

# **МАТЕРІАЛИ**

**VIII Міжнародної науково-практичної конференції  
«СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ РЕФОРМИ  
В КОНТЕКСТІ  
ІНТЕГРАЦІЙНОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ»**

**Київ · 29–30 листопада 2012 року**

У двох томах

Том 2. Пріоритетні питання діяльності економічних суб'єктів

Київ - Дніпропетровськ

2012

---

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Голова оргкомітету:

Корецький М.Х. – д.держ.упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне.

Члени оргкомітету:

- Бакуменко С.Д. – д.держ.упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи Академії муніципального управління, м. Київ;
- Дацій О.І. – д.е.н., професор, Заслужений працівник освіти України, директор Науково-навчального інституту регіонального управління та місцевого самоврядування Академії муніципального управління, м. Київ;
- Бутко М.П. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту організацій та державного управління Чернігівського державного технологічного університету.

---

С 69 Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф., 29-30 листоп. 2012 р. : В 2 т. – К.-Д. : Біла К.О., 2012.

ISBN 978-617-645-085-6

Т. 2 : Пріоритетні питання діяльності економічних суб'єктів. – 2012. – 123 с.

ISBN 978-617-645-087-0

У збірнику надруковано матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції «Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України».

Даний том містить роботи по секціях: «Інвестиційні та інноваційні пріоритети діяльності економічних суб'єктів», «Стратегія підприємства на сучасному етапі становлення економіки України», «Економіка природокористування та енергозбереження».

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

**УДК 336  
ББК 65.02**

ISBN 978-617-645-085-6

ISBN 978-617-645-087-0 (Т.2)

© Авторський колектив, 2012

# ІНВЕСТИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

---

К. э. н. Аббасова Ш. А., к. э. н. Оруджева М. Ш., к. э. н. Оруджева Т. В.

*Бакинский Государственный Университет, г. Баку,*

*Республика Азербайджан*

## ВЫБОР АВТОРЕГРЕССИОННОЙ МОДЕЛИ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОБЪЕМА ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ АЗЕРБАЙДЖАНА

Нефтяные ресурсы Азербайджана стали определяющим фактором в экономическом развитии страны и благодаря данному ресурсу Азербайджан одним из первых республик бывшего СССР стал включаться в интеграционные процессы. Историческим прорывом Азербайджана на мировые рынки было подписание нефтяного контракта в 1994 году. Именно благодаря нефтяной стратегии страна решила проблемы выживания и развития. В начале 90-х годов нефтяной фактор был единственным экономически привлекательным ресурсом, с которым страна могла выйти на мировые рынки. Совпадение интересов Азербайджана с интересами Западных стран и крупных ТНК позволило стране создать современную инфраструктуру добычи и транспортировки нефти. На данном этапе привлечение иностранных инвестиций в экономику страны являлось важным условием дальнейшего развития Азербайджанской Республики.

Сравнивая темпы роста инвестиции по направлениям, следует отметить, что за 2000–2010 годы инвестиции в финансовый кредит опережали темп роста иностранных инвестиций в целом и возросли в 12,9 раз [1]. Объем инвестиции в нефтяную промышленность и иностранные фирмы и совместные предприятия был ниже общего роста инвестиций и возрос соответственно в 5,4 раз и 5,6 раза. Единственной сократившейся статьей иностранных инвестиций является нефтяной бонус, размер которого сократился с 2003 до 2010 года на 96,6%. Для прогнозирования объема иностранных инвестиций в экономику Азербайджана целесообразно использовать авторегрессионные модели типа  $AR(p)$  [2].

Сравнительный анализ статистических характеристик авторегрессионных моделей разного порядка показал, что наилучшие результаты имеет модель  $AR(2)$  с использованием фактора времени:

$$INVEST = C(1) + C(2) * INVEST(-1) + C(3) * INVEST(-2) + C(4) * TREND,$$

где  $INVEST$ ,  $INVEST(-1)$ ,  $INVEST(-2)$  – значения объема иностранных инвестиций в текущий (t), предыдущий (t-1) и соответственно (t-2) периоды;

$TREND$  показатель времени, принимающий значения 1, 2, ..., 11 за период 2000–2010 годы.

Следует отметить, что оптимальный порядок  $p$  модели  $AR(p)$  можно определить с помощью коррелограммы. По значению частной функции автокорреляции PAC, заданной в таблице коррелограммы определяется оптимальный порядок  $p$  авторегрессионной модели  $AR(p)$  [2]. Так первое значение  $PAC = 0.591$ , соответствует первому порядку модели, второе  $PAC = -0.131$ , а поскольку третье значение, равное  $-0,039$ , близко к нулю, то остановиться следует на втором порядке модели, т.е. оптимально построение авторегрессионной модели  $AR(2)$ . Таким образом, на основе данных об объеме иностранных инвестиций за период 2000–2010 годы с применением программы Eviews получены следующее уравнение авторегрессии [3]:

$$INVEST = -1223332293 + 0.735529724 * INVEST(-1) - 0.4988371932 * INVEST(-2) + 4988397297 * TREND.$$

Статистические характеристики построенной модели, заданные в таблице, показывают, что модель адекватна. Для проверки авторегрессионных моделей на наличие автокорреляции в остатках используется LM-тест Бройсса–Годфри. В результате применения этого теста получаем значение критерия «Obs\*R-squared» и значимость его вероятности, равную 0,066884. Поскольку она превышает 0,05, то принимается гипотеза об отсутствии автокорреляции в остатках.

Для проверки стационарности остатков применяем тест Дики–Фуллера [4]. Полученное значение  $DF = -4.882332$  при уровне значимости 0,05 меньше критического значения  $-3,694851$ . Значит принимается гипотеза о стационарности остатков. О нормальном распределении остатков свидетельствует значение  $Pr obability = 0.887256$ , превышающее значение 0,05, а также их график.

Полученные статистические характеристики параметров модели доказывают адекватность модели и возможность ее использования для прогноза объема иностранных инвестиций. Программа Eviews позволила получить график и значения прогнозных значений до 2014-го года.

Результаты прогноза дают возможность разработать инвестиционную стратегию, определить приоритетные направления в инвестиционной сфере и предусмотреть методы их реализации.

#### Список использованных источников:

1. Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.azstat.org>
2. Доугерти К. Введение в эконометрику / К. Доугерти. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 240 с.
3. Молчанов И. Н. Компьютерный практикум по начальному курсу эконометрики (реализация на Eviews) / И. Н. Молчанов, И. А. Герасимова. – Ростов н/Д: Рост. гос. экон. ун-т, 2001. – 58 с.
4. Турунцева Н. Ю. Анализ временных рядов в Eviews / Н. Ю. Турунцева. – 2003.

**К. е. н. Андрєєва Г. І.**

*ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного Банку України»,  
м. Суми*

## **УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕНТНИМИ РИЗИКАМИ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ПОХІДНИХ ФІНАНСОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ**

Банківський бізнес традиційно визначається одним з найбільш ризикованим в спектрі економічної діяльності. Проте, визнання факту існування ризиків недостатньо для того, щоб управляти ними. Існують три різних, але взаємопов'язаних способи управління фінансовими ризиками. Перший спосіб пов'язаний з купівлею страхівки (insurance). Однак страхування дієво лише при управлінні певними видами фінансових ризиків, наприклад, кредитними. Другий спосіб – управління активами і пасивами (asset/liability management). Цей спосіб полягає в ретельному збалансуванні активів і зобов'язань, щоб виключити зміни чистої вартості і використовується при управлінні процентними та валютними ризиками. В багатьох випадках використання методу управління активами і пасивами для управління ризиками може привести до того, що приваблива інвестиційна або фінансова можливість буде упущена. Крім того, стратегії управління активами і пасивами вимагають для своєї реалізації деякого часу. Останній спосіб, який може використовуватися сам по собі, або в поєднанні з першими двома, є хеджування (hedging). Хедж це позиція, яку використовують, як тимчасову зміну майбутньої позиції за іншим активом (зобов'язанням), або для рівноваги ризику, пов'язаного з існуючою позицією за активом (зобов'язанням), доки ця позиція не буде ліквідована. Інакше кажучи, хеджування полягає в використанні позиції, що компенсує ризик. Більшість хеджувань здійснюється інструментами забалансового характеру. Серед відомих похідних фінансових інструментів, які найчастіше використовуються як інструменти хеджування, виділяють: ф'ючерси, форварди, опціони і свопи. Отже, стратегія хеджування це мистецтво управління ціновими ризиками за рахунок компенсуючої позиції за похідними інструментами.

Іпотечний кредит несе в собі два основних ризику, а саме, кредитний і процентний. Кредитний ризик – це потенційні збитки, які виникають при несприятливих змінах структури грошових коштів кредитора у разі невиконання його боржником своїх зобов'язань, тобто несплати позичальником суми основного боргу і процентів за ним. Можна казати, що кредитний ризик несе імовірність зменшення вартості долі активів банку, представлених сумою наданих кредитів і придбання боргових зобов'язань. При цьому, фактична доходність від даної частини активів виявиться значно нижче очікуваного розрахункового рівня. В даному випадку джерелом кредитного ризику є позиковий портфель банку як сукупність кредитних вкладень.

Кредитний ризик може бути зведений до мінімуму за допомогою трьох механізмів: обов'язкового страхування предмета застави, надання гарантії з боку оператора вторинного ринку, наприклад, Державної іпотечної установи, та шляхом уста-

новлення критеріїв андеррайтингу позичальників (максимальний РТІ, максимальний LTV, максимальна сума кредиту).

Процентний ризик відноситься до основних банківських ризиків і вивчений, у порівнянні з іншими, недостатньо. Причину цього є більш складний характер процентного ризику. Дослідження проблеми пов'язана з труднощами його вимірювання, формалізації завдання контролю й управління ризиком. В класичному іпотечному варіанті процент по кредиту фіксований на весь термін кредитування. Це надає можливість рівномірного розподілу зобов'язань позичальника з повернення кредиту. Проте фіксований процент оптимальний тільки при відносно низькому рівні інфляції. Якщо протягом всього строку кредитування з фіксованою процентною ставкою відбудеться значне підвищення рівня інфляції, то банк може опинитися неспроможним покрити свої витрати, пов'язані з видачею та обслуговуванням кредиту.

З метою забезпечення якісного і ефективного продажу продуктів іпотечного кредитування (комерційна іпотека, земельна іпотека, житлова іпотека), банк застосовує процедури, стандарти по генеруванню, схваленню, моніторингу угод і класифікацію позичальників, які відповідають принципам, розробленим Комітетом по банківському нагляду та регулюванню (м. Базель) з врахуванням ситуації на ринку. Управління процентним ризиком може здійснюватися шляхом застосування на практиці сучасних інструментів управління (hedging) ризиком процентної ставки.

Сучасний розвиток міжнародних фінансових ринків стимулює появу нових фінансових інструментів – похідних – які дозволяють мінімізувати чисельні економічні ризики, у тому числі й ризик зміни процентної ставки. Похідні фінансові інструменти це інструменти, вартість яких визначається вартістю базових активів. Поширеними похідними інструментами є ф'ючерсні контракти, форвардні контракти, опціони (одноперіодні – колли і пути та багатоперіодні – кепи, флори, коллари, кепціони, свопціони, складні опціони) і свопи. Поряд з цінами на товари або курси валют, процентні ставки також підлягають хеджуванню з використанням таких похідних фінансових інструментів, як процентні свопи (interest rate swaps – IRS), угода про майбутню процентну ставку (forward rate agreement- FRA), процентні кепи (interest rate caps), процентні флори (interest rate floors) і процентні коллари (interest rate collars). Їх головна відмінність полягає у тому, що об'єктом угод є зміна процентних ставок в той чи інший бік. Інакше кажучи, це види строкових контрактів на поставку в майбутньому визначених процентних ставок. Їх використання дозволяє кредиторам фіксувати доходність по зобов'язанням, а позичальникам – захищатися від підвищення процентних ставок за кредитами. В загалі, хеджування – це використання одного інструмента для зниження ризику, пов'язаного із несприятливим впливом ринкових факторів на ціну іншого.

Таким чином, реалізація технологій управління процентними ризиками з використанням сучасних похідних фінансових інструментів, сприятиме стабільному рівню процентних ставок, що в свою чергу, дозволить знизити процентні ризики всіх учасників системи іпотечного кредитування і, як наслідок, підвищити потенційний попит і доступність продуктів іпотечного кредитування в Україні.

**Войтенко В. В.**

*Науково-дослідний економічний інститут*

*Міністерства економічного розвитку і торгівлі України*

## **ВПЛИВ ПОДАТКОВО-БЮДЖЕТНОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

За сучасних умов економічного розвитку позиції країн у світовому просторі визначаються масштабами інноваційної діяльності. Ступінь участі в інноваційних процесах залежить від можливості формування інтелектуального капіталу, комерціалізації новітніх науково-технічних розробок, виробництва інноваційного продукту та його просування на світовий ринок.

Зростання частки інноваційної діяльності втілюється у техніко-технологічну модернізацію, організаційне та інституціональне вдосконалення виробництва, які спричиняють підвищення продуктивності праці, заробітної плати працівників, конкурентоспроможності продукції та суб'єктів економічної діяльності.

В Україні до інноваційно-активних підприємств та організацій у 2010 році відносився 21 відсоток їх загальної кількості проти 18 відсотків у 2008 році. З них технологічними інноваціями займалося лише 4,5 відсотка, що на 1,8 відсоткового пункту менше, ніж у 2008 році.

В останньому десятиріччі постійно зменшувалася частка промислових підприємств, які впроваджували інновації. У 2000 році до них відносилися 14,8 відсотка, у 2010 році – 11,5 відсотка від загальної кількості підприємств. Слід зазначити, що в світі прийнято порогове значення частки підприємств, які впроваджують інновації. Зазвичай воно складає в середньому 25 відсотків, тоді як в Україні ця частка вдвічі менша, а у розвинених країнах досягає 70–80 відсотків [1].

Вкрай низькою в Україні частка реалізованої інноваційної продукції, яка до того ж має тенденцію до подальшого скорочення – з 6,5 відсотка до 3,8 відсотка загального обсягу реалізованої промислової продукції впродовж 2005–2010 років [2].

Наслідком таких спадних тенденцій у сфері інноваційної діяльності стало погіршення суб'індексу «Інновації» як важливої складової Глобального індексу конкурентоспроможності з 52 позиції у 2007 році до 74 серед 144 країн світу у 2010 році. Правда, у 2011 році ця позиція дещо покращилася – до 71 позиції, але за складовою цього індексу «Можливості для інновацій» відбулося погіршення на 16 пунктів [3].

Узагальнення низки наукових досліджень різних авторів дозволяє стверджувати, що основними причинами критичного відставання України від багатьох інших країн є вкрай недостатнє бюджетне фінансування наукових та науково-технічних розробок як складових інноваційного процесу, несприятлива податкова політика у сфері інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, а також відсутність дієвих економічних стимулів на підприємствах для технологічної модернізації їх виробничого апарату.

Наукоємність ВВП, тобто відношення обсягу видатків на дослідження і наукові розробки до ВВП, у 2000–2010 роках скоротилася з 1,16 до 0,83 відсотка, у

тому числі з держбюджету – до 0,34 відсотка [2]. Водночас у ЄС цей показник в середньому складає 1,9 відсотка, США та Німеччині – 2,7 відсотка, Фінляндії та Швеції – 3,7 відсотка [4].

В Україні з року в рік не виконуються вимоги статті 34 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» щодо забезпечення асигнувань на науку за часткою 1,7 відсотка від ВВП [5].

До того ж система бюджетного фінансування вітчизняної науки є неефективною, оскільки вона не спрямована на отримання кінцевого результату, придатного для практичного застосування. Недостатність фінансування особливо гостро проявляється саме на найбільш ресурсоемних завершальних етапах розробок, що спричиняє їх перехід на режим очікування асигнувань та моральне старіння результатів.

Недоліки бюджетного фінансування наукових і науково-технічних розробок призводить до подальшого пригнічення здатності наукових шкіл, які ще збереглися в Україні, продукувати досягнення світового рівня, та до втрати кадрового потенціалу вітчизняної науки.

Для підвищення ефективності державної підтримки науки і науково-технічної діяльності доцільно було б надавати пряме бюджетне фінансування селективно в залежності від конкретних умов інноваційної діяльності. Безумовно, слід збільшувати частку бюджетних коштів, що спрямовуються на фінансування фундаментальної науки та на виконання державного замовлення у сфері науки і прикладних наукових розробок. Що стосується суб'єктів економічної діяльності, то бюджетне фінансування необхідно застосовувати лише у випадках, коли на підприємстві створюються інноваційні технології на основі власних наукових розробок.

Крім бюджетного фінансування в Україні передбачені також інші методи прямої підтримки інноваційного розвитку: надання грантів, державних гарантій та пільгових кредитів, майнове страхування реалізації інноваційних проектів [6].

Світова практика прямого стимулювання інноваційної діяльності охоплює такі методи, як безоплатне надання на пільгових умовах державного майна та земельних ділянок для організації інноваційних підприємств; створення наукової інфраструктури в регіонах; державні замовлення у вигляді контрактів на нововведення, які зможуть знайти широке застосування в економіці країни; створення науково-технічних зон зі спеціальним режимом інноваційно-інвестиційної діяльності [7].

Зазвичай, в ринковій економіці інноваційне підприємство, як і інші види діяльності, має за мету отримання прибутку. Багато науковців вважають, що схильність до підприємницької діяльності визначається рівнем оподаткування прибутку. В цьому контексті, положення Податкового кодексу України щодо зменшення ставки податку на прибуток підприємств з 25 до 16 відсотків спрямоване на стимулювання інноваційної діяльності. Податковим кодексом України також передбачено звільнення від оподаткування прибутку від основної діяльності підприємств літакобудівної промисловості до 2012 року; звільнення від сплати земельного податку суб'єктів космічної діяльності до 2015 року та літакобудування до 2016 року [8].



За чинним законодавством преференція у вигляді оподаткування прибутку за ставкою нуль відсотків на період до 2016 року передбачена для суб'єктів малого бізнесу, які здійснюють діяльність у сфері високих технологій. Отримання цієї пільги пов'язано з умовою, що вказані суб'єкти не займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Це означає, що малі підприємства, які у розвинених країнах є основними винахідниками і продавцями інновацій, в Україні обмежуються лише внутрішнім попитом, який у цій сфері практично відсутній [9].

Підставою для такого твердження є досить низький рівень витрат на науку і науково-технічну діяльність в наслідок чого інноваційні процеси в реальному секторі здійснюються повільно і у невеликих масштабах.

Серед інших методів непрямой підтримки інноваційної діяльності, крім зниження податкових ставок, у світі широко використовується списання витрат на проведення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, вилучення з об'єкта оподаткування амортизації, розрахованої за прискореними нормативами тощо.

Аналіз світової практики застосування державної підтримки та податкового стимулювання інноваційної діяльності суб'єктів економічної діяльності свідчить, що в різних країнах існує великий арсенал інструментів для реалізації завдань інноваційного розвитку, серед яких важко зазначити найбільш вагомим з точки зору їх ефективності. Однак, слід вказати на наявність загальної спрямованості на пошук оптимального співвідношення між прямим бюджетним фінансуванням і пільговим оподаткуванням.

Разом з тим, необхідно зазначити, що за умов ринкової економіки податкове стимулювання інноваційної діяльності має деякі переваги порівняно з прямим бюджетним фінансуванням. По-перше, пільгове оподаткування цієї діяльності дозволяє створити рівні умови доступу до пільг підприємств різних галузей виходячи з ефективності їх господарювання. По-друге, забезпечити більшу самостійність та економічну відповідальність підприємств за вибір намірів інноваційної діяльності та реалізацію її результатів [10].

**Висновки.** Враховуючи обмеженість бюджетних ресурсів та недостатність платоспроможного попиту реального сектору економіки на інноваційні продукти, доцільно відновити пільгове оподаткування інноваційної діяльності суб'єктів економічної діяльності в Україні, оскільки саме інструменти податкового регулювання є важливим чинником активізації інноваційної діяльності в період посткризового відновлення економічного зростання.

Важливим завданням держави повинно стати сприяння створенню різних інноваційних структур (технопарків, технополісів, бізнес-інкубаторів інноваційної спрямованості тощо), що дозволило б розширити джерела інновацій.

Виходячи з достатнього кадрового потенціалу багатьох українських галузевих науково-дослідних установ доцільно забезпечити їм постійне державне замовлення та можливість співпраці з вітчизняними та іноземними науковими установами у відповідній сфері.

Можливо, позитивну роль могло б відіграти відновлення роботи Державного інноваційного фонду та спрямування до нього частини «бюджету розвитку» для фінансової підтримки інноваційних проектів та програм.

Підсумовуючи, слід зазначити, що відтягування із реалізацією активної інноваційної політики може призвести до деградації вітчизняної економіки, витіснити країну на узбіччя світового руху до прогресу і добробуту.

#### **Список використаних джерел:**

1. Технологічна модернізація промисловості України / за ред. Л. І. Федулової. – К.: Ін-т екон. та прогноз., 2008. – 472 с.
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: стат. зб. Держ. служ. стат. Укр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. The Global Competitiveness Report 2012–2013 [Електронний ресурс] / Klaus Schwab; World Economic Forum. – Geneva, Switzerland: WEF, 2012. – 545 p. – Режим доступу: [http://www.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2012–13.pdf](http://www.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2012–13.pdf)
4. Програма економічних реформ України на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.president.gov.ua/docs/Programa\\_reform\\_FINAL\\_1.pdf](http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf)
5. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 13.12.1991 №1977-ХІІ [Електронний ресурс] // Голос України. – 1992. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1977-12>
6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 №40-IV [Електронний ресурс] // Уряд. кур'єр. – 2002. – № 143. – Режим доступу: <http://www.zakon3.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
7. Гаман М. Світовий досвід стимулювання інновацій та можливості його застосування в Україні / М. Гаман // Вісник НАДУ. – 2004. – № 1. – С. 213–214.
8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755 [Електронний ресурс] // Голос України. – 2010. – № 229–230. – Режим доступу: <http://www.zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
9. Мазараки А. Детермінанти розвитку зовнішньої торгівлі України інноваційною продукцією [Електронний ресурс] / А. Мазараки, Т. Мельник // Вісник КНТЕУ. – 2012. – № 2. – С. 5–20. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/vknteu/2012\\_2/1.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vknteu/2012_2/1.pdf)
10. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія. Ч. 1 [Електронний ресурс] / за ред. В. М. Гейця, А. А. Мазараки. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – С. 351–367. – Режим доступу: <http://www.twirpx.com/file/564219>

**К. э. н. Глотова И. И., к. э. н. Томилина Е. П., Косова Т. В.**

*Ставропольский государственный аграрный университет,*

*Российская Федерация*

#### **ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЛИЗИНГОВОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ**

Лизинг представляет собой сложную торгово-финансово-посредническую операцию, сочетающую в себе одну из форм аренды машин и оборудования, а также один из способов финансирования инвестиций, основанный на сохранении права собственности на товары за арендодателем. Поэтому анализ лизинговых отношений необходимо осуществлять в разрезе двух подходов: 1) с точки зрения их отличий от арендных отношений; 2) с точки зрения выявления отличий лизинговых

отношений от схожих с ними иных экономических отношений, синтез которых позволяет определить природу лизинга как особого типа предпринимательской деятельности, основанного на комплексе имущественных отношений покупки, и последующей, основанной на кредитных отношениях, долгосрочной аренды актива. То есть фактически лизинг – это комплекс инвестиционных, арендных и кредитных отношений. Лизинг является эффективным инструментом оптимизации затрат при развитии материально-технической базы предприятия.

