних інновацій [Електронний ресурс] / В. В. Журило. –

- Rezhyim dostupu: http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2009/Economics/20373.doc.htm
7. Ishchenko N. V. Zbutova diialnist promysloвого pidpryiemstva: problema ta pidkhody do vyznachennia zmistu / N. V. Ishchenko // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. pr. – Vyp. 208. V 4 t. T. 2. – D.: DN, 2015. – 298 s.
8. Kovaliuk O. M. Finansovyi mekhanizm orhanizatsii ekonomiky Ukrainy (problemy teorii i praktyky): monohrafiia / O. M. Kovaliuk. – L.: Vyd. tsentr LNU, 2012. – S. 22.
9. Krykavskiy Ye. Promyslovyi marketynh: pidruchnyk. – 2-he vyd. / Ye. Krykavskiy, N. Chukhrai. – L.: Vyd-vo Nats. un-tu «Lviv. politekhnik», 2014. – 472 s.
10. Mavrina A. O. Finansove zabezpechenia marketynhovoї polityky promysloвого pidpryiemstva / A. O. Mavrina // Visn. Nats. un-tu «Lviv. politekhnik». – 2011. – №2. – S. 411–418.
11. Mak-Donald M. Strategicheskoe planirovanie marketinga / M. Mak-Donald. – SPb.: Piter, 2010. – 320 s.
- Режим доступу: http://www.rusnauka.com/5._NTSB_2009/Economics/20373.doc.htm
7. Іщенко Н. В. Збутова діяльність промислового підприємства: проблема та підходи до визначення змісту / Н. В. Іщенко // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Вип. 208. В 4 т. Т. 2. – Д.: ДН, 2015. – 298 с.
8. Ковалюк О. М. Фінансовий механізм організації економіки України (проблеми теорії і практики): монографія / О. М. Ковалюк. – Л.: Вид. центр ЛНУ, 2012. – С. 22.
9. Крикавський Є. Промисловий маркетинг: підручник. – 2-ге вид. / Є. Крикавський, Н. Чухрай. – Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2014. – 472 с.
10. Мавріна А. О. Фінансове забезпечення маркетингової політики промислового підприємства / А. О. Мавріна // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». – 2011. – №2. – С. 411–418.
11. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга / М. Мак-Дональд. – СПб.: Питер, 2010. – 320 с.

УДК 339.187.6:330.322

Олег В. Кухленко

Київський національний університет технологій та дизайну

Ольга О. Смірнова

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

**МОБІЛІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ
В СЕРЕДНЬОСТРОКОВІЙ ПЕРСПЕКТИВІ**

У статті представлено результати оцінювання сучасного стану інвестування в країні, визначено основні проблеми та чинники, які гальмують більш активне здійснення інвестиційного процесу, охарактеризовано зміни структури інвестицій в основний капітал за останні 15 років. Обґрунтовано найбільш ефективні джерела фінансування інвестицій у середньостроковій перспективі, розраховано орієнтовні прогностичні показники обсягів інвестування за рахунок цих джерел, визначено найбільш інвестиційно привабливі сектори вітчизняної економіки, які забезпечать її відновлення в досліджуваній період.

Ключові слова: *інвестиції, інвестиційна політика, іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, структура інвестицій.*

Олег В. Кухленко

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Ольга О. Смирнова

ГВУЗ «Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана»

**МОБИЛИЗАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ УКРАИНЫ
В СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ**

В статье представлены результаты оценки современного состояния инвестирования в стране, определены основные проблемы и факторы, которые тормозят более активное осуществление инвестиционного процесса, охарактеризованы изменения структуры инвестиций за последние 15 лет. Обоснованы наиболее эффективные источники финансирования инвестиций в среднесрочной перспективе, рассчитаны ориентировочные прогностические показатели объемов инвестирования из этих источников, определены наиболее инвестиционно привлекательные сектора отечественной экономики, которые обеспечат ее восстановление в рассматриваемом периоде.

Ключевые слова: *инвестиции, инвестиционная политика, иностранные инвестиции, инвестиционный климат, структура инвестиций.*

Oleh V. Kuhlenko

Kyiv National University of Technologies and Design

Olha O. Smirnova

Vadym Hetman Kyiv National University

**MOBILIZATION OF INVESTMENT RESOURCES OF UKRAINE
IN A MEDIUM-TERM PROSPECT**

The article presents the results of evaluation of the current state in Ukraine's investment sector, revealing its major problems and factors that impede the more active implementation of investment process. Changes in the investment structure for the past 15 years have been analyzed. The most efficient sources of investment in a medium-term have been justified, forecast indicators of investment volumes from the above sources were estimated, identifying the most investment attractive sectors of the national economy that will provide its recovery in the period under review.

Keywords: *investment, investment policy, foreign investment, investment climate, investment structure.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями На сучасному етапі економічного розвитку в Україні формується принципово нова соціально-економічна ситуація, яка пов'язана як із світовою фінансовою кризою, так і з внутрішніми політичними та іншими чинниками на державному рівні. В умовах формування інноваційної моделі економічного розвитку посилюється необхідність мобілізації інвестиційних ресурсів, послідовного збільшення частки капітальних вкладень у ВВП, поліпшення структури інвестиційних джерел та оптимізації напрямів їх вкладення.

Особливо актуальним для стабілізації економіки є дослідження особливостей інвестиційної стратегії, яка характеризується, зокрема, такими принциповими чинниками, як створення сприятливого інвестиційного клімату і стимулювання притоку інвестицій в основний капітал, підвищення рівня ефективності їх використання, посилення мотивів до нагромадження фінансових ресурсів населення та їх інвестиційного використання в реальному секторі економіки, сприяння залученню іноземних інвестицій.

Аналіз останніх публікацій по проблемі Вагомий дослідницький внесок з питань стратегічних завдань держави у сфері інвестицій мають вітчизняні вчені В. Беседін, А. Гальчинській, І. Грищенко, В. Геєць; державного регулювання інвестиційної діяльності – Л. Безчасний, В. Борщевський, Б. Губський, М. Герасимчук, С. Захарін; фінансового та ресурсного забезпечення інвестиційної діяльності – О. Алімов, М. Денисенко, А. Гойко, А. Сухоруков; розвитку інвестиційної діяльності – А. Пересада, А. Музиченко, С. Єрохін, О. Кухленко, В. Федоренко, Т. Майорова, О. Смірнова, Н. Крахмальова.

Наявність значної кількості публікацій з проблем інвестиційної діяльності не знімає з порядку денного питання необхідності мобілізації інвестиційних ресурсів, яка за сучасних умов набуває особливого значення для безпеки країни.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Затверджена Кабінетом Міністрів України Програма діяльності передбачає підвищення ефективності управління державними інвестиційними видатками, зокрема, це стосується відбору інвестиційних проектів на конкурсній основі, надання пріоритету проектам із спільним фінансуванням, особливо з міжнародними партнерами, об'єктам з високим ступенем готовності, локалізацією виробничих і трудових ресурсів. Цей документ разом із Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020» та Угодою про асоціацію з ЄС покладено в основу Середньострокового плану пріоритетних дій до 2020 року, яким передбачаються макроекономічна стабільність, залучення інвестицій та розвиток малого і середнього бізнесу.

Принциповою особливістю цього плану є зміна моделі розвитку вітчизняної економіки, в основу якої закладається зростання інвестиційного попиту та обсягів експорту. Якщо попередня модель базувалася на розширенні споживчого попиту, то тепер основними чинниками зростання мають стати експорт й інвестиційний та інноваційний попит.

Треба відмітити, що на початку 2014 р. Україна перебувала у найглибшій за всю історію незалежності економічній, політичній і соціальній кризі. Зростання реального ВВП за останні роки дорівнювало нулю. Сукупний зовнішній борг на кінець 2013 р. досяг 140 млрд дол. США або близько 80% ВВП. До критичного рівня погіршився діловий та інвестиційний клімат. Іноземні компанії і банки покидали Україну. Співробітництво з міжнародними фінансовими інститутами було зруйноване.