Традиционно арендаторы сравнивают лизинг с кредитом на покупку того же имущества. Это сравнение обусловлено определенной схожестью двух финансовых инструментов. Важнейшим условием для проведения сравнения является сохранение соответствия лизинга прямому кредитованию [3].

Таким образом, сравнение лизинга с альтернативным ему займом производится на базе 1 к 1 (1 рубль лизинговой задолженности равен 1 рублю кредитных долговых обязательств), если арендатор не будет изменять выбранную структуру капитала, а будут стремиться поддерживать ее постоянной по времени.

Если же арендатор решит изменить структуру капитала и, допустим, не пойдет на увеличение собственных средств, то вопрос будет лишь в том, каким способом (займом или лизингом) достичь нового соотношения. База для сравнения все равно останется прежней (1 к 1).

Лизинговая задолженность на одной и той же установленной базе заменяет долговое обязательство независимо от изменений в структуре капитала. Если это так, то выбранная база для сравнения устанавливается единожды на весь срок лизинга и должна выдерживаться в каждом конкретном временном интервале.

Такой же результат, как и при методе прямого сравнения лизинга и эквивалентного ему займа, дает метод расчета чистой текущей стоимости лизинга по скорректированной ставке дисконтирования. В соответствие с этим методом, расчет суммы эквивалентного займа производится путем дисконтирования потоков арендной задолженности по скорректированной ставке кредитного финансирования. Скорректированная текущая стоимость лизинга равна чистой текущей стоимости по доступной стоимости капитала, сопряженной с текущей стоимостью побочного эффекта финансирования. Главный побочный эффект лизингового финансирования заключается в том, что лизинговая задолженность на определенной базе заменяет долг. Стоимость побочного эффекта лизингового финансирования равна чистой текущей стоимости посленалоговых денежных потоков эквивалентного займа. Формула Модильяни и Миллера (1) выражает соотношение между скорректированной ставкой дисконтирования проекта и его доступной стоимостью капитала:

$$r^* = r (1 - TL), \quad (1)$$

где  $r^*$  – скорректированная ставка дисконтирования проекта;

$r$  – ставка дисконтирования проекта по доступной стоимости капитала;

$T$  – ставка налога на прибыль предприятия;

$L$  – «вклад проекта в возможность привлечения предприятием заемных средств» [4].

С помощью формулы ММ могут быть получены различные выражения для оценки стоимости капитала при подстановке соответствующих значений величины  $L$ . При расчете скорректированной ставки дисконтирования для сравнения лизинга с кредитом величина  $L$  в формуле ММ будет отражать сумму долгового обязательства по эквивалентному займу, замещенного единицей лизинговой задолженности. Так как лизинг заменяет долг на базе 1 к 1, то мы устанавливаем  $L = 1$ . Формула ММ принимает вид  $r^* = r(1 - T)$ . Таким образом, ставка дисконтирования корректируется только с учетом налога на прибыль арендатора. Дисконтирование текущей стоимости лизинговой задолженности по скорректированной ставке дает точно такой же результат, что и прямое сравнение лизинга с эквивалентным ему займом.

Результаты расчетов могут братья за основу принятия инвестиционного решения.

Сравним чистые денежные потоки организации при лизинге и кредите по базе 1 к 1. Сравнение производится путем сопоставления сальдированных денежных потоков предприятия при лизинговой схеме и кредите. Срок лизинга выбран 2 года, кредит так же 2-х годичный, а срок амортизации составит 60 месяцев (в связи с невозможностью ускоренной амортизации). Базовая стоимость оборудования 100 000 руб. с НДС, авансовый платеж 25%. Налог на прибыль 20%, на имущество 2,2%, НДС 18%. Процентная ставка по кредиту 15% годовых, удорожание по лизингу 10% годовых (ставки являются среднерыночными величинами на сегодняшний момент).

В этом случае чистый денежный поток при лизинге составит 57 475 руб., что на 6,5% больше, чем при кредите 53 738 руб. Ощутимая разница в пользу лизинга при эквивалентном сравнении 3 738 руб. или 6,5% достигается за счет экономии налога на прибыль. Каждый платёж в погашение кредита будет частично компенсирован амортизацией, а частично станет выплачиваться из прибыли и, следовательно, инициировать начисление налога на прибыль предприятия на эти суммы.

В данных сравнениях мы не учитывали возможность ускоренной амортизации оборудования (амортизационная группа выше 3), что дало бы еще большую экономию в результате.

Проведенные в исследовании расчеты доказывают, что при прочих равных экономических условиях, любой из рассмотренных вариантов получения оборудования в лизинг является экономически более целесообразным чем самый оптимальный вариант кредитования. Это означает, что лизинг является более эффективным инструментом оптимизации затрат при развитии материально-технической базы предприятия.

Представленные расчёты иллюстрируют большую эффективность лизинговой операции по сравнению с кредитом за счёт амортизационных и налоговых начислений, возникающих у предприятия в ходе реализации проекта.

Основными отличиями кредита и лизинга, влияющими на экономическую эффективность, являются:

1. Возможность ускоренной амортизации при лизинге оборудования и транспорта с коэффициентом до 3 (Налоговый Кодекс РФ, гл. 25. ст. 259., п. 7) [1] и невозможность этого при кредитовании. За счёт применения механизма ускоренной амортизации остаточная стоимость имущества уменьшается в 3 раза быстрее и, соответственно, уменьшаются суммы налога на имущество.

2. Отнесение лизинговых платежей в полном объёме на себестоимость продукции. (Налоговый Кодекс РФ, гл. 25., ст. 264., п. 10). Погашение основного долга по кредиту на приобретение основных средств не включается в затраты предприятия (Налоговый Кодекс РФ, гл. 25., ст. 270., п. 5) и компенсируется амортизационными отчислениями по приобретённому оборудованию [1].

Из дополнительных преимуществ лизинга можно выделить следующие:

1. При масштабных закупках за счет банковского кредита предприятие принимает к зачёту сумму уплаченного НДС в полном объёме. Как правило, сумма НДС, начисленная к возмещению из бюджета, используется предприятием в качестве зачётной по другим федеральным налогам. Но зачастую эта сумма превышает все налоговые отчисления предприятия. Так как вернуть уплаченный НДС сложно, оказывается, что ресурсы предприятия используются неэффективно или просто не используются. В лизинговых схемах регулярные лизинговые платежи содержат НДС в гораздо меньших объёмах, но его вполне хватает на проведение зачётов по другим текущим налогам предприятия; в итоге его денежные средства используются более эффективно.

2. Использование схемы лизинга позволяет предприятию не ухудшать свои экономические показатели в части соотношения заёмных и собственных средств в структуре баланса. Другими словами лизинг позволяет избежать закредитованности предприятия.

3. В отличие от кредитной схемы предмет лизинга, в ряде случаев, может служить залогом еще до получения денежных средств.

4. В состав лизинговых платежей и, соответственно, в состав себестоимости продукции, работ и услуг могут быть включены дополнительные затраты предприятия (доставка, пусконаладочные работы, обучение персонала, временное хранение и т.п.).

5. При составлении графика лизинговых платежей может учитываться длительный срок поставки оборудования и разделение оплаты его поставки на несколько частей разнесённых по времени.

6. Самым главным из дополнительных преимуществ является большая доступность лизинга для предприятия в сравнении с банковским кредитованием. Практически ни один российский банк не финансирует высоко-рискованные проекты – например, так называемые «с нуля», а также проекты, не имеющие достаточного обеспечения или стабильной кредитной истории. Поскольку деятельность лизинговых компаний не подлежит жёсткому регулированию, процедура предоставления оборудования в лизинг проще, чем привлечение кредита. Естественно и стоимость лизинга для более рискованных проектов будет немного выше.

При использовании такого финансового инструмента, как лизинг, имеющего огромный спектр вариаций и возможностей, любое предприятие в состоянии оптимизировать собственные издержки и более эффективно использовать свои денежные средства.

#### **Список использованных источников:**

1. Российская Федерация. Законы. Налоговый Кодекс Российской Федерации: Ч. 1: федер. закон от 31.07.1998 № 146-ФЗ; Ч. 2: от 05.08.2000 № 117-ФЗ // Налоговый Кодекс РФ. Полный текст. – М.: Омега-Л, 2011. – 553 с.
2. Российская Федерация. Законы. О финансовой аренде (лизинге): федер. закон от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ: (принят ГД ФС РФ 11 сентября 1998 г.): (в ред. ФЗ от 26.07.2006 № 130-ФЗ) // КонсультантПлюс. ВерсияПроф. – М., 2011.
3. Тимофеева Ю. В. Оценка экономического потенциала организации: финансово-инвестиционный потенциал / Ю. В. Тимофеева // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 1. – С. 15–19.
4. Титаева А. В. Лизинг: правовое обеспечение, учет, налогообложение / А. В. Титаева, Ю. Н. Ледакова // Налоговый вестник. – 2008. – 364 с.

**Грекова В. А.**

*Дніпродзержинський державний технічний університет, Україна*

#### **МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ ПІДПРИЄМСТВ**

Для успішного вирішення проблеми ефективного оновлення основних фондів промислових підприємств потрібні, зокрема, надійні методи оцінки економічної ефективності використання основних фондів. Оцінка ефективності використання основних фондів є невідривною від оцінки ефективності їх оновлення, так як, у випадку оцінки ефективності використання – оцінюються існуючі основні фонди, тобто ті, які вже введені до експлуатації, налагоджені та використовуються протягом як мінімум одного звітного періоду, у випадку оновлення – оцінюється ефективність і за прогнозними даними, і за даними, які отримано в результаті вже здійсненого оновлення. Така оцінка буде ефективною, якщо буде характеризувати економічну ефективність використання основних фондів в розділі цехів, переділів та інших структурних одиниць.

Показник рентабельності основних фондів мабуть єдиний із всіх існуючих (фондовіддача; фондомісткість тощо) відповідає класичному визначенню їх ефективного використання. Це показник, який характеризує величину прибутку (збитку), котрий одержується з одиниці вартості основних фондів, тобто рівень їх економічної віддачі. Зростання прибутку (чисельника показника рентабельності основних фондів) за рахунок оновлення основних фондів обґрунтовується в ринковій економіці на основі закону попиту та пропозиції, в результаті якого встановлюється певний рівень ціни. Так як при завданні ціни нижче тієї собівартості, котра формується з використанням сучасних основних фондів, питома вага яких най-

більша у світі на даний момент часу, буде відсутня пропозиція. Таким чином, оновлення основних фондів однозначно призводить до збільшення прибутку чи то через зниження собівартості продукції, чи то через підвищення обсягу виробництва.

Проблема визначення рентабельності основних фондів цехів, переділів та інших структурних одиниць багато-передільних виробництв, яка заключається у відсутності фактичного фінансового результату за ними (лише продукція останнього переділу реалізується у повному обсязі), вирішується розрахунком фінансового результату за структурними одиницями багато-передільних виробництв на основі ринкових цін.

Ми пропонуємо за допомогою індексного методу (характеру та темпів зміни факторів показника рентабельності основних фондів) визначати динаміку економічної ефективності використання основних фондів. Послідовність нормування відповідним чином визначається показником рентабельності основних фондів, який утворений співвідношенням абсолютних (вихідних) показників.

Отже, для співставності результатів змін прибутку з результатами змін вартості основних фондів пропонуємо розраховувати їх індивідуальні індекси. Тобто дані про кінцеві фінансові результати діяльності за період, який аналізується, пропонуємо співвідносити з результатами попереднього періоду ( $I_{\phi P}$ ). І так само розраховувати індекс основних фондів ( $I_{\phi O}$ ). Далі, на основі цих індексів розраховувати узагальнюючий індекс питомої ефективності використання основних фондів ( $IPE_{\phi O \phi P}$ ), співвідносячи між собою  $I_{\phi P}$  та  $I_{\phi O}$ .

Очевидно, що співвідношення індексу фінансових результатів та індексу основних фондів буде визначати ефективне та неефективне використання основних фондів підприємства (цеху, переділу).

Відхилення індексу від одиниці буде інформувати про те, в яку сторону змінюється ефективність використання основних фондів.

На наступному етапі аналізу ефективності використання основних фондів пропонується виділити наступні зони, що дають оцінку «якості» основних фондів за цехами з погляду їх ефективності.

Пропонуємо виділяти наступні три зони використання основних фондів:

1. «Червона зона» – зона критичного використання основних фондів (основні фонди приносять збитки).

2. Зона неефективного використання основних фондів ( $IPE \leq 1$ ).

3. Зона ефективного використання основних фондів ( $IPE > 1$ ).

Чим більше цехів потрапило в першу зону, тим критичніша ситуація по ефективності використання основних фондів підприємства взагалі. Тенденція до зменшення цехів у зоні 1 та 2 указує на оновлення застарілої техніки та технології.

Практична реалізація цього положення наведена в табл. 1. В якості бази для дослідження було обрано металургійне підприємство ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат ім. Дзержинського», за даними якого було досліджено ефективність використання основних фондів кожного цеху основного виробництва.

**Таблиця 1. Аналіз ефективності використання основних фондів  
ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат ім. Дзержинського»**

<b>Металургійний переділ</b>	<b>Індекс</b>	<b>2003 р.</b>	<b>2004 р.</b>	<b>2005 р.</b>	<b>2006 р.</b>	<b>2007 р.</b>	<b>2008 р.</b>	<b>2009 р.</b>	<b>2010 р.</b>
Аглофабрика	$I_{\Phi P}$	0,528	0,901	0,115	0,325	2,945	7,718	1,321	3,422
	$I_{OF}$	0,942	0,948	0,920	0,899	0,959	1,004	1,036	1,210
	$ШПЕ_{OFt}$	0,561	0,951	0,125	0,361	3,071	7,687	1,275	2,828
Доменний переділ	$I_{\Phi P}$	0,730	1,289	0,752	0,308	0,673	0,597	1,426	2,188
	$I_{OF}$	0,995	0,99	0,985	0,993	0,992	1	1,059	1,738
	$ШПЕ_{OFt}$	0,734	1,302	0,764	0,310	0,679	0,597	1,347	1,259
Киснево-конвертерний цех	$I_{\Phi P}$	0,213	5,483	1,896	2,253	1,007	1,845	1,141	1,594
	$I_{OF}$	0,923	0,954	0,922	0,971	0,922	1,037	1,057	1,022
	$ШПЕ_{OFt}$	0,231	5,747	2,057	2,320	1,092	1,779	1,079	1,560
Рейкобалковий цех	$I_{\Phi P}$	0,272	1,528	0,616	0,337	2,688	1,590	1,297	1,111
	$I_{OF}$	0,987	0,984	0,985	0,986	1,032	0,968	1,085	0,986
	$ШПЕ_{OFt}$	0,275	1,553	0,625	0,342	2,604	1,642	1,195	1,127
Ново-прокатний цех	$I_{\Phi P}$	1,107	1,065	3,072	0,9	1,417	1,625	0,832	1,973
	$I_{OF}$	0,980	0,980	0,981	0,979	0,996	0,980	1,032	0,980
	$ШПЕ_{OFt}$	1,129	1,087	3,135	0,919	1,422	1,658	0,807	2,014
Стан 250, 350, 500 та куле-прокатний	$I_{\Phi P}$	0,54	0,866	1,328	0,908	2,181	1,138	1,202	1,217
	$I_{OF}$	0,981	0,996	0,998	0,992	0,993	0,982	1,032	0,988
	$ШПЕ_{OFt}$	0,551	0,87	1,331	0,915	2,196	1,158	1,165	1,231

З табл. 1 видно, що в 2002–2003 рр. основні виробничі фонди аглофабрики, доменного, киснево-конвертерного та рейкобалкового цеху підприємства ПАТ «ДМКД» потрапляли в зону критичного використання – «червону зону», тобто приносили збитки. Це відбулося через використання застарілих фондів на цих переділах, матеріало-, енерго- та трудомісткість виробництва продукції за допомогою яких набагато перевищувала витрати цих ресурсів за сучасними технологіями, впровадженими на оновлених основних фондах. В цей період лише основні фонди ново-прокатного цеху та станів 250, 350, 500 і кулепрокатного були достатніми для виробництва конкурентоздатної продукції. Але на кінець 2008 року після проведених заходів з оновлення основних фондів за всіма переділами у «червоній зоні» все ще залишається доменний переділ, продукція якого є збитковою, а значить саме він знижує ефективність використання основних фондів всього підприємства. Така ситуація є слідством використання застарілої техніки та технології в доменному цеху і потребує вживання невідкладних заходів по оновленню з боку керівництва.

Якщо в 2003 році більшість цехів потрапляло в першу зону і ситуація по ефективності використання основних фондів підприємства взагалі була критичною, то тенденція до зменшення кількості цехів у зоні 1 та 2 указує на оновлення застарілої техніки та технології.



Таким чином, удосконалено методичний підхід до аналізу економічної ефективності використання як діючих, так і оновлених основних фондів, що, на відміну від існуючих, базується на визначенні індивідуальних індексів фінансових результатів та вартості основних фондів і узагальненого індексу питомої ефективності використання основних фондів, визначеного шляхом співвідношення індивідуальних індексів між собою, та проведення графічної інтерпретації отриманої інформації, що дозволяє визначати ефективне використання основних фондів цеху, підприємства в цілому, характеризувати умови досягнення цього стану та встановити можливість зсуву з зони ефективного використання основних фондів в зону неефективного.

**Дробот Є. О.**

*Чорноморський державний університет імені Петра Могили, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ**

Іпотечний ринок займає одне з найважливіших місць серед фінансових механізмів економічного стимулювання і стабільного розвитку економіки. За допомогою іпотечних фінансових інструментів здійснюється інвестування реального сектора економіки та збільшення його капіталу і внаслідок цього забезпечується стабільне зростання доходів у різних галузях економіки. Наявність власного житла вносить в життя людей елемент добробуту і стабільності, і дуже важливо, на думку соціологів, щоб житло з'являлося якомога раніше, а не після десятирічних очікувань. У цьому відношенні альтернативи іпотечного житлового кредитування просто не існує.

Придбання житла в кредит є поширеною практикою в багатьох країнах світу. Виплати за кредитом, відкладені на багато років, включаються в поточні витрати, що дає можливість ефективно планувати сімейний бюджет і спрямовувати частину коштів на інші довгострокові цілі: великі покупки, освіту дітей, подорожі.

**Метою статті** є аналіз окремих проблемних питань іпотечного кредитування в Україні та визначення шляхів їх подолання.

Теоретичним підґрунтям у дослідженні проблем іпотечного кредитування можуть слугувати надбання світової економічної науки. Окремі складові іпотеки, іпотечного ринку, їх проблеми та шляхи розвитку досліджували: Г. Асхауер, Г. Дуглас, Цж. Фрідман та Н. Ордуей. Актуальність даного питання привертає увагу і сучасних українських дослідників: Г. І. Андрєєва, О. Т. Євтуха, М. В. Калінчика, В. Д. Лагутіна, П. Т. Каблука, В. І. Савича та інших.

На сучасному етапі формування ринкових відносин в Україні все ширшого застосування набувають відносини, пов'язані з іпотечним кредитуванням. Із розвитком іпотечного кредитування пов'язується можливість суттєвих змін в економіці, в сучасному розвитку економічних відносин в Україні воно є одним з найбільш мобільних сегментів фінансового ринку.

Іпотечне кредитування – це сфера довгострокового вкладення капіталу і як будь-який механізм інвестування, розрахований на тривалий період часу. Іпотечне кредитування стикається в Україні з головною проблемою – відсутністю достатньої кількості фінансових ресурсів у населення і, як наслідок, в економіці і в банківській системі.

В Україні іпотечне кредитування почало активно розвиватися, починаючи з 2001 року, на що позитивно вплинула низка факторів загальноекономічного характеру (низькі темпи інфляції, збільшення доходів населення і вимушена переорієнтація комерційних банків з валютного ринку на кредитування фізичних та юридичних осіб та стабільність національної валюти). У 2003 р. набули чинності Закони України «Про іпотеку» і «Про іпотечне кредитування, операції з консолідованим іпотечним боргом та іпотечні сертифікати». У 2004 р. за рішенням Кабінету Міністрів України було створено Державну іпотечну установу (ДІУ), метою діяльності якої є: сприяння подальшому розвитку ринку іпотечного кредитування в Україні, зокрема шляхом рефінансування іпотечних кредиторів (банків і небанківських фінансових установ, які проводять діяльність з надання забезпечених іпотекою кредитів) та запровадження ефективних механізмів підвищення рівня їх ліквідності [1].

Процес формування іпотечної інфраструктури активізувався у 2006–2007 роках і призвів до необхідності виходу на якісно новий рівень розвитку. Але внаслідок світової кризи у 2008 році цей процес значно уповільнився.

Загальновідомо, що у 2009–2011 році український іпотечний ринок зазнав великих потрясінь:

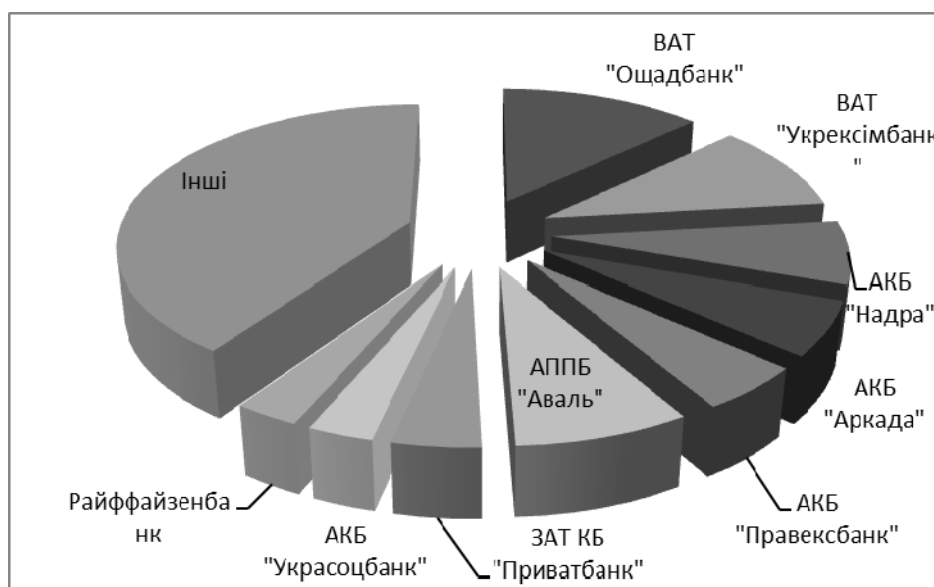
- повністю було згорнуто всі іпотечні програми;
- загострилися проблеми зі стабільними джерелами фінансування іпотечного кредитування;
- банки намагалися мінімізувати свої валютні ризики – спочатку з'явилися програми реструктуризації кредитів, які були направлені на зміну валюти з іноземної в національну. Потім було згорнуто майже все валютне кредитування, і ті кредити, що надаються банками зараз, надаються лише у гривні;
- падіння цін на нерухомість – це, в свою чергу призвело до того, що вартість застави перестала покривати вартість кредиту, що призводить до погіршення якості іпотечних портфелів банків [2].

На сьогоднішній день в системі іпотечного кредитування важливу роль відіграє ринок банківських послуг. Він становить таку систему економічних відносин, яка забезпечує реалізацію попиту клієнтів на різноманітні послуги, пропозицію цих послуг з боку банківських установ та безпосередньо формування ціни на них. Великі банки контролюють понад 2/3 іпотечного ринку, тобто концентрація всіх операцій відбувається у великих банках, які мають розгалужену філіальну сітку і міцні корпоративні зв'язки з будівельними організаціями. Нині банки фінансують операції іпотечного кредитування переважно за рахунок депозитів фізичних осіб, термін яких не перевищує трьох років, а іпотечні кредити надаються тільки від

трьох років. Крім того, конкуренція спонукає час від часу підвищувати депозитні процентні ставки. Усе це збільшує процентні ризики та зменшує ліквідність банку. Завищення вартості кредитів, що надаються, значною мірою зумовлюється:

- високою ціною залучених ресурсів;
- зростанням інфляції і зниженням ринкової вартості застави;
- несвоєчасним виконання кредитних зобов'язань;
- ризиками, пов'язаними із правовими і судовими складнощами при відчуженні житла – предмета застави.

За останні роки операції з іпотечного кредитування стали надавати провідні банки України, а саме: ВАТ «Ощадбанк» – 13% ринку, ВАТ «Укресімбанк» – 10%, АКБ «Надра» – 7%, АКБ «Аркада» – 6%, АКБ «Правексбанк» – 5%, АППБ «Аваль» – 8%, ЗАТ КБ «Приватбанк» – 4%, АКБ «Украсоцбанк» – 3%, Райффайзенбанк – 3%, що становить 60% від усього ринку, що зображено на рис. 1. Саме ці банки й мають найбільш розгалужену мережу філій та відділень на території України і саме між ними відбувається конкуренція на ринку іпотечного кредитування [3].



**Рис. 1 Структура установ на ринку іпотечного кредитування України**

Максимальні терміни кредитування залишаються в межах 15–20 років, а ставка за довготерміновими кредитами буде плаваючою, або на 1–2% вищою, ніж для іпотечних позик на 5–10 років. Кредити на 25 років будуть рідкістю, доступною лише позичальникам із бездоганною платоспроможністю.

Пріоритетним для банкірів у 2011 р. залишався вторинний ринок. Кредити на первинне житло впродовж цього року видавалися лише у межах спеціальних програм і під складні умови (наприклад, із первинним внеском до 50–70%). Особливість кредитів на нерухомість на первинному ринку полягає в тому, що:

- нині їх видають лише близько 20 банків в Україні;
- низькі ставки – від 14–15% можливі лише за умов партнерських програм банків і забудовників;
- обмежений вибір об'єктів нерухомості;

- кредитування тільки тих будинків, які добудовані не менше ніж на 80–90%;
- вимога додаткової поруки, якщо позичальник сам вибирає об'єкт нерухомості.

Також виділяють основні проблеми, які стримують зростання іпотечного ринку в Україні та забезпечення населення доступним житлом є:

- відсутність гарантійних фондів іпотечного страхування;
- неспроможність банківської системи працювати за міжнародними схемами реінвестування;
- недовіра населення до українських банків та побоювання щодо втрати свого житла у разі банкрутства банка-кредитора;
- нездатністю багатьох банків позичати кошти на міжнародних ринках капіталу через їх неповну відповідність вимогам міжнародного законодавства;
- відсутністю розуміння населенням процесів іпотечного фінансування;
- наявністю інших, більш прибуткових напрямків діяльності;
- відсутність принципів засад, що повинні визначати правове регулювання іпотеки;
- наявність на ринку іпотечного кредитування універсальних банків, коли в багатьох розвинених країнах, зокрема в Німеччині, працюють спеціалізовані будівельні (житлові) ощадні каси [4].

Отже, у сучасних умовах розвиток іпотечного кредитування стає в Україні надзвичайно важливим і перетворюється в актуальний напрямок кредитно-банківської реформи. Іпотечний кредит є важливим самостійним інститутом ринкової економіки; одночасно він сприяє виникненню і розвитку інших складових ринкової інфраструктури. Для ефективного розвитку системи іпотечного кредитування важливе значення має правове, нормативне та інформаційне забезпечення, яке впливає на всі складові елементи системи іпотечного кредитування. Необхідним чинником є наявність законодавства, яке на комплексній основі забезпечило б створення належної правової бази для розвитку іпотечних відносин.

Підсумовуючи вище викладене, можна зробити висновки про необхідність:

- удосконалення чинної законодавчої бази щодо оціночної діяльності нерухомості при банківському іпотечному кредитуванні, по-перше, необхідно прийняти відповідні нормативно-правові акти, що регулюють роботу інститутів-організацій, по-друге, необхідно виробити стандарти видачі і обслуговування іпотечних кредитів, обов'язкові для кредиторів по всій Україні;
- створення умов для залучення ресурсів у сферу іпотечного кредитування, створення фінансових інструментів або механізмів, які б забезпечували кредиторам можливість отримання ресурсів у необхідних обсягах і за відносною ринковою вартістю,
- активна та стабільна участь держави у процесах, що відбуваються на іпотечному ринку;
- необхідно поступово змінювати ставлення більшості населення до інституту іпотеки, проводити широку роз'яснювальну роботу, популяризувати іпотеку;

- створення нових інститутів. Якщо говорити про нові інститути – організації, потреба в яких в Україні вже назріла, то в першу чергу необхідно приділити увагу формуванню спеціалізованих іпотечних банків [2].

**Висновки.** Перспективи розвитку іпотеки в Україні значно залежать від економічного зростання, стабільності цін, удосконалення фінансово-кредитної системи та ринку нерухомості. Іпотечне кредитування – це надійний і вивірений спосіб залучення приватних інвестицій вітчизняних інвесторів. Лише надійні гарантії, зокрема застава нерухомості та емісія на її основі іпотечних цінних паперів, дозволять мобілізувати в значних масштабах заощадження населення і спрямовувати їх на інвестування перспективних секторів економіки.

### **Список використаних джерел:**

1. Лютий І. О. Іпотека: сучасні концепції, тенденції суперечності розвитку: монографія / І. О. Лютий, В. І. Савич, О. М. Калівошко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 548 с.
2. Чиж Н. М. Проблеми та перспективи іпотечного кредитування в Україні [Електронний ресурс] / Н. М. Чиж // «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – 2010. – №7(25). – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/en\\_oif/2010\\_7\\_5/40.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2010_7_5/40.pdf)
3. Інформаційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prostobank.ua>
4. Юхто М. Т. Ринок іпотечних кредитів в Україні: перспективи розвитку [Електронний ресурс] / М. Т. Юхто, І. О. Святокум // Збірник наукових праць Національного університету державної політичної служби України. – 2010. – № 2. – С. 249–250. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/znpnudps/2010\\_2/pdf/10ymtpod.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/znpnudps/2010_2/pdf/10ymtpod.pdf)

**Ільченко В. О.**

*ДВНЗ «Криворізький національний університет», Україна*

### **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГІРНИЧО-МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Гірниче машинобудування в Україні має статус провідної галузі обробної промисловості. Особливо варто відмітити взаємозв'язок машинобудівних підприємств із підприємствами гірничо-металургійного комплексу (ГМК), оскільки вони разом наповнюють державний бюджет більше, ніж на 50%. Для сталого розвитку підприємству необхідно постійно підтримувати на високому рівні конкурентоспроможність своєї продукції, а також прагнути до її підвищення. Вагомою складовою в успішному розв'язанні цих задач є залучення до процесу діяльності різних форм інновацій. До того ж, аналіз статистичних даних показує, що машинобудівні підприємства ГМК відносяться до інноваційно-активних підприємств. Однак практика останніх 10–15 років свідчить про те, що повномасштабно реалізувати інноваційний напрямок підвищення ефективності гірничого машинобудування не вдається.

Проблемами інноваційного розвитку та формування інноваційного потенціалу підприємств займалися такі науковці, як Н. В. Краснокутська, Л. Е. Мінделі, М. А. Йохна, В. В. Стадник, Б. В. Гриньов, С. Д. Ільєнкова, Б. Санто, Р. А. Фат-

хутдінов, А. М. Турило та ін. В своїх роботах вони наводять різні наукові думки щодо визначення та управління інноваційним потенціалом, але залишається відкритим питання комплексного підходу до здійснення інноваційної діяльності підприємств. Також фрагментарним та недостатнім є дослідження питань з управління наявними ресурсами при одночасному виробництві базової та нової продукції. Теоретичного обґрунтування вимагають рішення стосовно коригування виробничої програми у зв'язку з випуском інноваційних виробів за умов оптимального розподілу наявних виробничих ресурсів, а за необхідності – придбання додаткових. Такі положення обумовили актуальність теми та визначили напрями досліджень.

Для успішного впровадження нововведень необхідний достатній рівень ресурсного забезпечення виробничої діяльності, який дозволить підтримувати і розвивати інноваційний потенціал на підприємстві. Рішення даного питання ускладнюється необхідністю одночасного управління виробництвом продукції з різними стадіями життєвого циклу. Випуск інноваційної продукції потребує відволікання матеріальних, трудових та фінансових ресурсів від виконання завдань основної виробничої програми, придбання і засвоєння новітньої техніки та технологій. Використання «неповоротких» систем підтримки управлінських рішень при цьому призводить до значних економічних втрат від неефективного використання наявних виробничих ресурсів.

Таким чином, за умов ситуації, що склалася в гірничому машинобудуванні, виникла гостра необхідність створення організаційно-економічного механізму управління інноваційно-активними підприємствами в умовах одночасного виробництва продукції з різними етапами життєвого циклу.

Інноваційний процес відносно конкретного підприємства знаходить власне відображення у виробничій програмі. Розробка виробничої програми є багатоваріантною задачею. Варіанти відрізняються один від одного номенклатурою та асортиментом продукції, співвідношенням обсягів виробництва серійної та нової продукції, можливістю зміни виробничих потужностей, потребою у матеріальних, трудових, енергетичних ресурсах та інше.

Загально відомо, що освоєння нової продукції знижує ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства. Однак цей вплив на різних підприємствах проявляється по різному. Для визначення впливу питомої ваги нової продукції на техніко-економічні показники діяльності підприємства були проведені дослідження результатів роботи гірничо-машинобудівних підприємств за останні роки.

Таким чином, за умов ситуації, що склалася в гірничому машинобудуванні, виникла гостра необхідність створення організаційно-економічного механізму управління інноваційно-активними підприємствами в умовах одночасного виробництва продукції з різними етапами життєвого циклу. На основі дослідження щодо впливу процесів освоєння нової продукції на ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства було висунуто гіпотезу про можливість забезпечен-

ня більш ритмічної роботи машинобудівних підприємств у період освоєння нової продукції за рахунок використання спеціальних методів прогнозування їхньої роботи та за допомогою впровадження розробленого організаційно-економічного механізму управління інноваційно-активним підприємством, у якому враховуються можливості наявних виробничих ресурсів для одночасного виробництва базової та інноваційної продукції.

У розробленому організаційно-економічному механізмі представлено декілька етапів обґрунтування випуску нового виробу. Найголовнішими з них являються вибір критеріїв визначення оптимального варіанту виробничої програми та формування сценаріїв випуску нової продукції. Критерій оптимальності повинен бути інтегральним, оскільки потрібно комплексно аналізувати інформацію для досягнення найліпшого сценарію. Враховуючи дані вимоги побудови критерію, пропонується алгоритм його формування визначати за формулою розрахунку узагальненого критерію адитивного типу. Його доцільно використовувати для аналізу та оптимізації результатів прогнозування при умові застосування разом з нейронними мережами, враховуючи їх переваги перед іншими математичними методами, а також можливість отримання декількох результатів одночасно. У зв'язку з цим пропонується застосовувати нейромережеві технології як інструменти для побудови економіко-математичної моделі оптимізації та прогнозування варіанту сценарію запуску у виробництво нової продукції.

Використання методики на базі даної моделі дасть можливість керівництву підприємства самостійно визначатись із критерієм оцінки та отримувати інформацію відносно оптимального варіанту запуску у виробництво нової продукції та загального стану виробничої програми.

**Ипполитова А. А.**

*Саратовский государственный технический университет  
имени Гагарина Ю. А., Российская Федерация*

## **ИННОВАЦИЯ, ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ – ОСНОВА ПЕРЕХОДА К ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ В РФ**

*«Великая волна инноваций, которая прокатилась из таких отраслей как электроника, разработка программного обеспечения, телекоммуникации, химия и биология, затронула все отрасли во всех местах планеты. Раньше существовало правило: «Не осуществляй инновации до тех пор, пока не будешь вынужден это сделать». Правило сегодняшнего дня – «Инновации или гибель!»*

Целью государственной политики в области развития инновационной системы является формирование экономических условий для вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции в интересах реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации:

- 1) повышение качества жизни населения;
- 2) достижение экономического роста;
- 3) развитие фундаментальной науки, образования, культуры;
- 4) обеспечение обороны и безопасности страны путем объединения усилий государства и предпринимательского сектора экономики на основе взаимовыгодного партнерства.

Вопрос «инноваций и модернизации» был поставлен в России на высшем уровне, однако контролировать его невозможно одному человеку, стратегия инновационного развития должна реализовываться всеми экономическими субъектами, особенно начиная с нижних уровней.

Построение инновационной экономики России, предполагает создание благоприятных условий для превращения научно-технического потенциала в рыночный товар. Подобный стратегический ресурс позволит России достичь устойчивого экономического роста. Однако инновационный процесс создания конкурентоспособных ОИС имеет ряд подводных камней. Одним из важнейших элементов инновационного процесса является коммерциализация, которая неразрывно связана с интеллектуальной собственностью.

Под коммерциализацией интеллектуальной собственности понимается реализация результатов научно-технической деятельности, закрепленных в виде объектов интеллектуальной собственности, с целью получения прибыли.

Объекты интеллектуальной собственности выступают в роли элемента экономических активов и индикатора достижений научно-технической деятельности.

Без рациональной стратегии в области ИС невозможно полное и эффективное использование интеллектуального потенциала – важнейшего ресурса развития современной экономики России. Не стоит забывать, что ОИС становятся ресурсом инновационного развития экономики, только в том случае, когда происходит их воплощение в конкурентоспособный продукт.

Экономическая полезность знаний заключается в эффективности инновационной деятельности. Научная деятельность выступает основным источником инноваций и ключевым фактором инновационного роста. Но не стоит забывать тот факт, что наука только создает знания, а для инновационного развития требуются определенные предпосылки. Необходимо создавать условия для продвижения инновационных продуктов и услуг как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Для решения такого уровня задачи страны создают национальную инновационную систему (далее НИС), которая включает институты, а также взаимодействие между ними, способную влиять на скорость и направление инновационного развития.

Использование инноваций в экономике требует от организаций вовлечение в хозяйственный оборот результатов научной и научно-технической деятельности, непосредственно управляя интеллектуальной собственностью.

Результаты интеллектуальной деятельности становятся объектами правоотношений в том случае, если они облакаются в какую-либо объективную форму, кото-



рая обеспечивает их восприятие другими людьми. Фиксация объекта ИС повышает его жизнеспособность и вероятность использования в будущем, при благоприятных условиях.

Инновационная деятельность – деятельность, имеющая основной целью реализацию в общественной практике инноваций, полученных в результате научной (научно-исследовательской) и научно-технической деятельности, путем их практического освоения и включающая в себя как деятельность непосредственно по освоению инноваций, так и содействие этой деятельности.

Объекты ИС позволяют органично встраивать интеллектуальную и инновационную деятельность в мировую экономическую систему, адаптировать интеллектуально продукт к реалиям рынка, таким образом, обеспечивая баланс между интересами общества и создателем интеллектуального продукта. Фактически любой товар или услуга, производимые в странах-лидерах мировой экономики, в своей цене и потребительских свойствах содержат составляющую, которая приходится на ИС. Данное утверждение подтверждается тем, что ИС в инновационной экономике входит в число основополагающих информационных носителей НИС. Законодательно закреплённые общенациональные комплексы охраны прав ИС выступают в качестве важнейшего системообразующего каркаса НИС.

Объектов ИС и связанные с ними отношения существенно обогащают инновационные взаимодействия и насыщают инновационную сферу новыми узлами концентрации инновационного потенциала.

В результате формируются относительно обособленные рынки интеллектуального продукта, характеризующиеся собственными закономерностями формирования и развития.

Инновационные процессы в экономике переплетены с функционированием института ИС. Значительная часть инноваций – практическое воплощение прав на ИС, созданных и приобретённых хозяйствующим субъектом. Большинство инновации базируются на охраноспособных ОИС. Россия имеет ряд преимуществ:

- высокий научный потенциал;
- развитой индустриальной базой в ряде отраслей промышленности;
- конкурентоспособность высоких технологий (ядерная отрасль, энергетика, космос, технологии сверхпроводимости и др.)

Без рациональной стратегии в области ИС невозможно полное и эффективное использование интеллектуального потенциала – важнейшего ресурса развития современной экономики России. Не стоит забывать, что ОИС становятся ресурсом инновационного развития экономики, только в том случае, когда происходит их воплощение в конкурентоспособный продукт.

**К. э. н. Козлова Е. В.**

*Филиал Российского государственного социального университета  
в г. Каменске-Шахтинском*

## **ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОПТИМИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Предприятиям хлебопекарной промышленности целесообразно оптимизировать маркетинговую политику в контексте товарной, распределительной, ценовой, коммуникативной политики для реализации стратегий развития продукта, дифференциации, с целью привлечения как можно большего числа покупателей.

Стратегия развития продукта предполагает разработку, производство и сбыт новых продуктов на освоенных рынках. Дифференциация может принимать различные формы: имидж марки; признанное технологическое совершенство; внешний вид. Стратегии дифференциации обычно требуют значительных инвестиций в операционный маркетинг и, особенно в рекламу с целью извещения рынка о заявляемых отличительных особенностях товара.

В рамках реализации стратегии дифференциации для предприятий хлебопекарной промышленности целесообразно освоение технологии производства замороженного хлеба.

Подобное производство является крайне выгодным как для магазинов, так и для заведений сектора HoReCa (гостиниц, ресторанов, кафе) по причине безотходности. Длительное хранение (хлеб хранится в морозильной камере до 18 месяцев), простое использование и широкий ассортимент, а также полная независимость от чужих пекарен делают этот продукт конкурентоспособным.

Хлеб становится особенно привлекательным для потребителя, если он продается свежим, ароматным и с хрустящей корочкой. Разница в производстве обычного и замороженного хлеба состоит из издержек на заморозку и хранение продукции (от 15 до 30%). Но с другой стороны, снижаются издержки на возвраты непроданной продукции от контрагентов, логистику и пр.

Существует два основных способа заморозки хлеба. Все процессы по обработке теста (замес, брожение, резка, фасовка) практически идентичны для всех вариантов. Затем начинаются отличия.

По мнению экспертов рынка, потребление замороженных полуфабрикатов продолжает расти. Это связано с ростом доходов населения и повышением ритма жизни. Потребители постепенно приходят к убеждению, что замороженные продукты – это удобно. Наценка на замороженный хлеб выше, чем на обычный, так как регулируется рынком, а средний класс уже готов платить за хлеб отличного качества. Поэтому нет необходимости экономить на сырье, как делают хлебозаводы с обычным хлебом.

Производители замороженного хлеба, как в России, так и за рубежом традиционно делят рынок на три ценовых сегмента: «премиум», «миддл» и «лоу». На

сегодняшний день, на долю российских предпринимателей приходится порядка 70% всего объема реализуемой в стране замороженной хлебной продукции. Как отмечают аналитики, самая сильная концентрация отечественной продукции отмечается в низком ценовом сегменте – порядка 90%. В «премиальном» классе, напротив, превалирует импортная продукция. Это связано с общим мнением, что отечественная продукция все еще не соответствует уровню импортной. В сущности, у ресторана, кафе или отеля есть три варианта работы: покупка свежего хлеба на хлебозаводах или использование его от частных или собственных пекарен или покупка замороженного хлеба.

Первый вариант – покупка на хлебозаводе – является наиболее распространенным. Срок хранения хлебобулочных изделий составляет 1–3 дня, такой хлеб быстро черствеет, плесневеет и т.д. Кроме того, ресторанное меню изначально требует более интересного выбора, заводской ассортимент этого обеспечить не может. Второй вариант – покупка хлеба в пекарнях при ресторанах или пекарнях, специализирующихся на выпечке для HoReCa. В этом случае ресторан получает гарантированное качество продукции, однако иногда возникают проблемы с ежедневной поставкой и четким планированием необходимого объема.

Третий вариант – замороженный хлеб. Сегодня уже многие начинают осознавать, что не обязательно иметь собственную пекарню полного цикла для кафе, ресторана или супермаркета. Выгоднее покупать замороженную хлебобулочную продукцию и допекать ее в течение нескольких минут. Замороженный хлеб стал массовым продуктом для ресторанов относительно недавно. Еще 2–3 года назад его использовали лишь несколько ресторанов, а многие шеф-повара даже не знали о его существовании. Но за последние пару лет презентации, тренинги и иные рекламные акции, проводимые поставщиками, дали определенный результат: сегодня этот продукт покупают по разным данным от 20% до 40% московских ресторанов.

Прогнозы по развитию рынка частично выпеченных замороженных хлебобулочных изделий и выпечки самые оптимистические, темпы роста скоро смогут достичь до 25–30% в год. Переход крупных производителей (хлебозаводов) на новые технологии и производство замороженного хлеба для массового сегмента, по мнению участников рынка, помогли бы России приблизиться к западной ситуации. При условии появления и развития сбытовых сетей с новыми технологиями в ближайшие 3–5 лет рынок замороженного хлеба сможет еще больше ускориться и достичь ежегодного роста в 50%.