У 2016 р. відбулася принципова зміна стану вітчизняної економіки, відмічалися її розвиток та досягнення макроекономічної стабілізації. За даними Державної служби статистики зростання ВВП склало 1,5%, валове нагромадження основного капіталу зросло на чверть, виробництво промислової продукції – на 2,4%. Порівняно із 2015 р. вдвічі збільшився обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну – він досяг 3,8 млрд дол. США. Найбільший інвестиційний інтерес до України виявляють країни Близького Сходу, а не

Європа чи Америка. Їх цікавить продовольча безпека й довгострокові інвестиції. У табл. 1 наведені дані, що характеризують зміни структури інвестицій в основний капітал за джерелами фінансування в Україні за 2000–2015 рр.

Незважаючи на те, що у 2015 р. всі економічні показники різко погіршились, структура інвестування в економіку змінилась не дуже. Як і раніше, основним джерелом фінансування інвестицій залишились власні кошти підприємств і організацій, і, частково, кредити банків та інші позики.

Таблиця 1

**Структура інвестицій в основний капітал за джерелами фінансування в Україні
 у 2000–2015 рр., %**

Джерело фінансування	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2015 р.
Інвестиції в основний капітал – всього	100,0	100,0	100,0	100,0
у тому числі за рахунок:				
коштів державного бюджету	5,1	5,5	6,0	5,0
коштів місцевих бюджетів	4,1	4,2	4,5	3,9
власних коштів підприємств та організацій	68,6	57,4	56,4	55,1
коштів іноземних інвесторів	5,9	5,0	5,5	4,1
коштів населення на індивідуальне житлове будівництво	5,0	3,3	3,5	3,2
кредитів банків та інших позик	1,7	14,8	15,0	14,5
інших джерел фінансування	9,6	9,8	9,1	14,2

Певне збільшення темпів зростання інвестицій у 2016 р., порівняно із 2015 р., ще не в змозі нейтралізувати низку негативних ознак, які стримують розвиток вітчизняної економіки. Мається на увазі:

- високий ступінь зносу основних виробничих фондів, який перевищує в цілому 50,0%;
- недосконала структура внутрішніх інвестицій, що вказує на практичну вичерпність стимулюючих факторів до їх нарощення. Оскільки основним джерелом інвестицій залишаються власні кошти підприємств і організацій, а також зважаючи на складний фінансовий стан останніх, питання отримання конкурентоспроможних технологій від цієї складової інвестицій в основний капітал вирішується недостатньо;
- залишається незначною частка вкладень, освоєних за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів;
- низька питома вага вкладень населення, використаних ними на будівництво власних житлових будинків та частка іноземного капіталу в оновленні основних фондів;
- брак проектів необхідного масштабу, в які можна було б вкласти значний для міжнародних інвесторів обсяг коштів.

Основною метою інвестиційної політики на даному етапі економічного розвитку є утвердження ефективної системи мобілізації інвестиційних ресурсів з усіх можливих джерел, відновлення довіри з боку інвесторів до України, заохочення іноземних інвестицій, запровадження прозорих і єдиних правил для всіх суб'єктів економічної діяльності. Важливе значення при цьому буде мати захист прав власників та інвесторів, гарантування державою недоторканості прав власності та зміцнення інституту власності як основи ринкової системи господарювання.

Найбільш важливими формами державної інвестиційної підтримки вказаної політики можуть бути:

- посилення інвестиційної складової державного і місцевого бюджетів в напрямі збільшення видатків і удосконалення їхньої структури, запровадження практики формування «бюджетів розвитку» на місцевому рівні;
- створення потужних стимулів для банків, діяльність яких має інвестиційне спрямування; запровадження механізму пільгового кредитування та (або) рефінансування комерційних банків, які кредитують довгострокові інвестиційні проекти у пріоритетних сферах економіки; подолання «кризи довіри» з боку приватних вкладників;
- розширення практики податкових відстрочок та розстрочок, подальше спрощення процедур обліку, звітування, отримання дозволів тощо;
- удосконалення амортизаційної політики шляхом покращення методології переоцінки основних фондів, запровадження прискореної амортизації у високотехнологічних галузях;
- орієнтація вітчизняного фондового ринку на залучення довгострокових ресурсів для спрямування їх на відновлення та зростання сучасного виробництва, створення умов для підвищення його конкурентоспроможності з подальшою цивілізованою інтеграцією в міжнародні ринки капіталу та надійну систему угод з цінними паперами й обліку права власності на цінні папери;
- розширення державно-приватного партнерства в інвестиційній сфері, нормативно-інструктивне урегулювання діяльності небанківських фінансових інститутів – інвестиційних фондів, лізингових компаній, кредитних спілок тощо.

У середньостроковій перспективі вкладення інвестицій у пріоритетні галузі повинні забезпечити технологічний прорив економіки на рівень розвинених держав і розвиток експортного потенціалу, ресурсозбереження за рахунок використання екологічно чистих та енергозберігаючих технологій, максимальну незалежність України від монополії зовнішніх поставок.

Якими б важливими не були власне темпи економічного зростання, вирішальне місце посідають показники ВВП в розрахунку на душу населення. Економічно могутні держави досягають рівня цього оціночного показника від 18 до 25 тис. дол. США. В Україні у 2016 р. вироблено ВВП на душу населення близько 2000 дол. США. У 2025 р. завдяки швидкому впровадженню технологій, посиленню конкурентоспроможності національного товаровиробника, формуванню потужних вертикально інтегрованих структур на базі національних виробників цей показник повинен досягти 5000 дол. США.

Одним з чинників загального зростання ВВП у середньостроковій перспективі (на 2020 р. Міжнародним рейтинговим агентством S&P Global Ratings прогнозується зростання цього показника до 2,9–3,0%) стануть структурні зміни його формування. Слід відзначити, що за останні роки, у зв'язку із загальною політико-економічною ситуацією в країні, скоротилися обсяги формування інвестиційних ресурсів за рахунок усіх без винятку джерел. В той же час, можна передбачити незначне збільшення валового нагромадження основного капіталу, частка якого повинна зрости з 18,3% у 2005 р. до 23,7% – у 2020 р. із відповідним збільшенням вагомості кожного відсотка приросту приблизно в 1,2 рази. Поряд із введенням в дію основних фондів, значна частка валового нагромадження реалізуватиметься у капітальному ремонті, придбанні нематеріальних активів, забезпеченні геологорозвідувальних робіт.

Загальний обсяг капітальних вкладень можна очікувати у 2020 р. в межах 20,0% ВВП. Для нормального функціонування економіки та відновлення основних фондів цей показник повинен бути не менший як 30–35% від ВВП. Прогнозування більшого обсягу інвестицій в економіку у середньостроковій перспективі є малоімовірним, оскільки в умовах структурних перетворень в її галузях відбуватимуться також зміни структури

капіталовкладень: зменшуватимуться їх абсолютні обсяги в капіталоємні галузі, а ефект досягатиметься переважно за рахунок переорієнтації капіталів у високотехнологічні наукоємні галузі, що потребуватиме менших обсягів капіталовкладень у пасивну частину основних фондів.

Найбільш складною у перспективі залишається проблема джерел фінансування та механізм їх залучення з метою інвестування у пріоритетні сфери економіки. Сучасний стан бюджету дозволяє державі виконувати функцію гаранта лише по обмеженому колу проектів, які здійснюються у межах національних програм і проектів. Найбільшим джерелом інвестицій, що, як і зараз, покриватиме більше 50% їх обсягів у прогностичному періоді, залишаються власні кошти підприємств.

В результаті децентралізації управління протягом 2015–2016 рр. було об'єднано майже 2000 сільських, селищних і міських громад, завдяки чому на більш ніж 40% зросли місцеві бюджети. Це дає можливість збільшити частку коштів місцевих бюджетів з 3,9% у 2015 р. до 8,0% у 2020 р.

Відновлення довіри населення до фінансової інфраструктури дозволить збільшити використання їх коштів у реальній економіці (частка цього джерела в загальному обсязі інвестицій зросте з 3,2% у 2015 р. до 5,1% у 2020 р.).

Частка кредитів банків у 2020 р. очікується майже незмінною (15,0%) за останні 10 років і її можна вважати невеликою порівняно з іншими розвинутими країнами, де банківське фінансування забезпечує близько 25% інвестицій, а в окремих країнах – до 45%.

Несприятливий інвестиційний клімат в країні не дозволить у найближчій перспективі значно збільшити питому вагу коштів іноземних інвесторів – у 2020 р. вона становитиме не більше 6,0%. В той же час, в абсолютному значенні зростання обсягів іноземного інвестування буде помітним. Так, у поточному році приплив прямих іноземних інвестицій очікується на рівні 4,5 млрд. дол. США, а до 2020 р. за умови дотримання курсу реформування та модернізації економіки, цей обсяг може досягти 8,0 млрд. дол. США.

Пожвавлення інвестиційної діяльності у середньостроковій перспективі безпосередньо пов'язане з підвищенням інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, яка передбачає наявність економічного ефекту від вкладень у об'єкт матеріального виробництва (підприємство, проект) при мінімальному ризику. В умовах сьогодення найбільш привабливими секторами для інвестицій вважаються агросектор, автотранспортна інфраструктура (роль якої зростатиме особливо у післявоєнному відновленні постраждалих регіонів), наукоємні галузі – приладобудування, суднобудування, енергетичне машинобудування, літакобудування, аерокосмічна.

Висновки та перспективи подальших досліджень Поступове відновлення та досягнення макроекономічної стабілізації вітчизняної економіки передбачає використання ефективної системи мобілізації інвестиційних ресурсів з усіх можливих джерел, потужної державної інвестиційної підтримки в різних формах. Для цього у середньостроковій перспективі доцільно більш активно використовувати кошти місцевих бюджетів, кошти населення на індивідуальне житлове будівництво, іноземні інвестиції. Подальші дослідження доцільно зосередити на обґрунтуванні державної підтримки інвестування вітчизняної економіки у сферах кредитного ринку, бюджетної політики, розвитку фондового ринку, нових інструментів стимулювання.

References

1. Borshchevskiy V. V. Inozemni investytsii yak chynnyk rehionalnoho rozvytku / V. V. Borshchevskiy // Finansy Ukrainy. – 2007. – № 10. – S. 108–117.

Література

1. Борщевський В. В. Іноземні інвестиції як чинник регіонального розвитку / В. В. Борщевський // Фінанси України. – 2007. – № 10. – С. 108–117.

2. Heiets V. Formuvannia i rozvytok finansovoi kryzy 2008–2009 rokiv v Ukraini / V. Heiets // *Ekonomika Ukrainy*. – 2010. – № 4. – S. 5–15.
 3. Hubskiy B. V. Investytsiini protsesy v hlobalnomu seredovyshchi / B. V. Hubskiy. – K.: Naukova dumka, 2004. – 390 s.
 4. Denysenko M. P. Osnovy investytsiinoi diialnosti / M. P. Denysenko. – K.: Alerta, 2003. – 338 s.
 5. Zakharin S. V. Investytsiine zabezpechenia innovatsiino-tekhnologichnoho rozvytku ekonomiky / S. V. Zakharin. – K.: KNUTD, 2011. – 343 s.
 6. Maiorova T. V. Investytsiina diialnist: navch. posibnyk / T. V. Maiorova. – K.: Tsentr navchalnoi literatury, 2004. – 376 s.
 7. Peresada A. A. Upravlinnia investytsiinym protsesom / A. A. Peresada. – K.: Libra, 2002. – 472 s.
 8. Investuvannia ukrainiskoi ekonomiky: monografii / za red. d-ra ekon. nauk A. Sukhorukova. – K.: OIE NANU, 2005. – 440 s.
 9. Fedorenko V. H. Osnovy investytsiino-innovatsiinoi diialnosti / V. H. Fedorenko. – K.: Alerta, 2004. – 431 s.
 10. Uriadovyi kurier / №75, 20.04.16; №13, 24.01.17; №14, 25.01.17.
2. Геєць В. Формування і розвиток фінансової кризи 2008–2009 років в Україні / В. Геєць // *Економіка України*. – 2010. – №4. – С. 5–15.
 3. Губський Б. В. Інвестиційні процеси в глобальному середовищі / Б. В. Губський. – К.: Наукова думка, 2004. – 390 с.
 4. Денисенко М. П. Основи інвестиційної діяльності / М. П. Денисенко. – К.: Алерта, 2003. – 338 с.
 5. Захарін С. В. Інвестиційне забезпечення інноваційно-технологічного розвитку економіки / С. В. Захарін. – К.: КНУТД, 2011. – 343 с.
 6. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність: навч. посібник / Т. В. Майорова. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 376 с.
 7. Пересада А. А. Управління інвестиційним процесом / А. А. Пересада. – К.: Лібра, 2002. – 472 с.
 8. Інвестування української економіки: монографія / за ред. д-ра екон. наук А. Сухорукова. – К.: ОІЕ НАНУ, 2005. – 440 с.
 9. Федоренко В. Г. Основи інвестиційно-інноваційної діяльності / В. Г. Федоренко. – К.: Алерта, 2004. – 431 с.
 10. Урядовий кур'єр / №75, 20.04.16; №13, 24.01.17; №14, 25.01.17.

УДК 314:711.13:316.3:33

Вадим А. Ткачук

Національний університет біоресурсів і природокористування України
**ІНВЕСТИЦІЙНА ПРОГРАМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

У статті розглянуто інвестиційне забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій, запропоновано типову програму, що містить основні напрямки діяльності і заходи щодо залучення інвестицій в економіку сільських територій. Наведено модель ефективності інвестиційного забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій, сутність якої полягає у визначенні імовірнісних розподілів критеріїв її оцінки та інших ключових параметрів інвестиційного забезпечення, що дозволить точніше прогнозувати результати його реалізації, а отже, більш обґрунтовано підійти до питання про збереження кожного інвестиційного проекту в портфелі альтернатив.

Ключові слова: соціально-економічний розвиток сільських територій, інвестиційний проект, економіка сільських територій.

Вадим А. Ткачук

Национальный университет биоресурсов и природопользования Украины
**ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ**

В статье рассмотрено инвестиционное обеспечение социально-экономического развития сельских территорий, предложена типовая программа, в которой обозначены основные направления деятельности и мероприятия по привлечению инвестиций в экономику сельских территорий. Представлена модель эффективности инвестиционного обеспечения социально-экономического развития сельских территорий, сущность которой заключается в определении вероятностных распределений критериев ее оценки и других ключевых параметров инвестиционного обеспечения, что позволит более точно прогнозировать результаты его реализации, а следовательно, более обоснованно подойти к вопросу о сохранении каждого инвестиционного проекта в портфеле альтернатив.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие сельских территорий, инвестиционный проект, экономика сельских территорий.

Vadym A. Tkachuk

National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine
**THE INVESTMENT PROGRAM FOR THE SOCIOECONOMIC
DEVELOPMENT OF RURAL AREAS**

The article considers the investment support to socioeconomic development of rural areas. A program sample outlining the key directions and activities to attract investment to the economy of rural territories has been proposed, along with a model of investment efficiency for enhancing socioeconomic development of rural areas that determines the probability of evaluation criteria and other key investment parameters distribution to ensure a more accurate prediction of its implementation results, and therefore will enable a more reasonable approach to the issue of retaining each of the investment projects in the alternatives portfolio.