Таким образом, предприятиям хлебопекарной промышленности целесообразно оптимизировать маркетинговую политику в контексте товарной, распределительной, ценовой, коммуникативной политики для реализации стратегий развития продукта, дифференциации, с целью привлечения как можно большего числа покупателей. В рамках реализации стратегии дифференциации для предприятий хлебопекарной промышленности целесообразно освоение технологии производства замороженного хлеба.

**К. е. н. Комліченко О. О., Ротань Н. В.**

*Одеський національний політехнічний університет, Україна*

## **АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ**

В умовах інноваційної економіки інтелектуальний капітал стає основою багатства. Саме він є ключовим ресурсом розвитку економічних суб'єктів в умовах ринкової економіки. Тому актуальною проблемою є з'ясування сутності інтелектуального капіталу для підвищення ефективності управління ним.

Зі зростанням ролі інтелектуальної діяльності особливої значущості набули питання вивчення підходів до визначення сутності інтелектуального капіталу. Основою для розгляду сутності інтелектуального капіталу є дослідження таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Д. Белла, Дж. К. Гелбрейта, Л. Едвінсона, Х. Макдональда, М. Мелоуна, Т. Стюарта, О. Б. Бутнік-Сіверського, А. Гапоненка, В. Л. Іноземцева, Б. Б. Леонтьєва, Н. С. Маркової, О. О. Стрижак, А. Чухна. Разом з тим відсутній єдиний та цілісний підхід до визначення сутності інтелектуального капіталу.

**Метою дослідження** є аналіз та систематизація існуючих підходів до визначення поняття «інтелектуальний капітал»; з'ясування сутності інтелектуального капіталу.

Сьогодні загальноновизнано, що основою інноваційного розвитку підприємства і зростання його ринкової вартості є інтелектуальний потенціал висококваліфікованих працівників. Використовуваний в процесі виробництва інтелектуальний потенціал працівників активно бере участь в створенні інноваційного продукту з новими споживчими властивостями і підвищеною доданою вартістю, формує нематеріальні активи підприємства. Ефективно використаний в економічній діяльності інтелектуальний потенціал, створює інтелектуальний капітал. Капітал – це чинник виробництва у вигляді вартості, здатної приносити прибуток або збиток. Необхідною умовою виникнення і розвитку ринкових відносин є нагромадження капіталу.

Термін «інтелектуальний капітал» вперше використав у 1969 р. відомий американський дослідник Дж. Гелбрейт, який відзначав: «Долар, вкладений в інтелект людини, часто приносить більший приріст національного доходу, чим долар, вкладений в залізницю, греблі, машини і інші капітальні блага. Освіта стає високопродуктивною формою капітальних вкладень» [2]. У 1990-х роках завдяки роботам Т. Стюарта – одного з фундаторів концепції інтелектуального капіталу – цей термін набув поширення. Однак новизна та складність цієї проблеми зумовили неоднозначність та суперечливість наявних підходів до визначення сутності інтелектуального капіталу.

Аналіз результатів наукових досліджень дозволив В. Іноземцеву виділити наступні підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу [5]. Ними є: структурний, функціональний та термінологічний.

1. Структурний. Згідно з ним зміст інтелектуального капіталу визначається через його структуру, як сукупність капіталів. На думку Л. Едвінсона і М. Меллуна інтелектуальний капітал – особливе поєднання людського (реальні та потенційні інтелектуальні здібності, а також відповідні практичні навички працівників компанії) та структурного капіталу (його складові задають такі специфічні фактори, як: зв'язки зі споживачами, бізнес – процеси, зв'язки зі споживачами, бази даних, бренди, ІТ-системи ). Виходячи з цього, інтелектуальний капітал визначається через його структуру, що зумовлено наявністю людських знань, досвіду, навиків та організаційних факторів, і при їх комплексній взаємодії зростає цінність та вартість підприємства на ринку. На думку російського науковця О. Л. Гапоненка інтелектуальний капітал – це поєднання людського, організаційного та споживчого капіталів [5].

2. Функціональний. За цим підходом сутність інтелектуального капіталу визначають через аналіз його призначення та ролі, яку він відіграє у процесі суспільного відтворення. Інтелектуальний капітал – це ресурс, який характеризує знання, інтелектуальний потенціал підприємства та є один з нових критеріїв визначення конкурентоспроможності підприємства. На думку Сарай Н. І., інтелектуальний капітал – це сукупність інтелектуальних ресурсів людей, підприємств та організацій (знання, уміння і творчі обдарування індивідів, їхній освітньо-кваліфікаційний рівень, об'єкти інтелектуальної власності, машинні інтелектуальні засоби, організаційні структури), які є результатом попередньої творчої діяльності людини і використовуються суб'єктами підприємництва для виконання поставлених цілей [3]. Шульга Ж. визначає, що інтелектуальний капітал – це сукупність усіх матеріальних і нематеріальних активів, які надають його власнику значних переваг у будь-якій сфері діяльності [4].

3. Термінологічний. Характерним для цього підходу є використання інтелектуального капіталу лише як терміну для позначення нематеріальних активів, без яких підприємство не може існувати. Так науковець Л. І. Федулова визначає, що інтелектуальний капітал – це збірне поняття для позначення виключно нематеріальних цінностей.

Махомет Ю. В. виділяє інші підходи до трактування поняття «інтелектуальний капітал». Це наступні:

1. Сукупність цінностей. У цьому підході автор поєднує науковців, що трактують дану категорію як сукупність цінностей (знання, навички, досвід, які є невід'ємні від їх носія – живої людської особи). Інтелектуальний капітал на думку В. Іноземцева – це інформація і знання, які відіграють роль «колективного мозку», що акумулює знання працівників, інтелектуальну власність, нагромаджений досвід, організаційну структуру, інформаційні мережі, імідж підприємства.

2. Процес. В межах цього підходу науковці трактують сутність «інтелектуального капіталу», як процес перетворення знань і нематеріальних активів у ресурси, які приносять додаткову вартість. Так, А. Василик, стверджує, що інтелектуальний капітал – це авансована інтелектуальна вартість, що в процесі свого обігу та кругообігу приносить додаткову вартість [1].

3. Результат. Представники цього підходу розглядають дану категорію як результат. При визначенні інтелектуального капіталу А. Василик акцентує увагу на тому, що це знання, інформація, що формуються, використовуються та примножуються в діяльності підприємства і приносять позитивний економічний та соціальний ефект; це нематеріальні активи, що становлять основу функціонування сучасного підприємства в новій економіці [1]. Таким чином, сутність інтелектуального капіталу як результату полягає у його здатності до приросту та забезпечення конкурентних переваг підприємства.

Аналіз сучасних досліджень інноваційної економіки дозволив запропонувати наступні підходи до визначення сутності інтелектуального капіталу:

1. Ресурсний. За цим підходом трактування даної категорії визначається як сукупність ресурсів. На думку Б. Леонтьєва, інтелектуальний капітал – це наявні інтелектуальні активи, включаючи інтелектуальну власність, природні та надбані розумові здібності й навички, а також нагромаджені бази знань і корисні відносини з іншими суб'єктами; тобто йдеться про бренди, клієнтуру, фірмове найменування, канали збуту, ліцензійні та інші угоди тощо. В. Іноземцев вважає, що інтелектуальний капітал – це інформація і знання, які відіграють роль «колективного мозку», що акумулює знання працівників, інтелектуальну власність, нагромаджений досвід, організаційну структуру, інформаційні мережі, імідж підприємства. За визначенням Ю. В. Гавви, інтелектуальний капітал – це особистий ресурс, інтелектуальний матеріал, що формалізується, обробляється й використовується для збільшення вартості активів компанії.

2. Функціонально-процесний. С. Алберт вважає інтелектуальний капітал процесом перетворення знань і нематеріальних активів у ресурси, які дають конкурентні переваги окремим особам, фірмам, державам. Це знання, яке можна конвертувати у вартість, перетворити на прибуток та оцінити – так визначає інтелектуальний капітал Л. Едвінсон [5].

3. Результатний (доходний). Згідно з ним сутність інтелектуального капіталу полягає у здатності приносити підприємству додатковий доход та створювати конкурентні переваги високого порядку. Е. Брукінг вважає інтелектуальний капітал підґрунтям існування та конкурентних переваг підприємства. А. Василик стверджує, що інтелектуальний капітал приносять позитивний економічний та соціальний ефект [1].

Аналізуючи трактування категорії «інтелектуальний капітал» слід констатувати відсутність уніфікації у визначенні цього важливого для будь-якої підприємства поняття. Цьому є пояснення, оскільки автори формулювань підходять до визначення цього поняття з різних позицій і ставлять перед собою різні цілі. Поняття, пов'язані з категорією інтелектуального капіталу, все ще потребують точнішого і адекватнішого визначення.

На нашу думку, інтелектуальний капітал – це інтелектуальний ресурс підприємства (знання, досвід, можливості), який за умови ефективного використання конвертується у додаткову вартість та забезпечує конкурентоспроможність суб'єкта господарювання.

**Висновки.** У світовій економіці ХХІ ст. інтелектуальний капітал набуває особливої ваги, оскільки він є ключовим ресурсом розвитку як економічної системи в цілому, так і окремого підприємства. Інтелектуальний капітал важко піддається визначенню, та трактується неоднозначно. Внаслідок цього в науковій літературі існують різні уявлення щодо його сутності. У подальших дослідженнях важливим є систематизація підходів до визначення сутності інтелектуального капіталу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Василик А. Система чинників формування та розвитку інтелектуального капіталу в Україні / А. Василик // Україна: аспекти праці, 2006. – № 6. – С. 39–43.
2. Гапоненко А. Л. Экономика, основанная на знаниях: учеб. пособ. / А. Л. Гапоненко. – М.: Щербинская типография, 2006.
3. Махомет Ю. В. Сутнісна характеристика та структура інтелектуального капіталу підприємства / Ю. В. Махомет // Економічний простір: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. – № 25. – С. 221–229.
4. Шульга Ж. О. Інтелектуальний капітал як об'єктивна економічна категорія [Електронний ресурс] / Ж. О. Шульга // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. – № 2 (10) – С. 106–111. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vbumb/2010\\_2/19.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb/2010_2/19.pdf)
5. Эдвинссон Л. Интеллектуальный капитал. Определение истинной стоимости компании / Л. Эдвинссон, М. Мэлоун; под ред. В. Л. Иноземцева. – М.: Academia, 1999. – 434 с.

**К. э. н. Ксенда В. М.**

*Волгоградский государственный университет, Российская Федерация*

#### **НАЛОГИ КАК ИСТОЧНИК ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКИХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Последние годы перед Российской Федерацией стоит задача инновационного преобразования экономики. Внедрение инноваций требует значительных финансовых затрат, и это является существенным препятствием для организации при принятии решения о внедрении новых технологий и модернизации производства. Более того, зачастую оно служит сдерживающим фактором технологического развития. Таким образом, нужно создавать стимулы к ведению и развитию инновационной деятельности, которое невозможно без государственного вмешательства.

Государственная инновационная политика, направленная на развитие и стимулирование инновационной деятельности, может реализовываться двумя способами: посредством прямого финансирования инновационных программ и проектов, либо через использование экономических инструментов поощрения деятельности инновационных предприятий. Эффективность применения первого способа зависит от правильности выбора проекта для вложения бюджетных средств. Более действенным и всеохватывающим является второй способ, который базируется в первую очередь на использовании регулирующей функции налогов [1]. Так, за счет предоставления налоговых преференций инновационные предприятия полу-

чают дополнительные возможности самофинансирования, что позволяет компенсировать финансовые потери и побуждает хозяйствующих субъектов направлять освобождающиеся средства в определенные инвестиционные проекты и секторы экономики. Такая трактовка налогового стимулирования, суть которого сводится именно к инвестированию высвобожденных средств на развитие инноваций, отвечает требованиям одного из основных институциональных подходов к формированию налоговой политики – инвестиционному, характерному для динамично развивающихся стран современного мира. Данный подход ориентируется на потребности развития как государственного, так и частного капитала, а налогообложение рассматривается как фактор расширенного воспроизводства.

В настоящее время законодательством о налогах и сборах определены следующие налоговые преференции для организаций, осуществляющих инновационную деятельность:

1. Освобождение от НДС реализации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

В соответствии с пп. 16 и 16.1 п. 3 ст. 149 НК РФ [2] в части налогообложения НДС операций налогоплательщиков, осуществляющих инновационную деятельность, предусмотрена следующая льгота – освобождение от НДС операций по выполнению организациями на территории РФ НИОКР, относящихся к созданию новых или усовершенствованию существующих видов продукции и технологий, если в состав НИОКР включаются следующие виды деятельности:

- разработка конструкции инженерного объекта или технической системы;
- разработка новых технологий; создание опытных образцов машин, оборудования, материалов, не предназначенных для реализации третьим лицам;
- осуществляемых учреждениями образования и научными организациями на основе хозяйственных договоров;
- осуществляемых за счет средств бюджетов и указанных в НК РФ специальных фондов.

2. Освобождение от НДС передачи исключительных прав и прав на основе лицензионного договора.

Не подлежит обложению НДС реализация исключительных прав независимо от ее способа [3] на основании договора на отчуждение исключительного права [4] на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для электронно-вычислительных машин, базы данных, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), а также прав на использование указанных результатов интеллектуальной деятельности на основании лицензионного договора (пп. 26 п. 2 ст. 149 НК РФ) [2].

3. Освобождение от налога на прибыль организаций средств целевого финансирования.

В соответствии с пп. 14 п. ст. 251 НК РФ [2] в целях налогообложения прибыли не учитываются как доходы средства целевого финансирования, полученные из фондов поддержки научной или научно-технической деятельности: Российский фонд фундаментальных исследований; Российский фонд технологического разви-



тия; Федеральный фонд производственных инноваций; другие фонды поддержки научной и (или) научно-технической деятельности, зарегистрированные в порядке, предусмотренном законодательством.

4. Пониженная ставка налога на прибыль организаций резидентов технико-внедренческих особых экономических зон (ТВОЭЗ).

В отношении прибыли от технико-внедренческой деятельности, осуществляемой на территории ТВОЭЗ ее резидентом, может устанавливаться пониженная ставка налога на прибыль в размере 13,5% (при стандартной величине – 18% (п.1 ст. 284 НК РФ) в части налога, подлежащего зачислению в бюджеты субъектов Российской Федерации [2]. Пониженная ставка устанавливается в отношении деятельности, осуществляемой на территории ОЭЗ, при условии раздельного учета доходов и расходов по деятельности, осуществленной на территории ОЭЗ и за ее пределами.

5. Признание части отчислений расходами на НИОКР.

Отчисления размером до 1,5% дохода (валовой выручки) налогоплательщика могут признаваться как расходы на НИОКР, если они идут на формирование Российского фонда технологического развития (п. 3 ст. 262 НК РФ), а также иных отраслевых и межотраслевых фондов финансирования НИОКР, зарегистрированных в порядке, предусмотренном законодательством [2].

6. Применение повышающих коэффициентов амортизации основных средств.

В отношении имущества, используемого организациями в своей научной деятельности, возможно применение повышающих коэффициентов амортизации, что позволяет высвободить денежные средства на пополнение основных фондов в более короткий период. Учитывая специфику отрасли, особенно высокую скорость старения инновационных идей, данная мера является весьма востребованной предприятиями, желающими оставаться конкурентоспособными в области проводимых исследований и вынужденными для этого прибегать к частой смене оборудования. На данный момент согласно законодательству в целях амортизации основных средств, используемых исключительно для осуществления научно-технической деятельности, организации вправе применять к основной норме амортизации специальный коэффициент не выше 3 (пп. 2 п. 2 ст. 259.3 НК РФ) [2]. Помимо этого, позитивное воздействие на процесс обновления основных фондов оказывает также норма, разрешающая организациям одновременно списывать до 10% (в отношении основных средств, относящихся к 3-ей – 7-ой амортизационным группа, – до 30%) первоначальной стоимости объекта основного средства при вводе оборудования в эксплуатацию (п. 9 ст. 258 НК РФ) [2].

7. Применение повышающего коэффициента для расходов по НИОКР.

Организации, несущие расходы по НИОКР, входящие в состав утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.12.2008 г. № 988 Перечня, вправе применять повышающий коэффициент и учитывать в расходах на определенные виды НИОКР (в том числе не давшие положительного результата) затраты, в 1,5 раза превышающие сумму фактически осуществленных расходов (п. ст. 262 НК РФ) [2].

## 8. Предоставление инвестиционного налогового кредита (ИНК).

ИНК может быть предоставлен по договору, заключенному с уполномоченным органом по согласованию с финансовыми органами [5], на срок от 1-го года до 5-ти лет организациям (п. 1 ст. 67 НК РФ) [2]:

– проводящим научно-исследовательские или опытно-конструкторские работы либо техническое перевооружение собственного производства – в этом случае ИНК предоставляется на сумму, составляющую 30% стоимости приобретенного организацией оборудования, используемого исключительно для указанных целей (пп. 1 п. 2 ст. 67 НК РФ) [2];

– осуществляющим внедренческую или инновационную деятельность, в том числе создающим новые или совершенствующим применяемые технологии, создающим новые виды сырья или материалов, – сумма ИНК определяется по соглашению между уполномоченным органом и заинтересованной организацией (пп. 2 п. 2 ст. 67 НК РФ). Для получения ИНК заинтересованная организация должна документально подтвердить эти виды деятельности (п. 3 ст. 67 НК РФ) [2].

Действующим налоговым законодательством установлены определенные стимулы для получателей инвестиционного налогового кредита:

– предусмотрен практически заявительный характер его получения;

– установлен достаточно льготный размер уплачиваемых по данному кредиту процентов (не менее  $\frac{1}{2}$  и не более  $\frac{3}{4}$  ставки рефинансирования Банка России).

## 9. Налоговые каникулы.

Освобождение налогоплательщика (всего круга налогоплательщиков либо отдельных категорий налогоплательщиков) от налога на определенный период времени получило название «налоговые каникулы». Российское налоговое законодательство имело опыт предоставления налоговых каникул в части налога на прибыль (малым предприятиям) и налога на имущество организаций. Такая льгота действовала до принятия второй части НК РФ. В настоящий момент режим налоговых каникул в российском законодательстве предусмотрен для налога на имущество, земельного и транспортного налогов для предприятий особой экономической зоны (ОЭЗ) всех типов.

## 10. Расширенный перечень расходов по специальным налоговым режимам.

К расходам, учитываемым при применении упрощенной системе налогообложения, относятся [2]:

– расходы на приобретение исключительных прав на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, программы для электронных вычислительных машин, базы данных, топологии интегральных микросхем, секреты производства (ноу-хау), а также прав на использование указанных результатов интеллектуальной деятельности на основании лицензионного договора;

– расходы на патентование и (или) оплату правовых услуг по получению правовой охраны результатов интеллектуальной деятельности, включая средства индивидуализации;

– расходы на научные исследования и (или) опытно-конструкторские разработки, признаваемые таковыми в соответствии с п. 1 ст. 262 НК РФ.

11. Пониженные ставки страховых взносов для предприятий – резидентов технико-внедренческих особых экономических зон.

Для резидентов технико-внедренческих особых экономических зон, производящих выплаты физическим лицам, работающим на территории особой экономической зоны установлены ставки страховых взносов: с 2011 по 2017 г. включительно – 14%; в 2018 г. – 21%; в 2019 г. – 28% [6].

Таким образом, на сегодняшний день существуют различные формы налогового стимулирования инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, предусмотренные НК РФ. Среди них можно выделить налоговые льготы, налоговый вычет, инвестиционный налоговый кредит, освобождение от налогообложения (налоговые каникулы), отсрочка (рассрочка) по уплате налогов. В отличие от прямого государственного финансирования налоговые льготы охватывают все предприятия, занимающиеся инновационной деятельностью, и снижают реальные затраты таких компаний. Использование именно налоговых инструментов в государственном регулировании инновационной деятельности является перспективным в силу наличия ряда преимуществ в виде: относительной простоты реализации; легкой трансформируемости; сокращения налогового бремени всех налогоплательщиков заявленной сферы; наличия потенциала для совершенствования методов; доказанной эффективности в практике налогообложения зарубежных стран [1]. Однако имеющиеся формы налогового стимулирования не учитывают, насколько эффективно хозяйствующими субъектами используются основные производственные фонды, влияющие на финансовое и имущественное состояние предприятия в целом. При этом налоговые ставки по налогам в рамках регионального налогообложения устанавливаются фиксированными на весь период использования основных производственных фондов. Это соответственно не стимулирует предприятия к наиболее рациональному использованию имеющихся ресурсов и инвестированию средств в свое инновационное развитие [7].

Кроме того, в условиях существующей налоговой модели основная доля бюджетных, в том числе налоговых доходов приходится на федеральный уровень. Поскольку стимулирование инновационной деятельности носит, как правило, рискованный характер, то власти соответствующего уровня не заинтересованы в расходовании бюджетных средств на проекты, эффективность которых не поддается точному определению и в большинстве случаев носит вероятностный характер. В данной ситуации возможно использование налогового стимулирования, в том числе и на межбюджетном уровне, когда бюджет более высокого уровня выделяет в той или иной форме средства для их использования в системе налоговых стимулов инновационной деятельности на региональном уровне.

#### **Список использованных источников:**

1. Пономарева Н. В. Налоговое стимулирование инновационных предприятий / Н. В. Пономарева, Е. В. Голубцова // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. – 2011. – № 4.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): федер. закон от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (в ред. от 2 октября 2012 г.).

3. Об отсутствии оснований для налогообложения НДС передачи прав на использование результатов интеллектуальной деятельности по лицензионным договорам независимо от способов передачи таких прав, учитывая положения п. 1 ст. 1 Федерального закона от 19.07.2007 № 195-ФЗ, применяемые с 01.01.2008: письмо Минфина России от 18 августа 2008 г. № 03-07-07/79.
4. О порядке налогообложения НДС операций по отчуждению исключительных прав на программы для ЭВМ, операций по передаче прав на использование указанных результатов интеллектуальной деятельности на основании договора об отчуждении исключительного права и лицензионного договора, а также работ по разработке программ для ЭВМ на основе договора подряда: письмо Минфина России от 3 февраля 2009 г. № 03-07-07/04.
5. Об утверждении Порядка рассмотрения налоговыми органами заявлений о предоставлении отсрочки, рассрочки, инвестиционного налогового кредита по уплате налога и сбора, а также пени и штрафа: приказ ФНС России от 30 ноября 2010 г. № ММВ-7-8/666@.
6. О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования: федер. закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ (в ред. от 29 февраля 2012 г.).
7. Басова А. В. Влияние налогообложения на развитие инновационной деятельности [Электронный ресурс] / А. В. Басова. – Режим доступа: <http://www.uecs.ru/uecs43-432012/item/1437-2012-07-09-06-04-04>

**Лесів М. М.**

*Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна*  
**ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКИХ ЖИТЕЛІВ  
ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ  
В КРАЇНАХ-ЧЛЕНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Незважаючи на значний прогрес щодо розвитку сільських територій у Європейському Союзі, їх соціально-економічні показники й на далі залишаються в центрі уваги урядів країн-членів ЄС. Важливість цієї проблеми викликає необхідність пошуку альтернативних шляхів виходу із ситуації що склалась, тому тема дослідження і на далі залишається актуальною. Рівень розвитку сільських територій, особливо в країнах останньої і передостанньої хвилі інтегрування до ЄС, значно поступається європейським стандартам. Аналізуючи стан розвитку сільських територій ЄС, слід звернути увагу на те, що впродовж багатьох років в рамках даного інтеграційного об'єднання розробляється та впроваджується комплексна політика, спрямована на розвиток сільської місцевості.

В 2004 році питання розвитку сільських територій в рамках Європейського Союзу було виділено в один із пріоритетів Спільної аграрної політики (далі САП) ЄС. Початковий план розвитку включав у себе дві стратегічні цілі: сталий розвиток сільських територій та покращення конкурентоздатності аграрного сектору.

В подальшому в рамках Програми розвитку сільських територій, прийнятої на період 2007–2013 років, було виокремлено чотири головні осі у сфері розвитку сільських територій [1]:

- Вісь 1. Покращення конкурентоздатності аграрного та лісового секторів.
- Вісь 2. Покращення природного середовища та сільських територій.

Вісь 3. Покращення якості життя у сільській місцевості та диверсифікація господарської діяльності на селі.

Вісь 4. Програма LEADER.

Розвиток сільських територій як складова САП є важливим ще й тому, що понад 57% території Європейського Союзу займають сільські території, де проживає майже чверть населення ЄС [3].

В 2009 році в країнах-членах ЄС рівень зайнятості населення був найнижчим у сільській місцевості (67,8%), в порівнянні до середнього рівня зайнятості (68,9%) та рівня зайнятості у містах (70,1%). Щодо вікової структури населення в сільській місцевості ЄС, то в 2009 році 16% населення складали люди віком до 15 років, 66% – 15–64 р., 18% – віком від 65 р. і більше. Освітній рівень у сільських регіонах ЄС також значно нижчий ніж у містах. Так, до прикладу, відсоткове співвідношення людей віком 30–34 років, які мають вищу освіту в сільській місцевості становило трохи більше 25%, тоді як середній показник по ЄС – 30%, а в містах він становить 38%. Відсоток людей, які знаходяться на межі бідності (отримують менше 60% середнього доходу домогосподарств) в сільській місцевості становив 21,2%, середній показник по ЄС – 14,4%, в містах – 14,8% [3].

В 2008 році у сільській місцевості було створено 17% загальної доданої вартості, рівень зайнятості становив 22%. В період 2007–2008 років показники росту ВВП ЄС були найнижчими в селах – 73%, в порівнянні до середніх показників – 90% та показників в містах – 124%. При цьому, найнижчий ВВП на особу спостерігався у сільських регіонах Болгарії та Румунії [3].

Сфера послуг залишається одним з основних видів діяльності в країнах-членах ЄС. В 2008 році у сільській місцевості було згенеровано 65% доданої вартості саме у сфері послуг. Обробна промисловість склала 31%, добувна промисловість та сільське господарство – лише 4,5%. Зайнятість населення в цих галузях у сільській місцевості розподіляється відповідно 77%, 22% та 1% в 2008 році [3]. Високий рівень зайнятості у сфері послуг свідчить про те, що селяни активно переходять від традиційного сільськогосподарського виробництва до нових видів діяльності, які приносять більші доходи та часто дозволяють отримувати додаткові кошти для інвестування в сільське господарство.

Аналізуючи наведені вище статистичні показники можна зробити висновки, що характерними проблемами для мешканців сільських територій ЄС виступають: високий рівень безробіття на селі, значно нижчий середній дохід на особу в порівнянні до доходів міських жителів; нижчий рівень кваліфікації сільських працівників, тощо. Разом з цим, мешканці сільських територій мають змогу використовувати в своїй господарській діяльності ресурси, які є доступними на селі, зокрема, сировину, багаті природні та рекреаційні ресурси.

Використання інноваційних підходів до ведення господарської діяльності на селі, розвиток сільського підприємництва та реалізація місцевих ініціатив стають одним із найбільш дієвих факторів стимулювання розвитку сільських територій Європейського Союзу.

САП виступає комплексним механізмом і дієвим інструментом подолання проблем сільських територій ЄС. Ефективність Спільної аграрної політики полягає в тому, що вона охоплює всі країни-члени, стимулює їх до спільних дій, використання набутого досвіду та дає можливість вирішити проблеми, які виходять за межі території окремих з країн (наприклад, екологічні питання розвитку сільських територій) [2].

Погіршення економічної ситуації в сільській місцевості України викликає необхідність пошуку альтернативних напрямів господарювання на селі, які б в поєднанні з традиційним видом діяльності селян, сільськогосподарським виробництвом, забезпечили покращення умов життя та праці сільських мешканців.

На край важкий стан соціально-економічного розвитку сіл та малих містечок України вказуються такі показники:

1. Негативна демографічна ситуація (старіння населення, міграція в напрямку великих міст, за кордон);
2. Низький рівень розвитку інфраструктури на селі;
3. Погіршення умов життя сільських мешканців;
4. Падіння цін на товари сільськогосподарського виробництва, відсутність постійних та вигідних селянам каналів її реалізації;
5. Відсутність ефективних програм розвитку сільських територій, та інші.

Модель розвитку сільських територій ЄС мала б стати корисною для формування політики розвитку села в Україні. Збільшення ефективності аграрного виробництва, шляхом впровадження новітніх технологій та диверсифікація господарської діяльності на селі, має стати дієвим механізмом підвищення рівня життя сільських мешканців.

#### **Список використаних джерел:**

1. Судеркін А. М. Розвиток малого підприємництва на селі та його соціально-економічні наслідки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.02 «Економіка сільського господарства і АПК» / Судеркін А. М. – К.: КНЕУ ім. В. Гетьмана 2006. – 20 с.
2. Polityka rozwoju obszarów wiejskich na lata 2007–2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index\\_pl.htm](http://www.ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_pl.htm)
3. Rural Development in the European Union: Statistical and economic information: Report 2011. – December 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ec.europa.eu/agriculture/statistics/rural-development/index\\_en.htm](http://www.ec.europa.eu/agriculture/statistics/rural-development/index_en.htm)

**К. е. н. Макарюк О. В., Москаленко Б. А.**

*Сумський державний університет, Україна*

#### **ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ**

На сучасному етапі розвитку економіки України, в умовах політичної нестабільності, песимістичних очікувань другої хвилі економічної кризи та девальвації національної валюти особливої уваги вимагає дослідження управління інвестиційними процесами, що є основою для майбутнього розвитку реального сектору економіки.

Згідно Євдокимова Ф. І., поняття «потенціал» слід розглядати як набір потужностей у якому-небудь їх співвідношенні.

Деякі вчені, такі як Гранберг А. Г., Губанова Е. С., інвестиційний потенціал ототожнюють з поняттями «ресурсний потенціал» та «фінансовий потенціал». На нашу думку, таке ототожнення не є доречним, адже інвестиційний потенціал має включати ресурсний і фінансовий, але цим не обмежуватись. До складу інвестиційного потенціалу доцільно віднести також технічний, споживчий, інфраструктурний, інноваційний, трудовий, фінансовий, інтелектуальний та інші.

Таким чином, інвестиційний потенціал визначаємо як кількісну характеристику об'єктивної можливості залучення інвестицій певним суб'єктом інвестиційного процесу на певний момент часу за визначених економічних умов. З цього слідує, що при дослідженні інвестиційного потенціалу національного господарства необхідно враховувати основні макроекономічні показники: реальний ВВП на душу, інфляцію, рівень безробіття тощо.

Дослідження факторів формування інвестиційного потенціалу має здійснюватися в двох напрямках: з точки зору напрямку впливу та з точки зору джерела виникнення.

На прикладі окремо взятого регіону дослідимо класифікацію факторів впливу на його інвестиційний потенціал. За напрямком впливу фактори доцільно розглядати у двох аспектах: фактори, що впливають на формування інвестиційних потреб суб'єкта та фактори, що впливають на нагромадження інвестиційних ресурсів, за джерелом впливу – внутрішні та зовнішні (рис. 1).

До факторів впливу на формування інвестиційних потреб регіону слід віднести: ресурсний і промисловий потенціал регіону, кількість і структура населення, ВРП, рівень безробіття в регіоні, загальний індекс промислового виробництва тощо.

До факторів впливу на нагромадження інвестиційних ресурсів відносимо: рівень життя населення (в порівнянні із середнім по країні в цілому), рівень інфляції в країні, узагальнений рівень рентабельності підприємств регіону, наявність підприємств державної форми власності та їх місце в державній інвестиційній політиці, стан розвитку перерозподільних інститутів (банків та парабанківського сектору).

З точки зору джерела виникнення фактори, що впливають на інвестиційний потенціал регіону поділяємо на внутрішні та зовнішні. До групи внутрішніх факторів відносимо: ресурсний потенціал регіону (людські, сировинні, техніко-технологічні ресурси, наявність інфраструктури тощо), наявність ринків збуту продукції та послуг, рівень конкуренції, ступінь доступу іноземного капіталу та обсяги його присутності в регіоні, напрямки та пріоритети розвитку, встановлені регіональною владою для економічних суб'єктів регіону.

До зовнішніх факторів слід віднести: стан, структура та тенденції валових заощаджень в економіці країни, інфляційні очікування населення, рівень довіри власників інвестиційних ресурсів до банківського сектору країни, розвиток нормативно-правової бази інвестиційної діяльності, прозорість інституційної складової ведення бізнесу тощо.



**Рис. 1. Класифікація факторів впливу на інвестиційний потенціал регіону**

Таким чином, інвестиційний потенціал – кількісна характеристика об’єктивної можливості залучення інвестицій певним суб’єктом інвестиційного процесу на певний момент часу за визначених економічних умов.

Нами було запропоновано класифікувати фактори інвестиційного потенціалу точки зору напрямку впливу (фактори впливу на нагромадження інвестиційних ресурсів і на формування інвестиційних потреб) та джерела виникнення (внутрішні і зовнішні).

**К. е. н. Нестерова Н. А.**

*Донецький національний університет*

*імені Михайла Туган-Барановського, Україна*

## **ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

На сьогодні Україна має статус держави з ринковою економікою, а це вимагає внесення змін до всіх сфер діяльності як самого господарства, так і методів управління ним. Ринкові відносини припускають широке використання науково-технічного потенціалу, який накопичений в нашій державі і за його межами. Не є секре-



том той факт, що для успішного просування економіки країни в цьому напрямку основною рушійною силою повинні стати інновації, інноваційний розвиток. Проте перехід до ринкових відносин не забезпечить автоматично швидкого впровадження інновацій в економіку країни. У цих умовах господарювання необхідно виявити значущість інновацій, які дозволяють підвищити гнучкість виробництва, задовольняти попит і пропозиції на продукцію, що випускається, сприяти збільшенню прибутку виробників. Перехід господарства країни від економіки, яка ґрунтувалася на використанні сировинних ресурсів до економіки інноваційного типу, заснованої на сучасних знаннях і нових технологіях, є досить складним. Рішення цього питання можливе на основі розробки стратегії створення інноваційної системи розвитку економіки, заснованої на рівноправному державно-приватному партнерстві і об'єднуючої зусилля і ресурси держави і підприємців.

У даний час полягання справ в цьому напрямі не є задовільним і вимагає рішучіших дій. Необхідна розробка механізму державного управління. Розвиток інновацій безпосередньо пов'язаний з проблемою дійсного підвищення якості життя населення і зміцнення положення країни на світовому рівні. Проте, до цих пір дії в цьому напрямі в основному зводяться до створення умов щодо розвитку лише деякої частини інноваційного бізнесу. А часто складається ситуація, коли розроблені вітчизняними ученими інноваційні розробки набагато швидше впроваджуються за кордоном.

Ще на початку 90-х років уряди держав Західної Європи почали розглядати інноваційні розробки як основний чинник конкурентоспроможності країн. Цей факт сприяв об'єднанню наукової, промислової і регіональної політики в політику інноваційну, головним завданням якої стало створення сприятливого середовища для розвитку інновацій, а також формування найбільш важливих напрямів державного впливу на це середовище, таких, наприклад, як підтримка кооперацій на всіх рівнях, вдосконалення системи охорони інтелектуальної власності, антимонопольні заходи.

Все це зажадало почати негайно розробку заходів щодо ліквідації відставання Західної Європи у інформаційних технологіях від конкурентів в Америці і Японії. Для прискорення процесу формування єдиного науково-технічного простору, новій моделі європейського бізнесу було забезпечено процеси приватизації, проведена лібералізація галузевих ринків, утворений єдиний науково-технічний простір. Крім того, величезний вплив на підприємницьку діяльність надало створення єдиного валютного союзу і розширення ЄС на схід.

В Україні інноваційний ринок не відрізняється високою активністю. Було зроблено спроби вирішення проблем розвитку економіки на базі інтенсифікації інноваційних досліджень, але очікуваного ефекту вони не принесли. З приходом кожного нового уряду розроблялися відповідні програми інтенсифікації інноваційних досліджень, але далі за декларації справа не йде. І, згідно статистиці, Україна має значне відставання в цьому питанні як від країн Західної Європи, так і від Російської економіки.

Причина полягає у відсутності механізмів і джерел забезпечення інноваційного розвитку. Крім того, є істотний розрив між наукою, виробництвом і освітою. Для нашої економіки характерний низький рівень розвитку малого інноваційного бізнесу, низька інформаційна прозорість інноваційної сфери. Всі спроби форсувати впровадження інноваційних досліджень в Україні часто стають причиною значних витрат в інших секторах економіки, оскільки воно зазвичай супроводжується застосуванням якихось стимулів або пільг. При цьому часто відбувалося не цільове використання цих пільг, що зрештою приводило до збільшення затратності в інших сферах економіки. Тобто з благих намірів не виходило прориву в економіці, оскільки спроби інтенсифікувати інноваційний розвиток, не маючи відповідних ринкових важелів, приводять до посилення тіньової сфери.

Ще однією причиною повільного впровадження інноваційних досліджень в економіку України є той факт, що не формується у нас загальний попит на інновації, а це виключає бажання у виробників застосовувати нововведення у виробництво. Все це є наслідком низької платоспроможності населення і слабкої законодавчої бази. Крім того гальмом рішучого впровадження інноваційних розробок є стереотипом мислення, що склався ще з часу радянської ідеології, яка полягає у такій ідеології: якщо дасте засоби – ми постараємось збільшити прибутки. Кошти виділялися, але істотних успіхів в економіці не виходило, швидше навіть погіршувалися соціальні показники за умов скорочення кількості робочих місць і ліквідації підприємств.

Проте, питання фінансування все ж таки залишається головним, оскільки – це одна з основних складових ефективного впровадження інноваційних розробок. Джерелами фінансування цього сектора вважаються державні асигнування, кредитні ресурси, венчурний капітал, приватні засоби, засоби іноземних інвесторів, власні засоби підприємств.

На сьогоднішній день за наявності жорстких ринкових умов доводиться знов знаходити форми стимулювання інноваційного розвитку. А для цього необхідно підсилити механізми відповідальності в управлінні економікою, забезпечити прозорість, контроль за ефективністю інновацій. Оскільки виробництво в Україні за невеликим винятком є збитковим, то це є основним гальмом: немає прибутку, немає інвестиційної складової в ціні вироблюваного товару, немає мотивації до нововведень.

Зі всього сказаного слід зробити висновок: інноваційний розвиток в Україні є загальною проблемою, вирішувати яку потрібно не тільки в рамках тільки інноваційної політики, але і у всіх сферах економіки.

**К. е. н. Савіцька О. П., Савіцька Н. В.**

*Національний університет «Львівська політехніка», Україна,*

*Львівський інститут економіки і туризму, Україна*

## **ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Туризм, маючи древню історію, не привертав до себе уваги до початку ХХ століття. Необхідність вивчення туристичного феномену виникла після сталого збільшення туристичних потоків та доходів від туризму, зростання економічного значення туристичної індустрії. Визначальна роль туристичної діяльності полягає у відчутному її вкладі у розвиток економіки країни при невеликих капітальних вкладеннях. Туристична діяльність є високорентабельною галуззю господарства, інвестиції вкладені в неї швидко окупляться. Туризм в Україні – це ключова галузь економічної системи держави, розвиток якої повинен забезпечити відкритість вітчизняної економіки, підсилити демократичність та євро інтеграційний курс держави. Першочерговим завданням у сфері побудови потужної туристичної індустрії в Україні є розробка стратегії адаптації вітчизняного туристичного бізнесу до сформованих лідерських стандартів країн ЄС і світу в цілому. Згідно звіту Всесвітньої туристичної організації, підготовленому у співпраці з Оксфордським відділом економічних прогнозів, Україна займає лише 110 місце в світі по рівню активності розвитку туристичної індустрії. Головними факторами, які стримують розвиток ринку туристичних послуг є проблеми інформаційного забезпечення, низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, недостатній рівень кваліфікації кадрів, невизначеність державної політики у галузі туризму, низька інвестиційна привабливість підприємств туристичної індустрії. У зв'язку з цим зростає значення наукових досліджень, що стосуються методики оцінювання інвестиційної привабливості туристичного господарства, що зумовлює актуальність теми.

Особливості розвитку туристичного комплексу та його конкурентоспроможності на інвестиційному ринку відображено у наукових працях В. Гаврона, Н. Гулевської, Ю. Гуменюк, Л. Дяченко, В. Кифяка, Т. Майорової, М. Мальської, В. Полюги, І. Черніна, І. Школа та інших авторів, які сформуvalи теоретичне підґрунтя для подальших досліджень.

Інвестиційна привабливість підприємства – це інтегральна характеристика його як об'єкта інвестування, що базується на узгодженні стратегічної мети і характеру інвестування з позиції перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів та їхньої ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості. В процесі оцінювання інвестиційної привабливості підприємства необхідно враховувати обсяги, структуру, джерела формування термін капіталовкладень, оцінку ризику і потенційної прибутковості інвестицій, високий рівень їх захисту та безпеку бізнесу. Методи оцінювання інвестиційної привабливості підприємства – це сукупність прийомів та дій теорети-

ко-практичного характеру, протягом усього дослідницького процесу економічного оцінювання інвестиційної привабливості підприємств. Основними методами оцінювання інвестиційної привабливості підприємства є метод суми коефіцієнтів, метод комплексної оцінки, метод суми місць, метод бальної оцінки, метод експертних оцінок, метод еталонного підприємства.

Об'єктами оцінювання інвестиційної привабливості підприємства є фінансовий стан підприємства, його споживачі, інноваційна активність підприємства, кваліфікаційна відповідність працівників підприємства ступеню складності до виконуваних ними робіт (послуг). Інвестиційна привабливість галузі є інтегральною характеристикою окремої галузі з позиції інвестиційного клімату, розвитку продуктивних сил, інвестиційної структури, можливості залучення інвестиційних ресурсів та інших факторів, які істотно впливають на формування доходності інвестицій і зменшення інвестиційних ризиків. Для оцінювання інвестиційної привабливості галузі пропонується система з трьох груп показників, які відображають рівень прибутковості діяльності галузі, перспективності її розвитку та інвестиційних ризиків. Інтеграційний показник розраховується на підставі трьох груп синтетичних показників з урахуванням пропорційності їх рівня: рентабельність діяльності – 65%; перспектив розвитку – 20%; інвестиційні ризики – 15%. Оцінювання інвестиційної привабливості регіонів України за більшістю методик різних вчених зводиться до ранжування регіонів за рівнем їхньої привабливості для інвестора з урахуванням використання їхнього потенціалу залежно від критеріїв ефективності і ризику.

А. Костенюк виділяє чотири групи факторів для оцінки інвестиційного середовища: собівартість виробництва галузі, витрати відстані, державне регулювання, фактори ризику інвестування. Щодо методики визначення інвестиційної привабливості туристичного комплексу, то актуальними і важливими є наукові розробки, які запропонував В. О. Полюга. Він пропонує виконувати оцінку за основними етапами, які охоплюють конкретні аналітичні показники: 1) оцінка сучасного стану та прогнозування перспектив розвитку туризму; 2) оцінка та прогнозування середньо галузевої рентабельності діяльності підприємств туристичного комплексу; 3) оцінка освоєння ресурсного потенціалу галузі туризму; 4) оцінка інвестиційних ризиків у туризмі.

Процес оцінювання інвестиційної привабливості пропонуємо здійснювати у такій послідовності: 1) оцінювання існуючої туристичної привабливості регіону, визначивши та обґрунтувавши перелік показників, які впливають на туристичну привабливість регіону (рівень загальноекономічного розвитку регіону, рівень туристично-рекреаційного потенціалу, рівень розвитку інвестиційної інфраструктури, демографічна характеристика регіону, рівень екологічних та криміногенних ризиків, політична стабільність, рівень розвитку ринкових відносин); 2) формування переліку заходів щодо підвищення туристичної привабливості регіону (підвищення привабливості природних туристичних ресурсів, здійснення реконструкції та

модернізації матеріально-технічної бази туризму, покращення якості довкілля в межах туристичних територій, розвиток туристичної інфраструктури, належне інформаційне забезпечення та рекламування туризму, стимулювання розвитку суміжних з туризмом галузей економіки регіону); 3) проведення маркетингових досліджень з метою прогнозування попиту на послуги туристичних підприємств; 4) оцінювання потенціалу та економічної ефективності функціонування туристичних підприємств регіону; 5) економічне оцінювання ефективності інвестування туристичного комплексу.

Для підвищення рівня туристичної привабливості регіону ефективними будуть інвестиційні вкладення у такі заходи: підвищення привабливості природних туристичних ресурсів та історико-культурних пам'яток; залучення інвестицій для створення внутрішньої пропозиції адекватної зовнішньому попиту на основі приведення матеріально-технічних ресурсів у відповідність з міжнародними нормами обслуговування туристів та ліквідації диспропорції між світовими стандартами і наявним туристичним та матеріально-технічним потенціалом України; апробацію та адаптацію міжнародного досвіду щодо ефективних методик управління, організації праці і надання послуг в рекреаційному господарстві з метою підвищення гнучкості та адаптивності туристичної пропозиції країни до кон'юнктури світового ринку; ліквідацію диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів країни за рахунок прямих та опосередкованих можливостей міжнародного туризму; залучення валютних коштів у місцеві та державний бюджет за рахунок експорту туристичних послуг на основі оптимального використання ресурсного потенціалу регіонів з урахуванням стратегії їх перспективного розвитку із забезпеченням балансу державних та місцевих інтересів.