Keywords: socioeconomic development of rural areas, investment project, the economy of rural territories.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями Визначення ключових організаційно-економічних засад соціально-

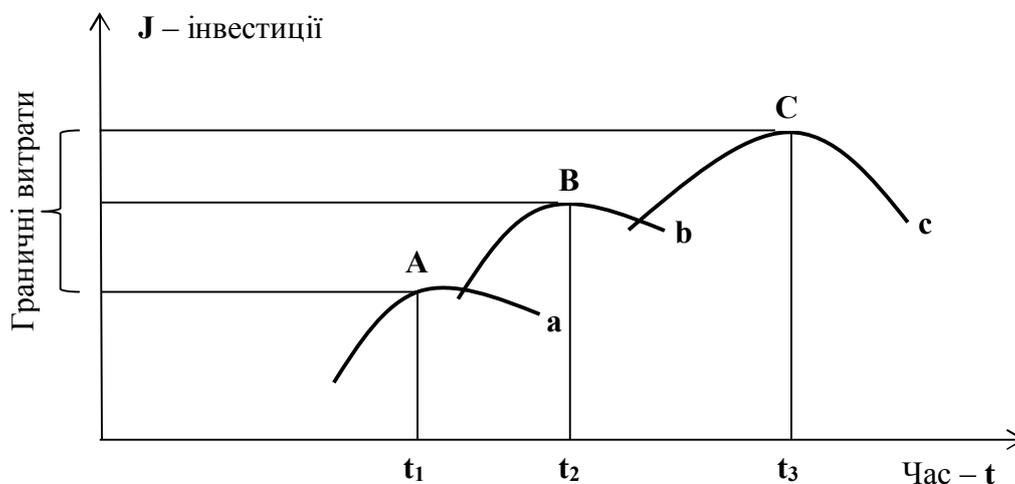
економічного розвитку сільських територій це пошук проективної моделі. Йдеться про побудову відповідної політики перекладання концептуальних ідей соціально-економічного розвитку сільських територій у проективну площину. Це стосується у першу чергу впорядкування інноваційної політики. Вона повинна бути гнучкою та мобільною по відношенню до зміни пріоритетів кожної просторово-часової моделі соціально-економічного розвитку сільських територій. І тут необхідно забезпечити раціональні пропорції інвестування наукових, перед проектних досліджень, саме проектних рішень та, нарешті, реалізації комплексів заходів щодо сталого розвитку сільських територій [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій та невирішена частина проблеми. На сьогодні дослідженням адміністративно-управлінських та фінансово-економічних аспектів суспільних відносин у сільських регіонах в Україні займаються В. Амбросов, Ф. Горбонос, В. Горлачук, В. Зіновчук, А. Лісовий, П. Макаренко, М. Малік. Значну увагу проблемі розвитку сільських регіонів присвячено у працях зарубіжних вчених, зокрема, М. Адамовича, Б. Клепацького, Ф. Мантіно, І. Мерсіянової, Р. Мортонна.

На сьогодні труднощі розвитку аграрного сектора національної економіки та низький рівень якості життя сільського населення свідчать про необхідність подальших досліджень вказаної проблеми у новітніх умовах господарювання з урахуванням світових тенденцій загострення глобальних проблем (зміна клімату, забруднення довкілля, виснаження природних ресурсів, продовольча безпека та ін.), результатів політики урядів різних країн з метою виходу з фінансово-економічної кризи.

Метою статті є дослідження інвестиційного забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій

Виклад основних результатів та їх обґрунтування У загальному вигляді процес інвестування (рис. 1) сталого розвитку сільських територій повинен відбуватися поетапно в послідовності, позначеній на координаті часу індексами t_1 ; t_2 ; t_3 . Слід зазначити, що цей процес має безперервний характер, що хвилеподібно переходить від етапу наукових досліджень до проектування та реалізації. При цьому максимумами інвестиційних кривих а, в, с мають обмеження за рівнем граничних витрат. Виходячи з існуючої нерівномірності готовності різних сільських територій до впровадження концепцій сталого розвитку, рівень граничних витрат може коливатися в досить широких межах.

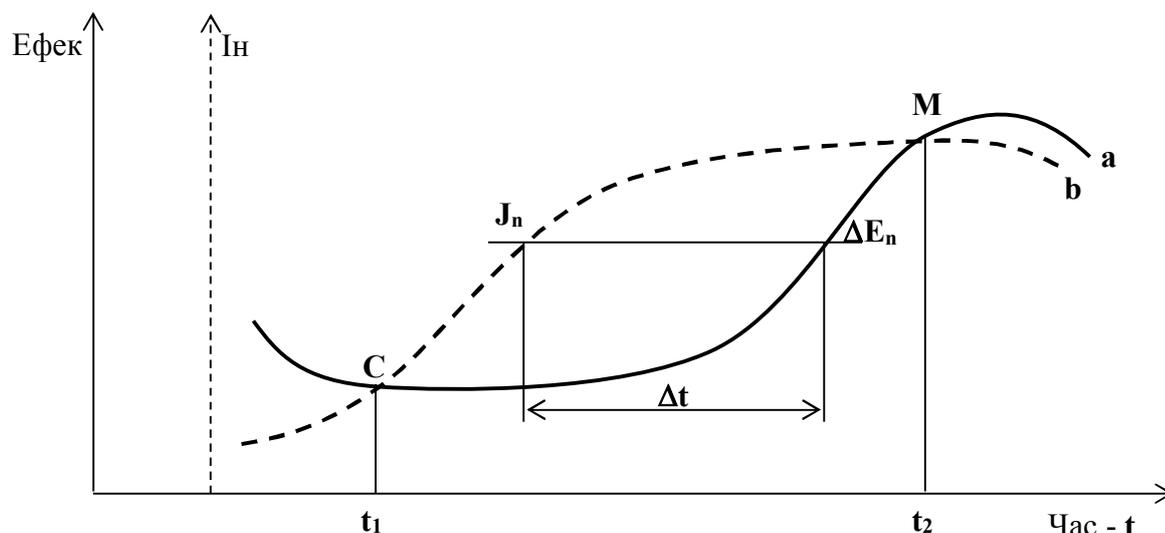


Джерело: сформовано на основі [8].

Рис. 1. Схема процесу інвестування соціально-економічного розвитку сільських територій

Метод інвестиційного аналізу соціально-економічного розвитку сільських територій дає можливість отримати характеристики якісного стану етапів стабілізації та ґрунтового покращення життєдіяльності населення.

Кожна із часткових територіальних моделей соціально-економічного розвитку сільських територій має розглядатися у квазізамкненому стані. Тоді стає можливим виявити цілком відчутний екологічний ефект, що залежить від цільових пооб'єктних інвестицій. Наводимо (рис. 2) два графіки, що характеризують динаміку одержуваного ефекту соціально-економічного розвитку сільських територій – крива а, а також вкладених інвестицій – крива в.



Умовні позначки: J – інвестиції Граничні витрати, Час – t a b C M t_1 t_2 t_3 C Ефект досягнення соціально-економічного розвитку сільських територій – ΔE Δt J_n ΔE_n C M Інвестиції – J t_1 t_2 Час – t a b .
 Джерело: сформовано на основі [8].

Рис. 2. Графік динаміки співвідношення інвестицій та ефекту досягнення соціально-економічного розвитку сільських територій

Ці криві перетинаються у двох точках С і М, стосовно яких відбувається ідентифікація етапів стабілізації й докорінного поліпшення. Так, період до t_1 характеризує процес стабілізації, за якого до певної точки – С зростання інвестицій не супроводжується поліпшенням екологічної обстановки. Завершується цей етап переломним моментом, коли критичний розмір інвестицій приводить до докорінної зміни тенденцій динаміки поведінки кривих а й в. Ця ситуація відрізняється тим, що збільшення обсягів інвестицій в екологічну діяльність обумовлює зростання розміру екологічного ефекту. Період, що вкладається між часом t_1 і t_2 , відображає етап докорінного поліпшення ситуації. Період часу за критичною точкою М, позначеною на абсцисі індексом t_2 , характеризує стан сталого розвитку економічної системи. Відповідно до графіка, у період докорінного поліпшення адекватний вкладеним інвестиціям J_n ефект ΔE_n настає з певним запізнюванням за часом Δt . Однак після критичної точки М ситуація змінюється, оскільки досягнуті граничні витрати підтримують бажаний або заданий рівень екологічного ефекту на порозі граничної вигоди. Причому екологічний ефект має вже випереджальну стосовно інвестицій альтернативну корисність. Наведені вище графіки орієнтовані в основному на постановку проблеми формування розгорнутої системи обґрунтування діяльності із забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій в сучасних умовах, пошуку диференційованих методів господарювання, орієнтованих на територіальний інвестиційний клімат. Таким

чином, наведена схема інвестиційного забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій має складну інфраструктуру, що вимагає широкого нестандартного обґрунтування. Такий підхід має розглядати модель соціально-економічного розвитку сільських територій з позицій розкриття дискретно-цілісних властивостей простору життєдіяльності людини, які дають змогу переміщати акценти досліджень із зовнішньої сторони господарських явищ на внутрішню. При цьому в моделі стійкого розвитку на всіх рівнях повинна закладатися ідея підтримання єдності, цілісності й гармонізації у взаємодії безлічі штучних і природних об'єктів складних соціо-еколого-економічних систем [12].