Узагальнення теоретичних основ інвестиційної привабливості дає змогу визначити її як сукупність об'єктивних та суб'єктивних факторів, покликаних створити передумови для розширеного відтворення продуктивних сил туристичної сфери, її науково-технічного розвитку через активну інвестиційну діяльність. Подальші дослідження теоретичних основ оцінки інвестиційної привабливості туристичних підприємств доцільно проводити у напрямку практичного визначення рівня їхньої привабливості для потенційного інвестора, розроблення інвестиційної стратегії з урахуванням проблем та прихованих можливостей туристичних ринків.

# СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Д. ф. г. е. Бігдаш В. Д.

*Інститут міжнародної економіки, фінансів та інформаційних технологій*

*ПрАТ «ВНЗ «МАУП», м. Дніпропетровськ, Україна*

## СТРАХОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В УКРАЇНІ: СТАН, СТРАТЕГІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Страховий менеджмент розглядається як діяльність страхових компаній на ринку страхових послуг та як відносини середовища страхового ринку. Розвиток страхового менеджменту в Україні можливо характеризувати рядом показників діяльності окремих страхових компаній, але результати діяльності страхових компаній інтегровано показують макро-показники страхового ринку: якщо вони позитивні та стабільні, то можливо говорити про ефективний страховий менеджмент.

Розвиток страхового ринку в Україні в докризовий період, особливо в 2000–2008 рр. характеризувався високими темпами зростання основних показників – доходів компаній, їх капіталу, формувалися нові підходи до управління діяльністю на фазі росту ринку. Кризові явища в вітчизняній економіці негативно вплинули на страховий ринок. Кінець 2008 року, 2009–2010 рр. характеризуються значним спадом страхової діяльності. В 2011 р. відмічається незначна стабілізація основних показників, але 2012 рік, нажаль, продовжив негативну тенденцію. Основні дані щодо діяльності страхового ринку та банківської системи наведено в табл. 1.

Ключові проблеми страховиків пов'язані з операційною, страховою діяльністю – обсяги страхових платежів не зростають, а рівень виплат зростає. Враховуючи демпінгування на ринку автостраховування та неадекватного реагування на різні види ризиків діяльності відбувається погіршення загалом корпоративного управління, в тому числі надання якісних страхових послуг, розвиток інвестиційної діяльності тощо.

Таблиця 1. Основні показники страхового ринку та банківської системи України

Показники	2007	2008	2011	П кв. 2012
<b>Кількість зареєстрованих страховиків</b>	446	469	442	443
Включено компаній до Державного реєстру	54	6	2	1
Виключено з Державного реєстру	19	12	5	28
Активи по балансу, млн. грн.	32 213,0	41 930,5	48 122,7	49 234,3
Темп росту активів страховиків	100%	130%	106%	109,0%
Обсяг сплачених статутних капіталів, млн. грн.	10 633,6	13 206,0	14 091,8	14 132,3
Темп росту статутних капіталів страховиків	100%	124%	98%	104,3%
Сформовані страхові резерви, млн.грн.	8 423,3	10 904,1	11 179,3	10 907,4
Темп росту страхових резервів	100%	129%	98%	97,9%

Продовження табл. 1

Показники	2007	2008	2011	II кв. 2012
Валові страхові премії, млн.грн., з них:	18 008,2	24 008,6	22 693,5	9 581,9
Темп росту валових страхових премій	100%	133%	98%	86,8%
Рівень валових виплат,%	23,4	29,4	21,4	27,1
Частка валових страхових премій, належна першим трьом страховикам,%	11,7	11,5	13,7	12,7
Частка валових страхових премій, належна першим 50 страховикам,%	67,1	70,1	76,8	78,1
Чисті страхові премії (за мінусом частки страхових премій, які сплачуються перестраховикам-резидентам), млн. грн.	12 353,8	15 981,8	17 970,0	8 977,8
Рівень чистих виплат,%	31,4	40,9	26,2	27,8
<b>Кількість банків за Реєстром</b>	198	198	198	177
Виключено з Державного реєстру банків з початку року	1	7	0	23
Загальні активи банків (не скориговані на резерви під активні операції)	619 004	973 332	1 211 540	1 234 760
Темп росту активів банків		157%	111%	102%
Зобов'язання банків	529 818	806 823	898 793	924 737
Темп росту зобов'язань банків	100%	152%	112%	103%
Власний капітал банків	69 578	119 263	155 487	157 907
Темп росту власного капіталу банків	100%	171%	113%	102%
<b>ВВП (номінальний)</b>	720 731	948 056	1 316 600	648 747
Темп росту ВВП	100%	132%	122%	49%
Часта валових страхових платежів в ВВП	2,50%	2,53%	1,72%	1,48%
Часта зобов'язань банків в ВВП	73,5%	85,1%	68,3%	142,5%
Співвідношення активи страховиків /активи банку	5,2%	4,3%	4,0%	4,0%
Валові платежі страховиків до зобов'язань банків	3,4%	3,0%	2,5%	1,0%
Статний фонд страховиків до власного капіталу банків	15,3%	11,1%	9,1%	8,9%

Порівняння основних показників діяльності страхових компаній з розвитком економіки та банківської системи України показує значне уповільнення в діяльності страхового ринку: частка страхових премій в ВВП невідносно зменшується (з 2,5% у 2007 р. до 1,48% в 2012 р.), активи страховика в порівнянні з активами банків мають тенденцію до зменшення (з 5,2% у 2007 р. до 4% в 2012 р.), суттєво збільшується розрив в ефективності діяльності страховиків та банків – частка страхових платежів у зобов'язаннях банків за вказаний період зменшилася більше ніж втричі, суттєво зменшилася (на 60%) співвідношення статутних фондів страховиків до капіталу банків.

На основні недоліки діяльності страховиків вказують і безпосередньо практики страхового бізнесу, зокрема пан Ігор Гордієнко – голова правління Страхової компанії «Інго-Україна», яка входить в групу лідерів універсального страхування. Проблеми страхового менеджменту загострюються – в 3 кварталі. Нацкомфін-

послуг анулювала ліцензії і виключила з державного реєстру 28 компаній, а також у 4-х компаній тимчасово призупинила дію ліцензії.

В цілому на ринку відбуваються і позитивні процеси в напрямках розвитку нових бізнес-процесів та нових стратегій бізнесу. Зокрема, пан Гордієнко аналізує чотири групи стратегій, що реалізують, за їх інформацією, ключові гравці страхового ринку (80 страховиків). Прогноз враховує основні групи ризиків та дає реалістичний висновок, що ринок не вийшов з кризового стану і рекомендується зміна моделі управління страховою компанією.

До пріоритетних механізмів розвитку страхового менеджменту в Україні доцільно віднести: термінова зміна страхового законодавства відповідно до сучасних європейських вимог (директива 2009/138/ЄС та інші); введення податкових пільг, лізингових та аналогічних контрактів щодо розвитку інновацій, в т.ч. сучасних ІТ-систем; розвиток банківсько-страхової інтеграції як моделі взаємовигідного розвитку бізнесу; розвиток інструментів антикризового менеджменту; створення гарантійних фондів по видам страхування для підвищення іміджу надійних страхових компаній.

**К. е. н. Бондарчук Л. В., Поперечна О. О.**

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського торговельно-економічного університету, Україна*

**ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ ЯК ДІЄВОГО ФАКТОРУ ВПЛИВУ  
НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПРОГРАМИ  
З ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ НА РИНОК**

За рахунок інституціональних перетворень економічний розвиток характеризується динамічністю, загостренням конкурентної боротьби та необхідністю постійного пошуку нових способів ефективного функціонування підприємства. Проводити довгострокову стратегічну політику, уникати значних економічних і соціальних втрат, звести до мінімуму ризику виникнення кризових ситуацій і досягати стабільного розвитку і перспективних успіхів у просуванні товару на ринок дозволяють маркетингові програми, які обумовлюють пошук такого варіанту поведінки, який за інших рівних умов дозволить отримати максимальний ефект при мінімальних втратах.

Виходячи з цього, не буде помилковим твердження, що недостатньо ефективна активність персоналу в маркетинговій діяльності може нейтралізувати можливості зміцнення конкурентних позицій підприємства, що були закладені в розробленій стратегії.

Адже головна проблема здійснення маркетингової діяльності полягає не стільки в розробці стратегії, скільки в забезпеченні її практичного виконання, що часто виявляється набагато складнішим завданням, за умови оцінки необхідного рівня зайнятості персоналу на підприємстві.



Отже, персонал є одним з ключових факторів виробництва будь-якого підприємства. Тому, забезпечення реалізації запланованих маркетингових програм має розглядатися як умова високої ефективності діяльності персоналу: компетентності та творчої активності управлінських кадрів достатньо глибокого знання ними аспектів господарювання у маркетинговій діяльності підприємства. Оскільки навіть за умови стрімкого розвитку технологій, створення штучного інтелекту, без людини, досвідченого фахівця, функціонування будь-якої техніки не є можливим.

Персонал є рушійною силою. Тому даній категорії приділяється досить багато уваги в економічних дослідженнях. Більшість науковців розглядає окремі категорії персоналу підприємства, намагаючись таким чином дослідити його ефективність.

Питання, що пов'язані з структурою персоналу у процесі здійснення маркетингової діяльності розглядалися у працях таких закордонних та вітчизняних науковців як: А. Г. Дементьєва, М. І. Соколова «Управління персоналом»; М. Армстронг «Практика управління людськими ресурсами»; Н. А. Волгін «Економіка праці»; А. І. Турчинов «Управління персоналом»; Ю. Г. Одегов «Управління персоналом в структурно-логічних схемах» та ін.

В результаті їхнього дослідження розкрито чинники, що обумовили зростання ролі людських ресурсів в сучасних умовах; наведено роль маркетингових досліджень у кадровій роботі; висвітлено чинники, що впливають на ефективність здійснення кадрової стратегії організації; проаналізовано класифікацію чинників, що впливають на управління персоналом та ін.

Однією із характеристик персоналу є його структура. Вона є дієвим фактором впливу на процес формування програми маркетингу з просування товару.

Проаналізовані джерела сформулювали конкретний висновок, що порівняно з поняттям «структура персоналу» термін маркетинг почав застосовуватися у західноєвропейських компаніях з 70-х років ХХ століття.

Структуру персоналу визначають, перш за все, масштаби організації і різноманітність здійснюваних нею видів діяльності. Чим більш значними вони є, тим, при інших рівних умовах, більше в ній підрозділів, більш чисельні та різноманітні зв'язки між ними, які потрібно контролювати, а тому складнішою є структура.

В умовах сучасного етапу науково-технічної революції корінним образом змінилася роль людини у виробництві – вона перетворилася в головний стратегічний ресурс організації. Це пов'язано із здібностями людини до творчості, яке зараз є вирішальною умовою будь-якої діяльності.

Управління процесом реалізації маркетингової програми ґрунтується на декількох положеннях щодо природи маркетингової діяльності. По-перше, серед комунікаційних зв'язків, що мають встановлюватися підприємством з великою сукупністю зацікавлених груп, поступово підвищується важливість зв'язків між керівництвом та персоналом підприємства. Така тенденція насамперед пояснюється тим, що якість та ефективність решти зв'язків все більшою мірою залежить від того, наскільки свідомо та цілеспрямовано виконує свої маркетингові функції персонал підприємства. Це стосується передусім співробітників маркетингової служ-

би, але не лише їх: поступова орієнтація на пріоритетне досягнення маркетингових цілей підприємства має бути загальноорганізаційним процесом. Отже, якість відносин між керівництвом і виконавчим персоналом підприємства поступово перетворюється в якість відносин між підприємством та зовнішніми ключовими агентами.

По-друге, необхідно не просто забезпечувати адекватні внутрішньоорганізаційні умови для адекватної реалізації запланованих маркетингових програм шляхом створення стимулювального середовища всередині підприємства, а розглядати роль персоналу підприємства як більш широку та активну – таку, що сама може бути джерелом сталих конкурентних переваг, формування яких є метою будь-якої маркетингової стратегії. Такі складові стратегії, як особлива увага до споживачів, підвищена якість обслуговування, створення позитивного психологічного клімату тощо значною мірою залежать від ставлення працівників підприємства, і в першу чергу, маркетингової служби, до виконання своїх службових обов'язків. Цей аспект набуває особливої важливості в умовах обмеженості фінансових ресурсів та нестабільності економічної ситуації. Якщо зниження собівартості продукції, розробка нових продуктів, технологічні та технічні інновації є ускладненими з причин надзвичайної обмеженості ресурсної бази підприємства, то якість роботи маркетингової служби стає принциповим джерелом формування сталих конкурентних переваг, позитивного іміджу підприємства в очах споживачів.

По-третє, логіка поступової орієнтації всього комплексу діяльності підприємства на задоволення потреб споживачів зумовлює зростання важливості роботи тих працівників, що безпосередньо реалізують маркетингові заходи, порівняно з тими, хто займається розробкою програми. Це твердження не слід сприймати спрощено як недооцінку ролі другої групи працівників. Йдеться про те, що остаточним критерієм ефективності діяльності підприємства є ставлення споживачів, яке формується в процесі контактування з тими, хто безпосередньо реалізує маркетингові програми.

Соціальний розвиток є важливою складовою управління підприємством. Даному аспекту потрібно приділяти багато уваги з боку керівництва, необхідно заохочувати керівників до реалізації своїх соціальних програм державними гарантіями, пільговим оподаткуванням, керівництву підприємства потрібно зрозуміти, що задоволений та успішний персонал – це успішне і багате підприємство загалом. Необхідно акцентувати увагу на тому, що капітальні вкладення в людину є такими ж прибутковими, як інвестиції у будь-який інший фактор виробництва, а в інноваційній сфері навіть в кілька разів більше.

На сьогоднішній день важливу частину соціально-психологічного стану підприємства складають пільги та соціальний пакет підприємства. Він є елементом заробітної плати, мотиваційним інструментом, що інтегрує методи матеріального та нематеріального стимулювання праці, системою заходів, що дає можливість не лише задовольнити потреби працівників, забезпечити ними реалізацію власних конституційних прав у сфері праці, а й безпосередньо позитивно вплинути на виробничий процес.

Існуюче різноманіття практичних і теоретичних методів і механізмів мотивації персоналу дозволяють керівництву сучасного підприємства сформувати максимально сприятливий соціально-психологічний стан підприємства як основного так і обслуговуючого персоналу. Ключове місце, на сучасному етапі розвитку, серед методів мотивації займають пільги і елементи соціального пакета підприємства.

Ключові завдання, які допомагають вирішити впровадження пільг та соціального пакету на підприємстві є:

- підвищення мотивації персоналу на досягнення якісного результату, оскільки це завжди є впевненість у майбутньому;
- підвищення лояльності та прихильності співробітників до компанії;
- залучення нового персоналу;
- підвищення соціально-позитивного іміджу компанії в очах клієнтів, суспільства.

Отже, за результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки, що структура персоналу не може не знаходитись під впливом людського фактору – соціальної структури та взаємовідносин між людьми. Так, якщо в організації не вистачає осіб з необхідним рівнем освіти та кваліфікації, спроба створити той чи інший підрозділ чи посаду, навряд чи увінчається успіхом, навіть якщо потреба в них безсумнівна. І навпаки, вони можуть бути і непотрібними, але тим не менш створюються, оскільки декого потрібно пристроїти на хорошу посаду. Одним із головних завдань є створити єдину команду, пов'язану не командними узами, а економічно раціональними зв'язками, де кожен працює в одному ланцюжку і впливає на рентабельність усього підприємства.

На практиці може мати місце відставання структури персоналу від реальних потреб, які мають властивості накопичуватися, породжувати дисбаланс, напругу і вкінці-кінців падіння організації. Тому її необхідно постійно удосконалювати та підтримувати на належному рівні ефективності.

Для соціального розвитку важливим є забезпечення працівників побутовими, культурними заходами, що дасть змогу згуртувати існуючий персонал, буде бажання постійно підвищувати кваліфікацію, бути обізнаним у справах підприємства, що приведе до моральної підтримки працівників.

**Борзенко В. М.**

*Інститут економіки промисловості НАН України, м. Донецьк, Україна*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОТОКІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ ОБ'ЄДНАНЬ**

У сучасних умовах розвитку економіки України ефективність суб'єктів господарювання залежить від внутрішніх та зовнішніх економічних процесів та набуває значних змін. З метою стабільного функціонування промислове об'єднання, структура якого містить підприємства, може використати основи міжнародних стандартів

бухгалтерського обліку, фінансовий аналіз діяльності підприємств та об'єднання для підвищення ефективності фінансових потоків та результатів діяльності.

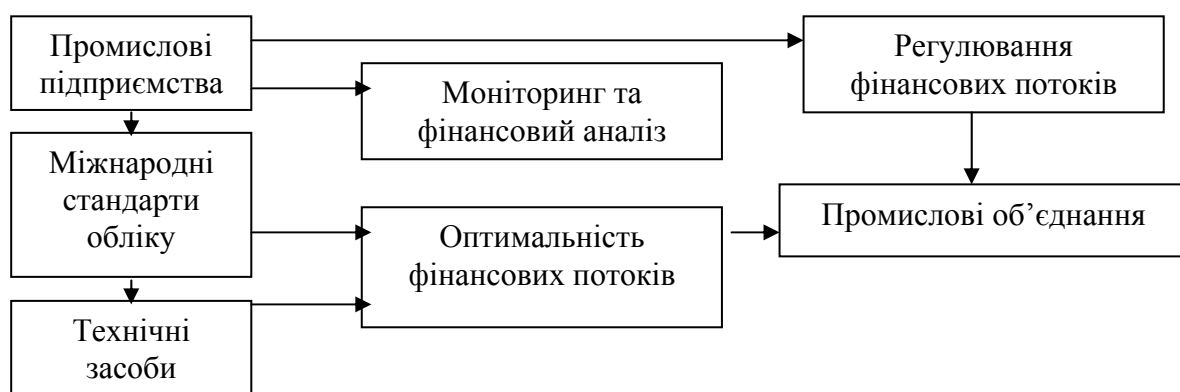
В економічній літературі розгляду таких питань з метою оцінки досягнутих результатів підприємства приділено достатньо уваги. Наслідком досліджень І. В. Сіменко [1, с. 80], Р. І. Балашової [2, с. 350–360] та В. М. Лехан [3, с. 71–74] є висновок, що аналіз фінансового стану підприємства показує, які напрями є перспективними для розвитку, дає можливість визначити найбільш важливі заходи для своєчасного виявлення і усунення недоліків. Автори цих досліджень узагальнюють, що теоретичні основи методології проведення загального аналізу фінансового стану, в тому числі й фінансових потоків підприємства, включають аналіз майнового і фінансового стану: оцінку фінансової стійкості, аналіз активів, ділової активності, запасу фінансової стійкості (зони безпеки), плато- і кредитоспроможності, рентабельності підприємства. Цей висновок підтверджують і польські вчені С. Вілімовська та С. Шталтер [4, с. 5–8; 101–113].

Направленість досліджень визначається тим, що позитивний фінансовий стан характеризується забезпеченістю фінансовими ресурсами, необхідними для нормального функціонування підприємства, доцільністю їх розміщення і ефективністю використання, фінансовими взаєностосунками з іншими юридичними і фізичними суб'єктами діяльності. Розглядаючи ці питання на рівні зіставлень доходів і витрат підприємства, розробки методів аналізу, можна зазначити, що вони актуальні й для управління підприємствами в складі промислових об'єднань.

Одночасно доцільно підкреслити використання міжнародних стандартів бухгалтерського обліку для ефективного реалізації економічного управління фінансовими потоками як захід, передбачений законодавством.

Необхідність трансформації даних первинних документів у форму аналітичних таблиць фінансових потоків, підтверджує економічну залежність та оптимальність взаємних зв'язків між такими основними елементами виробництва, як обсяг випуску продукції, фінансові ресурси, витрати, ціна, виручка, прибуток (або збиток).

Обґрунтування необхідних для управління методів доцільно здійснювати залежно від типу підприємства та ступеню його участі в промисловому об'єднанні, можливостей освоїти ці методи, розвиненості персоналу управління і оснащеності технічними засобами (рис. 1):



**Рис. 1. Чинники, що формують особливості фінансових потоків промислових підприємств та їх об'єднань**

Складання виробничої програми, здійснення аналізу обсягів реалізації та їх прогнозування за результатами реального надходження грошових коштів забезпечується моніторингом за дотриманням параметрів продуктової програми.

Рух грошових потоків є важливою для управління і прийняття рішень інформацією. Можна виділити основні напрями використання інформації на основі аналізу грошових потоків по сферах діяльності підприємства: операційній, інвестиційній, фінансовій. Китайські вчені Чін Хсіанг Чанг, Кам С.Чанг, Ханг-Джай Фунг в науковому дослідженні впливу грошової маси на реальний обсяг виробництва підкреслюють «необхідність фільтрування очікуваного компонента грошової маси [5, с. 35]».

Основною метою такого розділення є виявлення того, з яких джерел отримані грошові кошти за відповідний період діяльності: від основної діяльності по виробництву і реалізації продукції, реалізації активів підприємства, або унаслідок емісії акцій і залучення кредитів.

Результатом дослідження є висновок, що для забезпечення оптимального руху фінансових потоків необхідно враховувати такі особливості: аналіз платоспроможності підприємства і його інвестиційного потенціалу проводиться на основі групування всіх грошових потоків по напрямам його діяльності: від поточної операційної, інвестиційної та фінансової; використання необхідного інструментарію, до якого належать міжнародні стандарти, фінансовий аналіз, математичні та інші методи, з метою мінімізації зустрічних потоків в межах об'єднання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія / І. В. Сіменко. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 394 с.
2. Балашова Р. І. Управління собівартістю туристичного підприємства з використанням інформаційних технологій / Р. І. Балашова, В. М. Лехан // Наук. вісн. ЧТЕІ КНТУ. – 2005. – Вип. IV: Екон. науки. – Ч. III. – С. 350–360.
3. Лехан В. М. Формування облікової політики підприємства / Р. І. Балашова, В. М. Лехан // Менеджер. – 2001. – № 2 (14). – С. 71–74.
4. Metody i narzedzia finansowej oceny przedsiebiorstwa i zarzadzania finansami / pod red. naukova Z. Wilimowskiej, S. Stadtherra. – Wroclaw: Oficyna wydawnicza Politechniki Wroclawskiej, 2007. – 200 s.
5. Effekt of money supply on real output and price in China / Chin-Hsiang Chang, Kam C. Chan, Hung-Gay Fung // China&World Economy. – 2009. – Т. 17. – № 2. – Р. 35–45.

**Гаркава Л. В.**

*Українська інженерно-педагогічна академія, м. Харків*

### **КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах мінливого ринкового середовища та постійних трансформаційних процесів в економіці України, питання управління конкурентоспроможністю є досить актуальними і вимагають подальшого вирішення, розвитку та удосконалення.

На сьогодні необхідністю є формування нових підходів до створення моделі управління підприємствами, які б мали змогу відповідати вимогам споживачів, успішно конкурувати на ринку, адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Сучасна концепція управління конкурентоспроможністю підприємства ґрунтується на використанні базових положень науки управління, відповідно до яких основними елементами системи управління є мета, об'єкт і суб'єкт, методологія та принципи, процес та функції управління [1].

Метою управління конкурентоспроможністю підприємства є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.

Управління конкурентоспроможністю підприємства має бути спрямованим на:

1) нейтралізацію (подолання) або обмеження кількості негативних (деструктивних) чинників впливу на рівень конкурентоспроможності підприємства шляхом формування захисту проти них;

2) використання позитивних зовнішніх чинників впливу для нарощування та реалізації конкурентних переваг підприємства;

3) забезпечення гнучкості управлінських дій і рішень – їх синхронізації з динамікою дії негативних і позитивних чинників конкуренції на певному ринку [1].

Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства є рівень конкурентоспроможності, необхідний і достатній для забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції.

Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є певне коло осіб, що реалізують його (управління) мету:

1 – власник підприємства, який за будь-яких умов має брати безпосередню участь у формуванні стратегічних цілей та завдань підприємства, пов'язаних з економічними інтересами та фінансовими можливостями власника;

2 – вищий управлінський персонал підприємства;

3 – лінійні менеджери операційних підрозділів підприємства, які є відповідальними за ефективну реалізацію планів дій по забезпеченню належного рівня конкурентоспроможності;

4 – менеджери-економісти консалтингових фірм, що залучаються на підприємство на платній основі для розробки та реалізації стратегії підвищення конкурентоспроможності;

5 – державні та відомчі управлінські структури та органи, повноваження яких визначаються відповідними нормативними документами [1].

Методологічною основою управління конкурентоспроможністю підприємства є концептуальні положення сучасної економічної та управлінської теорії, зокрема – ключові положення теорії ринку, теорії конкуренції та конкурентних переваг, кон-

цепції стратегічного управління, сучасної управлінської парадигми, а також базові принципи та прикладні інструменти, напрацьовані в рамках сучасних управлінських підходів, зокрема – процесного, системного, ситуаційного.

З позиції процесного підходу управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою процес реалізації певної сукупності управлінських функцій – цілевстановлення, планування, організації, мотивації та контролю діяльності по формуванню конкурентних переваг та забезпеченню життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [1].

До базових принципів управління конкурентоспроможністю слід віднести: принцип єдності теорії та практики управління конкурентоспроможністю, принцип системності управління, принцип наукової обґрунтованості управління, принцип ранжування об'єктів управління за їх важливістю, принцип багатоваріантності, принцип співставності управлінських рішень при аналізі їх варіантів, принцип збереження та розвитку конкурентних переваг підприємства; принцип ринкової орієнтації, принцип цільової спрямованості, принцип комплексності, принцип гнучкості, принцип етапності.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства включає в себе наступні дії: моніторинг конкурентного середовища та оцінку конкурентної ситуації в галузі та на ринку; діагностування конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників; конкурентне позиціонування підприємства – вибір стратегічних господарських підрозділів із перевагами у конкурентній боротьбі; розробка концепції та стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства; реалізація конкурентної стратегії підприємства [1].

Стратегія спрямовується на збереження і збільшення матеріального і нематеріального статку, максимізацію доходів від будь-якої форми ділової активності, підвищення ступеня конкурентоспроможності підприємства. Стратегічне конкурентне управління формалізується у вигляді концепції тактики конкурентного управління і визначається сукупністю моделей і засобів дій, які її складають. Тобто під тактичним управлінням розуміється сукупність моделей і відповідних засобів, які обирає і практично використовує підприємство проти зовнішнього оточення, конкурентів і за допомогою якого реалізовує обрану стратегію [2].

Управлінські рішення щодо формування нормативів конкурентоспроможності, доцільності реалізації конкретних ринкових цілей і стратегічного напрямку розвитку, проведення конкретних організаційно-економічних, технічних, технологічних та інших заходів підвищення конкурентоспроможності приймаються на підставі аналізу інтегрального, одиничних, групових показників конкурентоспроможності, а також прогнозних значень конкурентоспроможності і її основних чинників, як підприємства, що розглядається, так і його конкурентів [3].

Організація управлінської діяльності є одним з найважливіших ресурсів підприємств на сучасному етапі розвитку економічних відносин. Дослідження та аналіз практики управління підприємствами, як вітчизняними так і зарубіжними, свідчать про те, що актуальною потребою управління стає пошук нових джерел конку-

рентних переваг, які виникають внаслідок зміни основ конкуренції та формування їх нових центрів, обумовлених переміщенням центрів приналежності, бізнесу у процесі створення споживчої вартості товару.

Дослідження сутності та різноманітності концепцій управління конкурентоспроможністю підприємства дає можливість більш точно визначити його основні складові елементи, принципи й напрямки формування змін. Як показує теорія і практика, головною потребою сучасного управління конкурентоспроможністю підприємства стає визначення, наукове обґрунтування стратегічних конкурентних переваг та вирішення завдання утримання досягнутих позицій тривалий час.

### **Список використаних джерел:**

1. Системно-процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства: реф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.referatcentral.org.ua/marketing\\_load.php?id=632](http://www.referatcentral.org.ua/marketing_load.php?id=632)
2. Яременко О. Ф. Науково-практичні аспекти стратегічного і тактичного управління конкурентоспроможністю підприємства / О. Ф. Яременко // Вісник Хмельницького нац. ун-ту. – 2011. – № 5. – Т. 1. – С. 35–37.
3. Решетнікова Т. П. Організаційно-економічні методи управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Т. П. Решетнікова. – Донецьк: Донец. нац. ун-т. – 2003. – 16 с.

**Душинський Д. М.**

*Одеський національний політехнічний університет, Україна*

### **МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ УКРАЇНИ**

Мобільний зв'язок сьогодні є однією з найбільш могутніх рушійних сил в індустрії телекомунікацій. Прибутки від мобільного зв'язку вже зараз значно перевищують прибутки від зв'язку в стаціонарних телефонних мережах. Про це свідчать обсяги доходів і кількість абонентів як в цілому, так і окремих операторів. Рівень покриття території України мережами мобільного зв'язку становить майже 120 відсотків [1].

Доходи від надання послуг мобільного зв'язку у 2011 р. склали 31,03 млрд. грн., що становить 60,9% від загальних обсягів доходів галузі і 66,1% – доходів сфери телекомунікацій. Доходи від надання послуг мобільного зв'язку зростають, в основному за рахунок збільшення тривалості розмов внаслідок гнучкої тарифної та маркетингової політики операторів та впровадження додаткових сервісів.

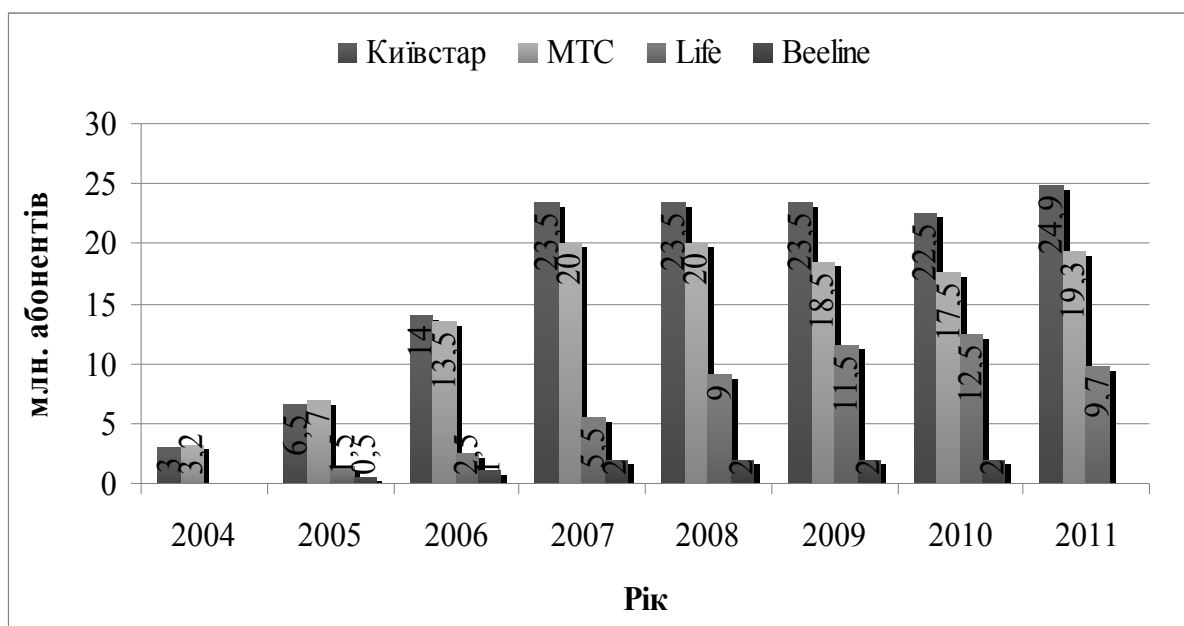
З роками кількість та розподіл абонентів мобільного зв'язку між операторами постійно змінювалась. Але лідером завжди був і залишається оператор «Київстар». Динаміка приросту абонентів зображена на рис. 1 [1].

Як видно з рисунку, лідером у рейтингу операторів з найбільшою абонентською базою залишається «Київстар», у якого за підсумками січня 2012 р. нараховане майже 24,9 млн. абонентів або 46,1% від всієї абонентської бази мобільного



зв'язку України. На другому місці – «МТС Україна», кількість абонентів якого складає близько 19,3 млн., частка ринку – 35,7%. Третю позицію в рейтингу займає компанія «Life:»)» – майже 9,7 млн. абонентів (13%).

Інші оператори мобільного зв'язку значно відстають від лідерів та займають таку долю ринку: Інтертелеком – 1,6% (836, 3 тис. абонентів); Укртелеком – 1,5% (811,4 тис. абонентів); PEOPLEnet – 1,4% (759,4 тис. абонентів); ITC – 0,7% (385,7 тис. абонентів).



**Рис. 1. Динаміка приросту абонентів операторів мобільного зв'язку**

Для визначення перспектив розвитку ринку послуг мобільного зв'язку у такому розвиненому конкурентному середовищі потрібно проведення маркетингових досліджень. Маркетингове дослідження та його результати слугують ефективною адаптацією виробництва і його потенціалу до стану ринку і вимог кінцевого споживача. Вони структурно включають два головних напрями: дослідження характеристик ринку й дослідження внутрішніх дійсних та потенційних можливостей виробничої діяльності фірми. Головне призначення результатів маркетингових досліджень – це генерування маркетингової інформації для ухвалення рішень в галузі взаємодії (комунікацій) суб'єктів маркетингової системи, таких рішень, що забезпечували б необхідну кількість та якість товарів та сервісів, дотримуючись вимог основних чинників зовнішнього середовища і споживача [2].

У нашому дослідженні ми провели анкетування абонентів різних операторів мобільного зв'язку України. Проводилось анкетування шляхом інтерв'ювання вибіркової сукупності населення – споживачів послуг мобільного зв'язку з 300 чоловік, з опитуванням жителів всіх регіонів, оскільки існує суттєва різниця споживачів за географічною ознакою. В якості респондентів для опитування населення були обрані пересічні громадяни, які були опитані через мережу Інтернет та шляхом опитування на вулиці. Проведене анкетування надало такі результати.

За результатами анкетування встановлено, що більш за всіх користуються послугами мобільного зв'язку (за різними причинами) особи віком від 16 до 25 років (29%), та від 25 до 40 років (31,7%). Також активними відвідувачами можна визначити більш зрілих осіб. Літні люди та діти до 16 років рідше користуються мобільним зв'язком. Серед споживачів основною масою є працюючі особи, учні та студенти (загалом 84%).

Розподіл респондентів за місцем постійного проживання свідчить про те, що половина респондентів є мешканцями великих міст (50%) чи невеликих міст (31%). Мешканці районних центрів рідше за мешканців селищ переїзять у міста, оскільки вони мають більш широкі можливості навчання та працевлаштування у рідному місті.

Цікавою є інформація про середній дохід респондентів. За даними опитування 52% респондентів вважають, що їх середній дохід на члена родини перевищує прожитковий мінімум, 26,3% вважають свій дохід на рівні мінімуму, 16% респондентів вказали на низький рівень життя і 5,7% – на суттєві доходи родини. Ці дані доводять, що операторам мобільного зв'язку треба також акцентувати свою увагу на надання послуг громадянам, які можуть отримувати не лише простіші та найдешевші послуги, а й більш дорогі новітні послуги (наприклад, безлімітний зв'язок).

Опитування визначило, що 54% респондентів користуються послугами двох операторів мобільного зв'язку, 7% навіть мають картки більш ніж двох операторів мобільного зв'язку і 39% користуються послугами лише одного оператора. Це свідчить про те, що більшість користувачів не вдоволені роботою одного оператора для всіх випадків життя.

Дані щодо вибору основного оператора зв'язку свідчать про те, що більшість віддає перевагу операторам «Київстар» та «МТС» (37% та 34%, відповідно). Третє та четверте місце поділяють між собою «Діджус» та «Life») (12,7% та 12%, відповідно) і лише 4,3% опитаних користуються послугами оператора «Білайн». Більшість опитаних (70,1%) у якості другого оператора мобільного зв'язку обирають «Life:)), друге місце поділяють оператори «Київстар» та «МТС» (15,2% та 13,1%, відповідно). Оператора мобільного зв'язку «Діджус» серед опитаних обрали лише 1,6%.

Щодо тарифної політики, та більшість абонентів віддає перевагу безкоштовним розмовам у мережі та низьким тарифам (41,2% разом). Також для користувачів є дуже важливим покриття, якість обслуговування та наявність пакетів безкоштовних хвилин для розмов з іншими операторами мобільного зв'язку (15,2% та 16,3%, відповідно). 12% респондентів обирали оператора, яким користуються більшість знайомих. Вигідні дзвінки за кордон, безкоштовний доступ до мережі Інтернет та наявність додаткових послуг менш за все цікавлять абонентів.

Дані щодо середньої тривалості мобільних розмов абонентів свідчать про те, що більшість людей (31%) витрачають на розмови по телефону 15–30 хвилин. 22,3% та 20,7% опитаних витрачають на розмови 30–60 хвилин або 5–15 хвилин, відповідно. 14,3% людей розмовляють не більш 5 хвилин, що пояснюється тим, що серед респондентів в основному працюючі люди і не у всіх вистачає часу довго

спілкуватися по мобільному телефону. Більше 60 хвилин в середньому спілкується по мобільному телефону 11,7% абонентів. Це обумовлено тим, що серед опитаних є учні та студенти, які багато спілкуються зі своїми близькими та друзями за нульовими тарифами. 81,7% респондентів найчастіше спілкуються з абонентами свого мобільного оператора. 15,7% абонентів часто здійснюють дзвінки іншим операторам мобільного зв'язку, що пов'язано з професійною діяльністю людей, де треба дзвонити усім операторам мобільного зв'язку. І лише 2,6% абонентів частіше здійснюють міжнародні дзвінки.

Розподіл відповідей стосовно того, що абоненти хотіли б змінити у послугах свого оператора мобільного зв'язку свідчить, що 49,3% респондентів вважають необхідним відмінити обов'язкове поповнення рахунку. При цьому лише 22,3% вважають, що тарифи треба ще більше знижувати. 18% опитаних не задоволені якістю покриття та обслуговування у свого оператора мобільного зв'язку. Інші варіанти відповідей (зниження тарифів на міжнародні розмови, СМС та ММС повідомлення) набрали лише від 2,4% до 5%.

Проведене дослідження показало, що одним з першочергових пріоритетів споживачів при виборі оператора є тарифна політика. Тому доцільно приділити увагу саме цьому аспекту маркетингової діяльності операторів, а саме запроваджувати програму лояльності для постійних користувачів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку і інформатизації: річний звіт за 2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrtelecom.ua/about/finance/results\\_finance](http://www.ukrtelecom.ua/about/finance/results_finance) <http://www.nkrz.gov.ua/uk/>
2. Голубицкая Е. А. Основы маркетинга в телекоммуникациях: учеб. пособ. / Е. А. Голубицкая, Е. Г. Кухаренко. – М.: Радио и связь, 2005. – 320 с.

**Димова В. В., к. е. н. Кринська Л. І.**

*Одеський національний політехнічний університет, Україна*

### **СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних умовах для підтримання конкурентоспроможності підприємства неможливо стояти на місці. Необхідно постійно шукати шляхи для розвитку організації. Сучасність диктує обов'язковість стратегічного мислення, яке відтворюється на підприємстві як стратегічне управління.

До малих підприємств належать підприємства із середньообліковою чисельністю працюючих за звітний період не більше 50 осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за цей період не перевищує 70 млн. грн.

Малому підприємству притаманні такі особливості:

- 1) обмежене поле діяльності;
- 2) невеликий розмір у порівнянні з усією галуззю;
- 3) незалежне (самостійне) управління;
- 4) власний (статутний) капітал.

У малому підприємстві досягнення результату у вирішальній мірі залежить від наполегливості підприємців, їхніх знань, професійної компетентності, високої амбіційності, яка дає змогу ефективно працювати навіть у дуже скрутній ситуації.

Для малого підприємства стратегічне управління є важливим не менш, ніж для середнього або крупного, адже воно дозволяє розглядати організацію як відкриту систему, в якій здійснюється взаємодія усіх ланок. Одним з елементів стратегічного управління є розробка стратегій.

Згідно з Немцовим В. Д. та Довганем Л. Є., стратегія – це довгостроковий якісно визначений напрям розвитку організації, спрямований на закріплення її позицій, задоволення споживачів та досягнення поставлених цілей. Він розробляється для того, щоб визначити, в якому напрямку буде розвиватись компанія, та приймати рішення при виборі способу дій.

Стратегії малих підприємств направлені на мінімізацію конкурентної боротьби з великими і середніми компаніями та на максимальне використання переваг малого бізнесу, особливо в плані гнучкості.

Аналіз ринкових умов господарювання, розробка способів і методів входження товару на ринок і розширення обсягів його реалізації становлять особливий напрям у діяльності підприємств, який називають маркетингом.

Маркетинг для малого підприємства – це система організації його праці, за якої виробничі рішення приймають після спеціального вивчення вимог ринку, прогнозування та управління діяльністю підприємства.

Стратегія маркетингу – основа дій підприємства в конкретних ринкових умовах, що визначає способи застосування маркетингу для розширення цільових ринків та досягнення ефективних результатів.

Вид маркетингової стратегії визначається на основі проведеного дослідження ринку. Тобто, якщо усім сегментам ринку притаманні однакові риси, то використовується масовий (недиференційований) маркетинг, тоді приймається рішення випускати однотипну продукцію. Якщо підприємство вирішило орієнтуватись на кілька сегментів ринку, тоді використовують диференційований маркетинг, тобто для кожного сегменту ринку передбачається випуск відповідного товару.

Особливістю малих підприємств є застосування стратегії недиференційованого маркетингу, оскільки в них відсутні відповідні умови і ресурси для використання диференційованих стратегій.

Недиференційований маркетинг (агрегований, масовий) базується на процесі ринкового агрегування, тобто розглядає ринок як єдину однорідну сукупність споживачів. Тобто фірма виходить на ринок з одним товаром і розробляє єдиний комплекс маркетингу, концентруючи увагу на загальних потребах споживачів, залишаючи поза увагою їхні відмінності.

Ринкове агрегування – це процес, протилежний ринковій сегментації: якщо сегментація заснована на встановленні відмінностей в межах певного ринку, то агрегування досліджує загальні риси, які були властиві всім споживачам ринку. Фірма приймає рішення ігнорувати різні сегменти ринку і замість пошуку відмін-

ностей в потребах намагається сконцентрувати свої зусилля на загальному для споживачів попиті. Тоді маркетингові заходи будуть спрямовані на розширення чисельності покупців, масову рекламу, масові засоби стимулювання продажу. Їхньою метою стає надання товару таких споживчих властивостей, які роблять його найпривабливішим для всіх споживачів. При цьому одна частина витрат на маркетинг зростає, а друга (дослідження, планування) знижується.

Стратегія недиференційованого маркетингу поділяється на спрощений і ускладнений варіанти. Свого часу фірма «Кока-Кола» виготовляла один напій для всього ринку, сподіваючись, що він сподобається всім. Але, за висновком П. Друкера, бажання задовольнити потреби всіх споживачів закінчується тим, що ніхто не буде задоволений. Спрощений недиференційований маркетинг полягає в тому, що виробляється товар із спрощеними (мінімальними) функціональними властивостями. Ускладнений недиференційований маркетинг має місце тоді, коли зі зростанням та розвитком ринку фірма-виробник ускладнює товар, насичує його найрізноманітнішими функціональними рисами й подає його таким, який задовольняє всіх.

Отже, стратегія недиференційованого маркетингу, яку найчастіше використовують малі підприємства, надає переваги у вигляді низьких витрат завдяки виробництву одного виду товару, але керівництво має здійснювати певні засади для уникнення втрати конкурентоспроможності товару внаслідок загострення видової та функціональної конкуренції.

На сучасному етапі становлення економіки України, коли держава не приділяє потрібну увагу розвитку малого бізнесу в Україні, малому підприємству, яке обирає стратегію маркетингу, необхідно проаналізувати тенденцію відповідного ринку, визначити політичні, економічні, соціальні та інші умови, що впливають на діяльність компаній, зіставити свої бажання зі своїми можливостями та якомога повніше використати всі свої переваги на ринку, щоб зайняти відповідну бажану нішу та йти до процвітання і росту.

**К. э. н. Жильченкова В. В., Моргунов В. А., Сухорукова Е. В.**

*Донецкий национальный технический университет, Украина*

### **ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

В период реформирования экономики эффективное управление издержками производства и результатами деятельности предприятий представляет собой важную и сложную задачу. Методика расчета себестоимости существенно влияет на финансовые результаты работы, а также на управленческие решения, направленные на повышение прибыльности за счет снижения издержек производства.

Методологическим проблемам расчета себестоимости промышленной продукции уделяется большое внимание. Разные аспекты управления издержками производства и прибылью были рассмотрены в работах отечественных авторов та-

ких как: М. А. Вахрушин, В. П. Грузинов, В. И. Данилин, Н. П. Кондраков, И. В. Ежкова, С. Ю. Хаминич, О. Д. Радченко и другие. Их научные исследования способствовали развитию теории и формированию обоснованной системы учета затрат, успешному применению на практике рекомендаций, направленных на повышение гибкости и полноты учета, усилению его роли в управлении производством.