Засобом реалізації запропонованої моделі соціально-економічного розвитку сільських територій є цільові інвестиційні програми, які відбивають спосіб досягнення поставленої мети. Слід зазначити, що більшість розроблених і реалізованих регіональних інвестиційних програм були фронтальними – охоплювали своїм впливом соціально-економічні процеси великих регіональних систем, або локальними – були орієнтовані на вдосконалювання структури міст або міських агломерацій. Такі програми найчастіше ставали способом бюджетного софінансування безлічі розрізнених проєктів, ніж засобом забезпечення прогресивних структурних зрушень в аграрній сфері регіону, згладжування соціальних протиріч. Більш ефективними, на наш погляд, є інвестиційні програми осередкового типу, спрямованих на формування інтегрованих структур бізнесу на базі створення єдиної інфраструктури, комплексного освоєння й використання територіальних комбінацій природних і економічних ресурсів, спеціалізації й кооперації виробництва.

Особливу увагу слід приділити збільшенню мінімальної кошторисної вартості інвестиційних програм та заходів регіонального значення – визначивши їх на рівні не менше 5 млн грн; а програм районного значення – не менше 1 млн грн. Збільшення кошторисної вартості проєктів передбачає запобігання розпорошенню коштів по дрібних об'єктах та необхідності їх концентрації на потужних пріоритетних стратегічних напрямках, програмах (заходах) середньо- та довгострокового спрямування, що має забезпечити формування «точок зростання» та «ареалів економічного розвитку», сприятиме реалізації пріоритетних для регіонів інвестиційних програм (проєктів) та заходів щодо створення мультиплікативного ефекту економічного зростання. Пріоритетного значення, серед таких проєктів набуває формування виробничої, транспортної, інженерної та соціальної інфраструктури місцевого/регіонального значення що сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості територій, мобільності ресурсів та робочої сили, створенню нових робочих місць на місцевому, регіональному рівні [5].

Основні напрямки діяльності і заходи типової програми залучення інвестицій в економіку сільських територій наведено в табл. 1.

З огляду на те, що рівень ефективності інвестиційної діяльності визначається спрямованістю і характером впливу безлічі взаємопов'язаних чинників не лише зовнішнього, а й внутрішнього його середовища, та підвищується за подолання невизначеності, зумовленої істотною варіацією їх параметрів, для підвищення ступеня об'єктивності й обґрунтованості управлінських рішень необхідним є застосування адекватних економіко-математичних і статистичних методів моделювання, які, даючи інструменти абстрактного опису, формалізації та вивчення найважливіших причинно-наслідкових зв'язків техніко-економічних змінних систем та об'єктів, надають можливість виявляти й оцінювати закономірності та тенденції їх розвитку, прогнозувати наслідки, моделювати вплив на поведінку досліджуваної системи, формулювати адекватні висновки для використання отриманих результатів в управлінні, що дозволить внести елементи детермінованості у перебіг інвестиційної діяльності, підвищити ступень оптимізації використання ресурсів і зменшити рівень пов'язаного з цим ризику [4].

Таблиця 1. Основні напрямки діяльності і заходи типової програми залучення інвестицій економіку сільських територій

№ з/п	Перелік заходів Програми	Термін виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Орієнтовні обсяги фінансування	Очікуваний результат
1	2	3	4	5	6	7
1	Оновлення та підготовка презентаційних матеріалів з питань інвестиційного потенціалу сільської території	2016–2020 роки	Відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	Бюджет сільської об'єднаної територіальної громади	Згідно кошторису	Поширення інформації про економічний потенціал сільської об'єднаної територіальної громади (СОТ) серед потенційних інвесторів
2.	Підготовка інвестиційних пропозицій	2016–2020 роки	Відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	-	Не погребує фінансування	Поширення інформації про економічний потенціал сільської об'єднаної територіальної громади серед потенційних інвесторів
3.	Забезпечення доведення через засоби масової інформації та систему «Інтернет» до потенційних інвесторів даних про інвестиційні пропозиції, що пропонуються для реалізації.	2016–2020 роки	Відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	Бюджет сільської об'єднаної територіальної громади	Згідно кошторису	Пошук потенційних інвесторів
4.	Організація прийому іноземних делегацій	2016–2020 роки	Структурні підрозділи сільської об'єднаної територіальної громади	Бюджет сільської об'єднаної територіальної громади	Згідно кошторису	Налагодження міжнародних зв'язків, формування позитивного іміджу району

Продовження табл. 1

№ з/п	Перелік заходів Програми	Термін виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Орієнтовні обсяги фінансування	Очікуваний результат
1	2	3	4	5	6	7
5.	Здійснення моніторингу змін у діючому законодавстві та надання інвесторам роз'яснень щодо діючих нормативно-правових актів, консультативної та практичної допомоги при реалізації інвестиційних проєктів	2016–2020 роки	Відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	-	Не потребує фінансування	Спрощення процесу реалізації інвестиційних проєктів
6.	Сприяння участі підприємств та організацій у виставково-ярмаркових заходах з метою представлення економічного та інвестиційного потенціалу сільських територій	2016–2020 роки	Управління агропромислового розвитку, відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	-	Не потребує фінансування	Поширення інформації про економічний потенціал району серед потенційних інвесторів
7.	Участь у семінарах, конференціях, форумах та в інших заходах з питань залучення іноземних інвестицій та розвитку міжнародних зв'язків.	2016–2020 роки	Управління агропромислового розвитку, відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	Районний бюджет	Згідно кошторису	Ознайомлення із практичним досвідом у сфері інвестиційної діяльності

Закінчення табл. 1

№ з/п	Перелік заходів Програми	Термін виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Орієнтовні обсяги фінансування	Очікуваний результат
1	2	3	4	5	6	7
8.	Проведення моніторингу звернень інвесторів та оперативне реагування на них	постійно	Структурні підрозділи сільської об'єднаної територіальної громади	-	Не потребує фінансування	Покращення інвестиційного клімату та збільшення кількості впроваджуваних інвестиційних проєктів
9.	Активізація роботи в частині залучення в економіку сільських територій коштів міжнародної технічної допомоги, Світового банку та з інших можливих джерел	2016–2020 роки	Управління агропромислового розвитку, відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності	-	Не потребує фінансування	Здійснення соціально важливих інвестиційних проєктів
10.	Сприяння участі суб'єктів господарювання у програмах міжнародної технічної допомоги, міжнародного співробітництва, співпраці з донорськими організаціями щодо залучення коштів для фінансування інвестиційних проєктів	2016–2020 роки	Управління агропромислового розвитку, відділ планування, фінансово-економічного розвитку, обліку та звітності		Не потребує фінансування	збільшення кількості впроваджуваних інвестиційних проєктів

У свою чергу, неодмінна складова ефективності інвестування – прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо вибору об'єктів капіталовкладень, здійснюване на підґрунті розв'язання задач оптимального розподілу інвестиційних ресурсів, – вимагає широкого застосування адекватних економіко-математичних методів і моделей, зумовлюючи підвищення ролі та значення удосконалення та розвитку науково-методичного інструментарію підготовки і прийняття інвестиційних рішень.

Обмеженість можливостей з фінансового забезпечення інвестування зумовлює необхідність розробки і прийняття ефективних управлінських рішень щодо оптимального за певним критерієм (критеріями) розподілу наявних ресурсів між потенційними привабливими об'єктами-реципієнтами інвестиційного капіталу. У складі сучасного інструментарію інвестиційного менеджменту, представленого переважно економіко-математичними методами і моделями прийняття рішень, пов'язаних з забезпеченням інвестиційними ресурсами, важливе місце посідають методи математичного програмування, оскільки становлять потужне підґрунтя вирішення оптимізаційних задач у процесі обґрунтування структури інвестиційного портфеля сільських територій. При цьому зважаючи на складність забезпечення інвестиційними ресурсами, пов'язану, зокрема, з необхідністю врахування всієї множини зовнішніх і внутрішніх факторів впливу, надзвичайно важливим, на наш погляд, є обґрунтування послідовності та змісту етапів процесу розробки і прийняття рішень з формування оптимального інвестиційного портфеля сільських територій, тому пропонуємо такі теоретико-інструментальні процедури цього процесу (рис. 3).

На етапах 1–4 процесу розробки і прийняття рішень з формування оптимального інвестиційного портфеля сільських територій в рамках системи його інвестиційного забезпечення формується теоретичне підґрунтя досліджуваного процесу, яке передається у підсистему розробки, обґрунтування і прийняття інвестиційних рішень, де на етапах 5–10 розробляються рекомендації щодо остаточного варіанту рішення з формування інвестиційного портфеля, яке приймається на останньому етапі.

Так, реалізація інвестиційного рішення, прийнятого відповідно до критеріїв, визначених на другому етапі, з урахуванням обмежень, встановлених у рамках третього етапу, та стосовно множини інвестиційних пропозицій, сформованої на четвертому етапі, має забезпечити досягнення мети інвестиційної діяльності, сформульованої на першому етапі.

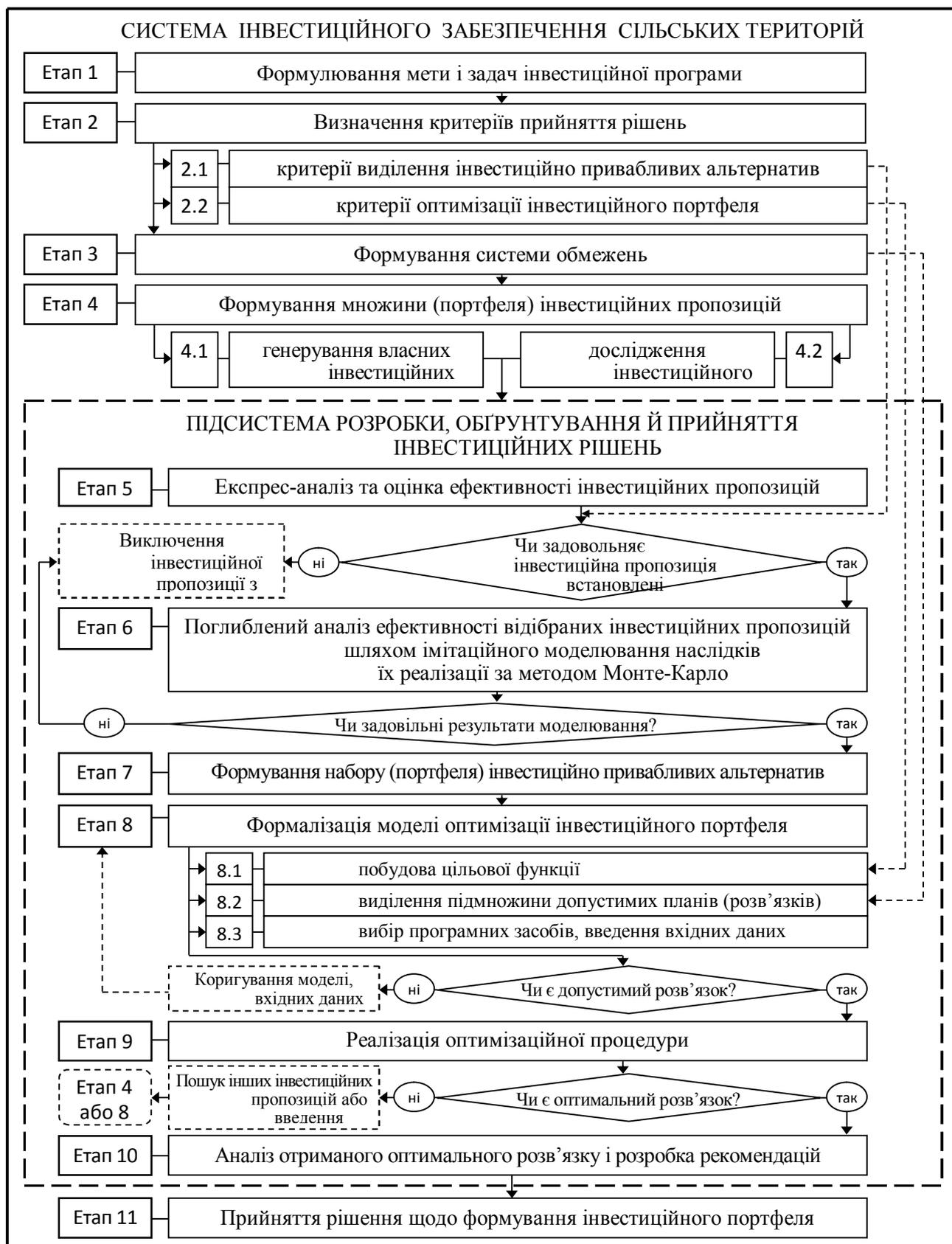
На п'ятому етапі здійснюється експрес-аналіз та оцінка ефективності накопичених інвестиційних пропозицій із наступним виділенням серед них множини привабливих для інвестора та відповідних його ресурсно-технологічному потенціалу потенційних об'єктів інвестування за визначеними на етапі 2.1 критеріями. На наш погляд, такими критеріями можуть виступати як традиційні показники ефективності інвестиційних проектів, зокрема, чиста приведена вартість (NPV), індекс прибутковості (PI), внутрішня норма прибутковості (IRR), термін окупності (PBP), а також розмір необхідних інвестицій (I), корисність очікуваного результату (U), рівень інвестиційної привабливості підприємства (R_{III}), якщо ініціатором або середовищем реалізації проекту виступає зовнішній інвестор, так і, можливо, інші показники (наприклад, екологічні, соціальні), що їх інвестор вважатиме за потрібні:

$$\underline{NPV} \leq NPV_i \bigcap_{i=1}^n \underline{IP} \leq IP_i \bigcap_{i=1}^n \underline{IRR} \leq IRR_i \bigcap_{i=1}^n \underline{PBP} \leq \overline{PBP} \bigcap_{i=1}^n I \leq \overline{I} \bigcap_{i=1}^n \underline{U} \leq U_i \bigcap_{i=1}^n \underline{R_{III}} \leq R_{III_i}, \quad (1)$$

де \underline{X} – мінімальне прийнятне значення певного критеріального показника (нижня припустима межа);

\overline{X} – максимальне прийнятне значення певного критеріального показника (верхня припустима межа);

X_i – індивідуальне значення певного показника, розраховане за i -ю інвестиційною пропозицією.



Джерело: запропоновано автором.

Рис. 3. Схема процесу розробки і прийняття рішень з формування оптимального інвестиційного портфеля сільських територій

Усі інвестиційні пропозиції, що мають характеристики, належні множині Ω , в межах якої виконується умова (1), будуть привабливими для інвестора. У межах шостого етапу ефективність кожної з відібраних інвестиційних пропозицій піддається поглибленому аналізу шляхом імітаційного моделювання наслідків її реалізації за методом Монте-Карло, що, на нашу думку, підвищить обґрунтованість здійснених раніше проектних оцінок. При цьому, якщо інвестор вважатиме незадовільними підсумки статистичного аналізу результатів імітації ефективності тієї чи іншої пропозиції, то остання може бути виключена із подальшого розгляду. Далі за результатами багатокритеріальної фільтрації та моделювання ефективності інвестиційних пропозицій на наступному сьомому етапі формується портфель альтернатив-претендентів на включення до інвестиційного портфеля сільських територій. Зазначимо, що окремі результати імітаційного моделювання, зокрема, очікувані величини чистої теперішньої вартості проекту, чистого прибутку та амортизаційних відрахувань, використовуватимуться на наступному восьмому етапі, що охоплює формалізацію моделі оптимізації інвестиційного портфеля, за допомогою якої будуть визначені такі альтернативи для включення до його складу, які забезпечать найвищу ефективність портфеля.

Реалізація відповідної оптимізаційної процедури утворює дев'ятий етап, а на десятому здійснюється аналіз отриманого розв'язку задачі, зокрема, прогнозується ступінь досягнення бажаного стану інвестиційного забезпечення в разі реалізації відповідного цьому розв'язку інвестиційного портфеля, і за отриманими результатами приймається остаточне рішення щодо його формування: відповідні рекомендації з підсистеми розробки, обґрунтування і прийняття інвестиційних рішень передаються в систему інвестиційного забезпечення.

Висновки та перспективи подальших досліджень Процес обґрунтування, розробки і прийняття інвестиційних рішень являє собою послідовне просування вздовж ланцюга «портфель інвестиційних пропозицій – портфель інвестиційних альтернатив – інвестиційний портфель підприємства (портфель об'єктів реального інвестування)» із поступовим звуженням та оптимізацією структури кожної з його ланок.

Практична цінність запропонованої моделі ефективності інвестиційного забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій полягає у визначенні імовірнісних розподілів критеріїв її оцінки та інших ключових параметрів інвестиційного забезпечення, що дозволить точніше прогнозувати результати його реалізації, а отже, більш обґрунтовано підійти до питання про залишення кожного інвестиційного проекту у портфелі альтернатив. Крім цього, окремі результати імітації становитимуть інформаційне підґрунтя для реалізації оптимізаційної процедури, необхідної для формування остаточного варіанту рішення щодо складу інвестиційного портфеля сільських територій.

References

1. Horovyi V. P. Rozvytok sotsialnoi infrastruktury sela ta silskykh terytorii: [Elektronnyi resurs] / V. P. Horovyi. – Rezhym dostupu: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_eamb/2011_163_2/11gvp.pdf.
2. Talavyria M. P. Shliakhy udoskonalennia orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu derzhavnoi pidtrymky rozvytku silskykh terytorii: monohrafiia / M. P. Talavyria. – Nizhyn: PP Lysenko M. M., 2009. – 424 s.

Література

1. Горьовий В. П. Розвиток соціальної інфраструктури села та сільських територій: [Електронний ресурс] / В. П. Горьовий. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_eamb/2011_163_2/11gvp.pdf.
2. Талавиря М. П. Шляхи удосконалення організаційно-економічного механізму державної підтримки розвитку сільських територій: монографія / М. П. Талавиря. – Ніжин: ПП Лисенко М. М., 2009. – 424 с.

3. Fulton M. The Changing Landscape of Cooperatives in North America / M. Fulton // Papers presented at the XIV International Economic History Congress Helsinki, Finland, 21 to 25 August 2006. – Page 32–35.
4. Investytsiina diialnist u silskomu gospodarstvi: pravovi pytannia: monohrafiia / za red. V. I. Semchyka. – K.: Yurydychna dumka, 2008. – 252 s.
5. Investytsii v osnovnyi kapital u haluzi sotsialnoi infrastruktury sela: [Elektronnyi resurs] / Ministerstvo aharnoi polityky Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://minagro.kiev.ua/page/?9951>.
6. Diiesperov V. S. Perspektyvy ta mozhlyvi ryzyky rozvytku silskoho gospodarstva Ukrainy u 2013 rotsi: naukovy-analitychni prohoz / V. S. Diiesperov, O. Ye. Hudz. – K.: NNTs IAE, 2013. – 34 s.
7. Osnovnye svedeniia o SADT-Metodologi: [Elektronnyi resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.itstan.ru/funk-strukt-analiz/osnovnye-svedeniya-o-sadt-metodologii.html> 19.
8. Kosachev Iu. V. Ekonomiko-matematicheskie modeli effektivnosti finansovopromyshlennykh struktur / Iu. V. Kosachev. – M.: Logos, 2004. — 248 s.
9. Kvasha S. M. Stan ta tendentsii rozvytku silskoho gospodarstva krain-chleniv Yevropeiskoho Soiuzu / S. M. Kvasha, K. S. Kvasha. – K.: NNTs IAE, 2013. – 40 s.
10. Zdobytska N. Dosvid Yevropeyskykh krain u protsesi zaluchennia investytsii u silske gospodarstvo / N. Zdobytska // Teoretychni osnovy i praktychni aspekty vykorystannia resursooshchadnykh tekhnolohii dlia pidvyshchennia efektyvnosti ahropromysloвого vyrobnytstva i rozvytku silskykh terytorii: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. forumu, 18–20 veres. 2013 r. – Lviv: LNAU, 2013. – S. 396–399.
11. Kliuchnyk A. V. Formuvannia ta rozvytok ekonomichnoho potentsialu silskykh terytorii Ukrainy: monohrafiia / A. V. Kliuchnyk. – Mykolaiv: Dyzain ta polihrafiia, 2011. – 468 s.
3. Fulton M. The Changing Landscape of Cooperatives in North America / M. Fulton // Papers presented at the XIV International Economic History Congress Helsinki, Finland, 21 to 25 August 2006. – Page 32–35.
4. Інвестиційна діяльність у сільському господарстві: правові питання: монографія / за ред. В. І. Семчика. – К.: Юридична думка, 2008. – 252 с.
5. Інвестиції в основний капітал у галузі соціальної інфраструктури села: [Електронний ресурс] / Міністерство аграрної політики України. – Режим доступу: <http://minagro.kiev.ua/page/?9951>.
6. Дієсперов В. С. Перспективи та можливі ризики розвитку сільського господарства України у 2013 році: науково-аналітичний прогноз / В. С. Дієсперов, О. Є. Гудзь. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 34 с.
7. Основные сведения о SADT-Методологи: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itstan.ru/funk-strukt-analiz/osnovnye-svedeniya-o-sadt-metodologii.html> 19.
8. Косачев Ю. В. Экономико-математические модели эффективности финансово-промышленных структур / Ю. В. Косачев. – М.: Логос, 2004. — 248 с.
9. Кваша С. М. Стан та тенденції розвитку сільського господарства країн-членів Європейського Союзу / С. М. Кваша, К. С. Кваша. – К.: ННЦ ІАЕ, 2013. – 40 с.
10. Здобицька Н. Досвід Європейських країн у процесі залучення інвестицій у сільське господарство / Н. Здобицька // Теоретичні основи і практичні аспекти використання ресурсоощадних технологій для підвищення ефективності агропромислового виробництва і розвитку сільських територій: матеріали Міжнар. наук.-практ. форуму, 18–20 верес. 2013 р. – Львів: ЛНАУ, 2013. – С. 396–399.
11. Ключник А. В. Формування та розвиток економічного потенціалу сільських територій України: монографія / А. В. Ключник. – Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2011. – 468 с.

12. Conejos S. Designing for better building adaptability: A comparison of adaptSTAR and ARP models / S. Conejos, C. Langston // Habitat International. – 2012. – № 41 – P. 85–91.

13. Nam Pyo Suh. Axiomatic Design – Advances and Applications / Suh Pyo Nam. – 2007. – New York: Oxford University Press. Chapter 5. – P. 239–298.

14. Rural Development in the European Union – Statistical and economic information: [Electronic resource] / Agriculture and rural development EU. – 2013. – Access mode: http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/ruraldevelopment/2013/index_en.htm.

12. Conejos S. Designing for better building adaptability: A comparison of adaptSTAR and ARP models / S. Conejos, C. Langston // Habitat International. – 2012. – № 41 – P. 85–91.

13. Nam Pyo Suh. Axiomatic Design – Advances and Applications / Suh Pyo Nam. – 2007. – New York: Oxford University Press. Chapter 5. – P. 239–298.

14. Rural Development in the European Union – Statistical and economic information: [Electronic resource] / Agriculture and rural development EU. – 2013. – Access mode: http://ec.europa.eu/agriculture/statistics/ruraldevelopment/2013/index_en.htm.

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. 252
тел./факс: +38 (044) 256-29-86

**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			
Науковий ступінь			
Учене звання			
Посада			
Місце роботи (вищий навчальний заклад, кафедра без скорочень)			
ID (у системі наукової ідентифікації)			
ORCID (http://orcid.org/)			
ResearcherID (http://www.researcherid.com)			
Адреса надсилання видання			
Телефон			
Електронна адреса			
Фото авторів			

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

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

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

7. **Заява на друк.**

Вимоги до структури та оформлення матеріалів:

- прізвище, ім'я та по-батькові автора (співавторів) – повністю, без скорочень, вчене звання, вчена ступінь, точна назва посади та місця роботи (повна назва кафедри або іншого структурного підрозділу, без абревіатур), робоча та домашня поштові адреси з індексами, електронна адреса (дуже бажано особиста, а не кафедральна), робочий, домашній та мобільний номери телефонів, основні наукові інтереси (найчастіше – тематика дисертаційного дослідження);
- анотація трьома мовами (укр., рос., англ.); ключові слова – теж трьома мовами, 5-6 позицій;
- структура тексту статті: **постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями; аналіз останніх публікацій по проблемі; невирішені частини дослідження, мета дослідження, виклад основних результатів та їх обґрунтування; висновки та перспективи подальших досліджень;**
- всі структурні розділи по тексту мають бути виділені жирним шрифтом;
- всі статистичні дані мають бути підкріплені посиланнями на джерела;
- всі цитати мають закінчуватися посиланнями на джерела;
- посилання на підручники та науково-популярну літературу є небажаними;
- посилання на власні публікації є не бажаними і допускаються лише в разі нагальної потреби;
- якщо в огляді літератури або далі по тексту Ви посилаєтесь на прізвище вченого – його публікація має бути у загальному списку літератури після статті;
- вторинне цитування не дозволяється! Якщо Ви цитуєте Адама Сміта – то посилання має бути саме на Сміта, а не на автора, який читав Сміта;
- інтервал – 1,15; шрифт – 12 пт. Поля – по 2 см з кожного боку. Лише Microsoft Word, doc, docx. Шрифт – TimesNewRoman. Всі нетекстові об'єкти мають бути побудовані із застосування засобів Microsoft Word (MicrosoftExcelChart, MicrosoftEquationтощо). 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. : ПК ДСЗУ, 2008 –193с.

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

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

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

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

АДРЕСА РЕДАКЦІЇ: 01011, м. Київ-11, вул. Немировича-Данченка, 2,
корп. №1, кім. 1-0252, (044) 256-29-86

Електронна адреса редакції: vistnuk@knutd.com.ua.

Статті приймаються на поштову скриньку: econ-vistnyk@knutd.com.ua.

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

Одержувач: Отримувач: Київський національний університет технологій та дизайну

Код ЄДРПОУ отримувача: 02070890

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

Код банку отримувача: 820172

Розрахунковий рахунок: 31259228203551

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

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ



Власюк Тетяна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту сучасних технологій навчання Київського національного університету технологій та дизайну

orcid.org/0000-0001-9644-8608

Researcher ID: R-2806-2016

E-mail: vlasuk@bk.ru



Готра Вікторія Вікторівна

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки підприємства Ужгородського національного університету

orcid.org/0000-0002-9063-3885



Єршова Олена Олександрівна

аспірант кафедри економіки і маркетингу Харківського національного технічного університета сільського господарства ім. П. Василенка



Кухленко Олег Васильович

доктор економічних наук професор, професор кафедри менеджменту Київського національного університету технологій та дизайну



Петрова-Кумінська Світлана Володимирівна

кандидат хімічних наук, доцент, доцент кафедри хімічної технології високомолекулярних сполук Могильовського державного університету продовольства



Попова Тетяна Іванівна

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри технологій та дизайну Української інженерно-педагогічної академії



Попрозман Олександр Іванович

кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту і економіки спорту Національного університету фізичного виховання і спорту України



Смірнова Ольга Олегівна

кандидат економічних наук, доцент кафедри інвестиційної діяльності Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

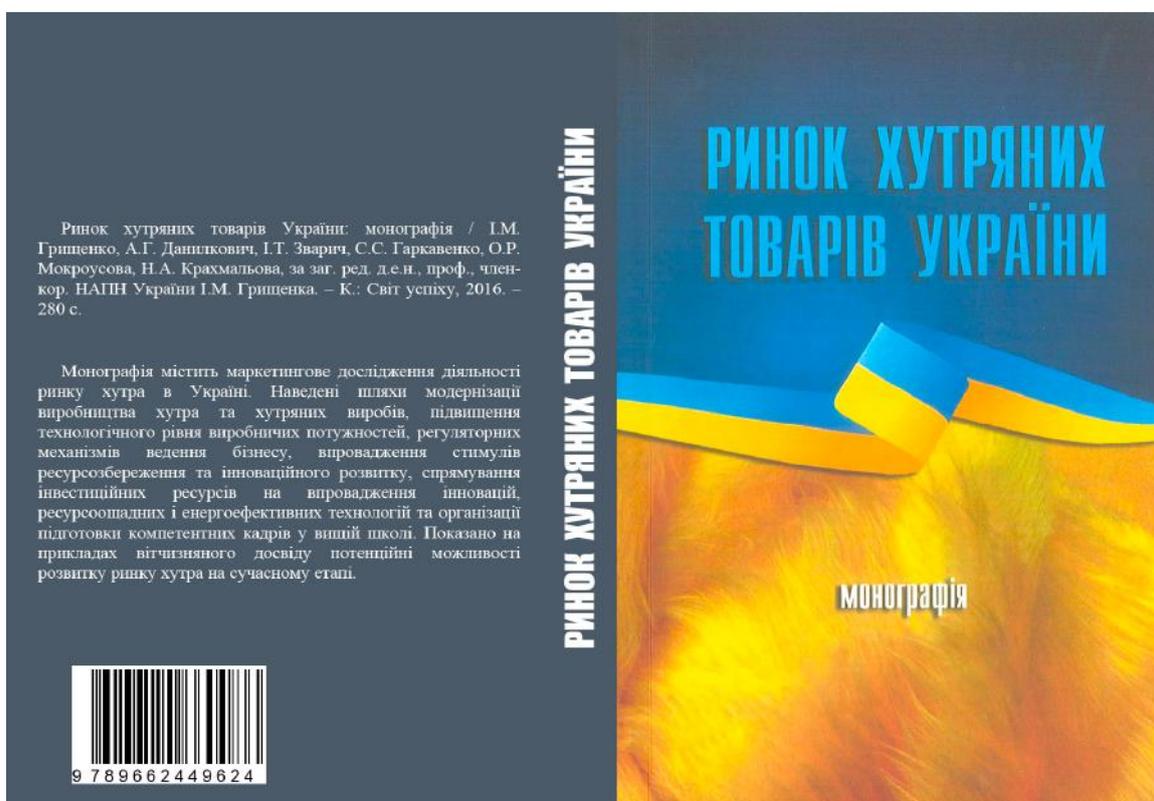


Ткачук Вадим Анатолійович

кандидат економічних наук, в.о. проректора з навчально-наукової роботи, міжнародних питань та розвитку університету Національного університету біоресурсів і природокористування України
orcid.org/0000-0002-9684-8625

Шановні колеги!

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



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

*e-mail: vistnuk@knutd.com.ua,
<http://vistnyk.knutd.com.ua/>*

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

*Освітній
інвестиційно-технологічний
кластер
легкої промисловості*

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

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