В современных условиях перед предприятиями все более остро стоит вопрос эффективного управления затратами. По мере развития конкуренции на целевых рынках происходит снижение нормы прибыли. В следствии чего перспективы развития предприятия начинают во многом зависеть от поведения затрат и степени их управляемости.

Для многих промышленных предприятий в настоящее время становятся типичными одни и те же проблемы в области управления затратами, к которым относятся:

- высокий уровень конкуренции, которая преимущественно носит ценовой характер;
- неполная загрузка производственных мощностей;
- высокий уровень износа технологического оборудования и рост затрат на ремонт;
- существенная доля затрат на сырье и энергоресурсы в структуре себестоимости;
- низкая эффективность контроля постоянных затрат.

Цель исследования управления затратами – достижение заранее установленного результата текущей хозяйственной деятельности предприятия за счет принятия и реализации управленческих решений, обеспечивающих эффективное использование ресурсов.

Система управления затратами должна соответствовать следующим требованиям:

- иметь четкое определение и детализацию показателей затрат;
- соответствовать иерархически организованной системе управленческой отчетности, ориентированной на конкретного пользователя;
- обеспечивать распределение ответственности за результаты управления затратами между менеджерами;
- мотивировать и ориентировать на результаты управления затратами;
- обеспечивать выполнение процессов планирования, учета, контроля и анализа затрат на систематической основе;
- соответствовать адекватной информационной системе, позволяющей получать информацию для целей управления;
- регламентировать и стандартизировать процессы управления затратами.

Опыт совершенствования системы управления экономикой и финансами на промышленных предприятиях позволяет сделать вывод о том, что перечисленные выше требования к управлению затратами мало где выполняются в полном объеме.

Основными блоками технологии создания и внедрения системы управления затратами являются:

- основные понятия и процедуры в системе управления затратами (планирование затрат, учет и план-фактный контроль затрат, корректирующие воздействия на процесс формирования затрат);
- выявление существующих проблем;
- описание желательной модели управления затратами;
- построение информационной системы;
- адаптация документооборота к информационной системе [1].

Распределение ответственности за формирование затрат должно быть разделено. За текущие затраты несет ответственность руководитель соответствующего подразделения в части регулируемых затрат, а за уровень долгосрочно прогнозируемых затрат отвечает руководитель центра инвестиционных затрат.

Обязательным элементом эффективного управления затратами является система мотивации ресурсосбережения. Такая мотивация может быть в виде премий за выполнение норм и нормативов, процента от экономии против норм и т. д.

Что касается внедрения системы и обучение персонала, практика показывает, что внедрение системы управления затратами и обучение персонала наилучшим образом осуществляется при помощи специализированных внешних консультаций, когда консультанты работают в непосредственном контакте с ответственными лицами на всех этапах построения системы – от диагностики до обучения.

Основными проблемами управления затратами следует признать:

- обеспечение достоверности и актуальности планирования затрат;
- своевременность получения информации о фактических затратах и оперативность реакции управляющих;
- адекватный выбор показателей, необходимых для управления затратами и их аналитический разрез;
- обеспечение взаимосвязи системы бюджетирования и управленческого учета [2].

Считается, что управление затратами – это обязанность экономической службы предприятия, которая осуществляет нормирование, планирование и контроль затрат. Однако, это не так. Экономическая служба должна консолидировать данные, проверять их, но в формировании себестоимости принимают участие абсолютно все подразделения предприятия. Планирование затрат, ответственность за их величину должна быть переложена, разделена на руководителей подразделений предприятия. Сокращение затрат должно осуществляться теми людьми, кто за них отвечает и в тех подразделениях, где эти затраты возникают [3].

Таким образом можно сделать вывод, что система управления затратами всегда должна поддерживаться системой мотивации на предприятии. Если руководитель подразделения не знает, какого уровня и суммы затрат он может максимально достигнуть и не вознаграждается премией либо лишается ее, то постепенно программа сокращения затрат станет таким же номинальным документом, каким уже является на многих предприятиях.

Решение данных проблем ведет к повышению эффективности управления затратами и обеспечению лидерства в снижении издержек.

#### **Список использованных источников:**

1. Ежкова И. В. Себестоимость продукции предприятия – от законодательно-учетного к управленческому подходу / И. В. Ежкова // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. – 2008. – № 1. – С. 25–31.
2. Хамініч С. Ю. Управління підприємством на засадах освітнього потенціалу / С. Ю. Хамініч. – Дніпропетровськ.: ДНУ, 2006. – 288 с.
3. Радченко О. Д. Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансами малих підприємств [Електронний ресурс] / О. Д. Радченко // Економічні науки. – Луцьк, 2008. – Вип. 5 (20). – Ч. 2. – 368 с. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum)

**К. е. н. Жмайлова О. Г., Бабицька О. О.**

*ДВНЗ «Українська академія банківської справи  
Національного банку України», м. Суми*

#### **ДО ПИТАННЯ МЕТОДИКИ ФОРМУВАННЯ КІНЦЕВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Одним із актуальних завдань розвитку економіки України сьогодення є створення умов ефективного функціонування суб'єктів господарювання, важлива роль в діяльності яких належить фінансовим результатам.

Відомо, що прибуток виконує найрізноманітніші функції, поєднуючи в собі, при цьому, достатньо різні ознаки, а саме:

- отримання прибутку є головною метою заснування і подальшого функціонування підприємства;
- абсолютна величина прибутку визначає розмір кінцевого фінансового результату господарюючого суб'єкта;
- за його допомогою характеризується ефективність операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства;
- прибуток виступає ланкою, що через податки, розкриває взаємозв'язок між державою та окремими господарюючими суб'єктами, виступаючи, таким чином, потужним джерелом формування фінансових ресурсів країни;
- однією з властивостей прибутку є також забезпечення фінансової незалежності підприємства, оскільки він виступає джерелом формування власних фінансових ресурсів, тобто за його допомогою підприємство здатне само фінансувати розширення виробничих потужностей, залучати інтелектуальний та інвестиційний капітал.

При цьому широкому спектрі властивостей прибутку існує ще одна достатньо вагома притаманна йому характеристика – фактор часу. Тобто, отриманий фінансовий результат діяльності в бухгалтерській звітності фіксується в кінці певного періоду, однак дохід (як додана вартість, в економічному розумінні) формується по мірі здійснення господарської діяльності. А це свідчить про те, що підприємство може мати в своєму розпорядженні прибуток, як фінансовий ресурс, ще до визначення його в фінансовій звітності.



Саме така багатогранність даної економічної категорії вимагає чіткого підходу до спостереження за процесами формування і виникнення фінансових результатів в ході функціонування підприємства.

У ході формування прибутку й визначення його розміру на певну дату необхідно з'ясувати, які види діяльності підприємства обумовили отримання кінцевого результату.

Так, кінцевим результатом процесу основної діяльності підприємства виступає валовий прибуток, іншими словами – прибуток від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Він визначається як різниця між чистим доходом (виручкою) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартістю реалізованої продукції. Залежно від сфери, виду діяльності підприємства є деякі особливості формування цього прибутку, методики його розрахунку. Так, для виробників, основною діяльністю є купівля матеріалів, сировини, палива, сам процес виробництва, реалізація продукції. Для торговельних підприємств ці операції обмежуються придбанням та реалізацією товарів. Виробничі сільськогосподарські кооперативи майже повністю обмежені рамками тієї діяльності, для якої вони були створені.

Наступний вид фінансового результату – прибуток від іншої реалізації. Суб'єкт господарювання може отримати його за умови ведення певної діяльності, яка не є основною для даного підприємства, але пов'язана з реалізацією матеріальних і нематеріальних цінностей, певних послуг. Прибуток від іншої реалізації формується на підприємстві за умов продажу основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних активів. Цей вид прибутку може виникати також внаслідок ліквідації та уцінки необоротних активів. Склад і обсяг прибутку від іншої реалізації можуть значно коливатись на окремих підприємствах і в окремі періоди.

До окремого напрямку діяльності можна віднести здійснення фінансових інвестицій. У результаті підприємства отримують прибуток у вигляді дивідендів на акції, від вкладання коштів у статутні фонди інших підприємств (прибутки від володіння корпоративними правами); у вигляді відсотків на державні цінні папери, облігації підприємств, на депозитні рахунки.

У процесі фінансової діяльності забезпечується додаткове формування прибутку від операційної та інвестиційної діяльності підприємства, який характеризується різницею між рівнем рентабельності активів і вартістю додатково залученого із зовнішніх джерел капіталу.

Надзвичайна діяльність носить тимчасовий характер. На відміну від звичайної, вона пов'язана, в основному, зі стихійними лихами та катастрофами. Результатами надзвичайних подій, при цьому, можуть бути не лише збитки (понесені внаслідок землетрусу, пожежі, повені), а й доходи, сформовані в результаті відшкодування коштів зі сторони держави або страхових організацій.

Серед інших напрямів формування доходів підприємства необхідно виділити виникнення дебіторської та кредиторської заборгованості, що утворюється внаслідок розбіжностей у часі між відвантаженням продукції та її оплатою.

Як уже зазначалося раніше, отримання прибутку від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) тісно пов'язане із здійсненням основної діяльності суб'єкта господарювання. Валовий прибуток входить до складу доходу (виручки) від реалі-

зації. Саме тому його формування залежить від надходження виручки на підприємство. Проте, на відміну від виручки, яка чітко фіксується в бухгалтерському обліку при надходженні її на розрахунковий рахунок, обсяг отриманого прибутку визначається лише за певний період (місяць, квартал, рік). Реально формування прибутку на підприємстві відбувається в міру реалізації продукції, тому в обороті підприємства прибуток виникає до відображення його в звітності. Для формування прибутку важливе значення має встановлення моменту реалізації продукції.

В бухгалтерському обліку розрізняють декілька методів визначення фінансового результату. Однак, усі ці методи дають неоднакові фінансові результати діяльності підприємств. Тому слід обрати той з них, який забезпечує найбільш оптимальне й точне відображення доходів у покупця і витрат у продавця товарів і відповідає міжнародним правилам економічних взаємовідносин.

Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку передбачено використання методу нарахування і касового методу.

Сутність методу нарахування полягає в тому, що для визначення фінансового результату необхідно співставити доходи звітного періоду з витратами, понесеними для досягнення цих доходів. До недоліків цього методу відносять нарахування податків, зборів та обов'язкових платежів в момент реалізації продукції, та, безумовно, своєчасна їх сплата. При цьому виручка від реалізації не завжди вчасно перераховується на рахунок підприємства-реалізатора. Тобто, згідно даних обліку підприємство отримало прибуток, хоча фактично його немає.

Касовий метод визначення доходів і витрат передбачає відображення моменту реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) після відпуску її покупцю й отримання сплати за неї. Але і він, не дивлячись на свою ясність і простоту, не дає можливості повною мірою визначити доходи і витрати за певний період і викривляє фактичний фінансовий результат.

Таким чином, підсумовуючи вищесказане, відмітимо, що формування величини прибутку є результатом здійснення звичайної та надзвичайної діяльності підприємства. Окрім того, одним із моментів, які можуть впливати на кінцеву величину сформованого прибутку (збитку) є метод відображення його у фінансовій звітності. Вкрай важливим є відображення реально отриманого фінансового результату, оскільки всі інші роботи з аналітичного спостереження за прибутком підприємства будуть мати викривлені дані і не дозволять дати раціональну відповідь на поставлені задачі аналізу фінансових результатів.

**Іванова О. М.**

*ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна*  
**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Український і світовий досвід свідчать, що туризм є одним із найбільш доходних видів економічної діяльності. Це пояснює його динамічний розвиток у більшості країн світу. Всесвітня туристична організація (UNWTO) прогнозує, що що-

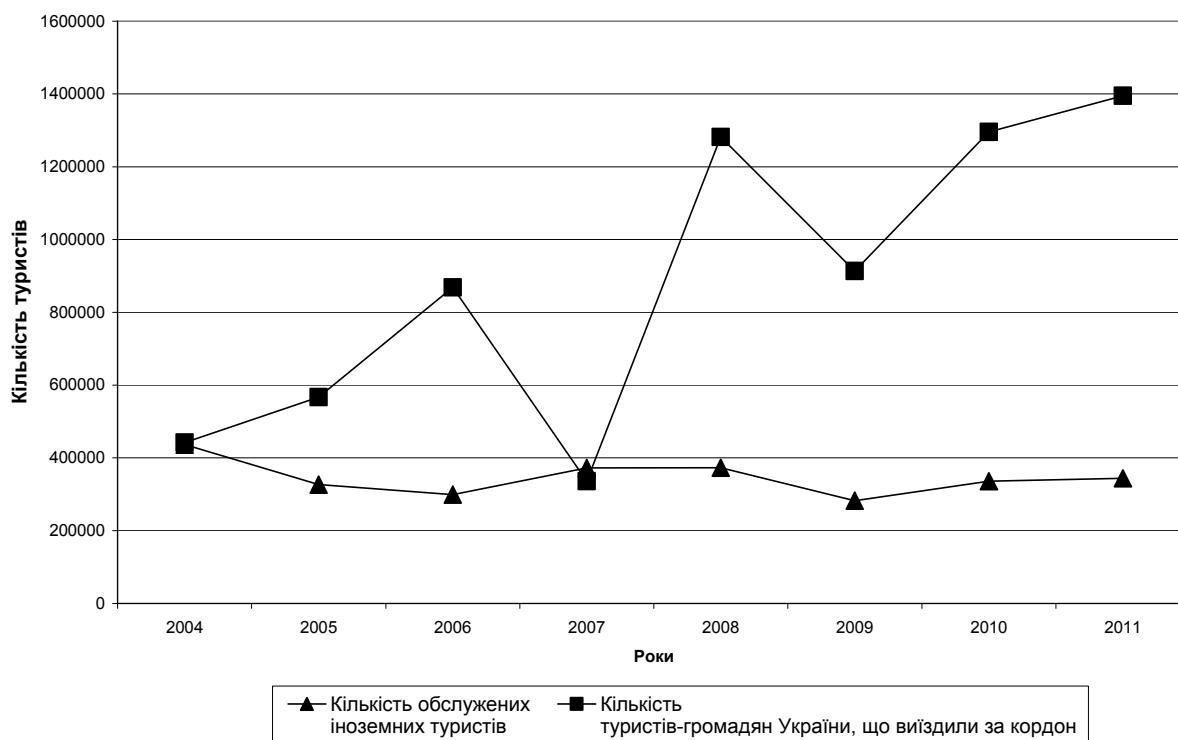
річне зростання туристичних потоків становитиме у середньому 3,3% на рік (43 млн. міжнародних туристів щорічно) та досягне 1,8 млрд. у 2030 р. Значення туристичного бізнесу у світі збільшується, зокрема через суттєвий вплив на економічний розвиток кожної окремої країни, забезпечуючи ріст валютних надходжень, розширюючи внески у платіжний баланс, сприяючи підвищенню рівня зайнятості населення.

Розвиток туризму сприяє інтеграційним, демократичним, гуманітарним процесам на світовому соціально-економічному та політичному просторі, що забезпечують зближення народів, сприяють обміну духовними і культурними цінностями, розвивають толерантний світогляд.

Світовий туристичний ринок має суттєві переваги порівняно із українським, адже має більш досконалу і розвинену інфраструктуру, відповідний кадровий потенціал та спирається на чітку послідовну державну стратегію розвитку туризму.

Розвиток туризму, зокрема активізація діяльності туристичних підприємств, передбачає наявність розвинутої мережі підприємств ресторанно-готельного бізнесу з високим рівнем обслуговування, транспортної інфраструктури, що відповідає міжнародним стандартам. Суттєве значення має стан історико-культурних цінностей та пам'яток архітектури, наявність висококваліфікованих кадрів на туристичних підприємствах, розвиток інформаційно-комунікаційної складової у туризмі. Значне відставання України у вищезазначених напрямках обумовлює структуру туристичних потоків.

В Україні, що має значний потенціал щодо розвитку в'їзного туризму, туристичний бізнес розвивається у напрямі виїзного туризму, тобто туристичні підприємства займаються переважно організацією турів за кордон (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні у 2004–2011 рр.**  
[за даними Держкомстату України]

Кількість туристів-громадян України, що виїздили за кордон, починаючи із 2004 р. зростає більш швидкими темпами ніж кількість іноземних туристів. Середній темп росту в'їзного туристичного потоку у 2004–2011 рр. становив 98%, виїзного – 146%. Якщо у 2004 р. кількість туристів-громадян України, що виїздили за кордон перевищувала кількість іноземних туристів на 1,2%, то вже у 2011 р. – більш ніж у чотири рази.

Подібна тенденція характерна, зокрема, і для туристичних підприємств Полтавської області (табл. 1). Кількість туристів-громадян України, які були відправлені ними за кордон, перевищила кількість обслужених іноземних туристів у 2010 р. більш ніж у 25 разів. Середній темп росту в'їзного туристичного потоку у 2004–2011 рр. становив 75%, виїзного – 110%.

**Таблиця 1. Кількість туристів, обслужених туристичними підприємствами Полтавської області у 2004–2010 рр.**

Роки	Кількість обслужених іноземних туристів	Кількість туристів-громадян України, що виїздили за кордон	Кількість обслужених іноземних туристів у % до попереднього року	Кількість туристів-громадян України, що виїздили за кордон у % до попереднього року	Співвідношення виїзного та в'їзного туристичних потоків, %
2004	1727	4128	х	х	239
2005	2104	6930	122	168	329
2006	1778	9868	85	142	555
2007	1839	11808	103	120	642
2008	1341	16933	73	143	1263
2009	718	13156	54	78	1832
2010	636	15994	89	122	2515

\*За даними Головного управління статистики у Полтавській області.

Залежність туристичних підприємств як посередника від виробників туристичних послуг значно ускладнює їх діяльність щодо формування туристичних продуктів. Отже, одним із їх основних завдань є активізація вивчення попиту споживачів для більш тісної співпраці із виробниками туристичних послуг щодо забезпечення високого рівня задоволення потреб споживачів.

Розвиток туризму передбачає максимальне використання природних особливостей України, її культурно-історичної спадщини, для чого необхідна співпраця туристичних підприємств із відповідними закладами.

Виключного значення набуває підготовка та підвищення кваліфікації кадрового складу туристичних підприємств, вдосконалення підбору персоналу, орієнтуючись на високий рівень компетентності та креативності.

Значну роль у розвитку діяльності туристичних підприємств відіграє державна підтримка, зокрема щодо охорони та відновлення природної та історико-куль-

турної спадщини, вдосконалення транспортної інфраструктури, створення сприятливого інвестиційного клімату, формування привабливого іміджу України, впровадження системи стандартизації та сертифікації туристичних послуг.

**Колесник К. С.**

*Одесская национальная академия связи имени А. С. Попова, Украина*

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ С МНЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

Современный рынок телекоммуникаций стремительно развивается и необходимо более детально анализировать отрасль. Информация стала одним из главных продуктов для человечества. Человечество хочет получать качественную информацию в любое время. Качество является единственным показателем, который показывает способность услуг связи удовлетворить потребности человечества. С появлением новых услуг, технологий, потребности человечества изменяются и постоянно увеличиваются. Анализируя рынок телекоммуникаций необходимо детально исследовать потребности населения. Появилась необходимость усовершенствовать отделы маркетинга, которые изучают рынок и его динамику. Рынок связи динамичен и не предсказуем. Потребители хотят использовать качественные и доступные услуги связи. Требования к услугам связи увеличиваются и меняются, в этом заключается динамичность телекоммуникационного рынка. Услуги связи должны быть качественными и общедоступными для любого потребителя. Операторы связи должны учитывать мнение потребителей и реагировать на их изменения.

Современные операторы связи используют опросные анкеты, тестовые звонки, чтоб понять, что интересует потребителей и чего они ждут от услуг связи. Для того чтоб оценить уровень качества необходимо знать мнение населения. Существуют показатели качества, уровни которых определяют качество услуг и обслуживания. На сегодняшний день используют четыре основных показателя качества:

1. Доступность.
2. Скорость.
3. Надежность.

Это технические показатели, которые определяют качество работы телекоммуникационной сети. Потребителю необходимо чтоб связь не прерывалась, была возможность позвонить в любом месте, отправить сообщение или изображение. При этом потребитель хочет, чтоб телекоммуникационные услуги работали быстро. Потребителям необходимо чтоб связь была надежная и безопасная. Технические показатели качества определяют возможность телекоммуникационной сети удовлетворять потребности населения.

4. Качество обслуживания.

Качество обслуживания это организационный показатель и играет большую роль для потребителей. Потребителю необходимо чтоб качество обслуживание в

отделениях оператора связи было на высоком уровне, предоставлялась понятная и достоверная информация. Большое значение имеет месторасположение отделений оператора связи и возможность совершать операции в терминалах самообслуживания. Качество обслуживания это показатель, который имеет большое значение при формировании потребностей населения.

Для того чтоб определить потребности населения, их мнение о деятельности операторов связи, необходимо составить опросную анкету и провести социологическое исследование (опросить пользователей связи). При помощи опросной анкеты определяются потребности населения. Лидирующие операторы связи постоянно определяют потребности населения при помощи тестовых звонков, сообщений с вопросами о работе телекоммуникационных услуг. Один из успешных методов определить мнение потребителя это терминалы самообслуживания, за день сотни людей совершают операции при помощи точек самообслуживания, перед завершением необходимого действия, потребителю будет задан вопрос, который связан с деятельностью операторов связи. Вопрос должен быть легкий, ответы: «Да» или «Нет», каждый потребитель ответит и покажет свое мнение о работе телекоммуникационной сети. Это один из успешных методов быстро и легко узнать достоверное мнение победителей.

В данной работе проведено исследование потребностей населения при помощи сформированной опросной анкеты. В анкете один вопрос: «Чего вы ждете от использования услуг связи». Опрошено 95 респондентов в возрасте 25–55 лет. В табл. 1 предоставлены результаты опроса.

**Таблица 1. Потребности населения к качеству услуг и обслуживания**

Качество услуги
Качество передачи голоса
Скорость дозвона
Возможность в любое время отправлять смс и ммс
Возможность дозвониться в любое время
Связь без обрывов, помех и прерываний
Покрытие в городе проживания
Покрытие в сельской и мало заселенной местности
Покрыти в местах где связь традицоона хуже
Безопасность сигнала (частота сигнала)
Качество сервиса (обслуживание потребителей)
Доступ на WEbSite
Скорость работы WEbSite
Наличие online кабинетов
Операции на WebSite (пополнение счета и т.д.)
Безопасность проведения операций в online кабинете
Безопасность online кабинетов
Точность и правильность снятия денег со счета
Скорость зачисления средств на счет
Скорость обновления баланса
Смс предупреждения о состоянии баланса
Порог отключения услуги при окончании при окончании баланса

Наличие терминалов самообслуживания
Защита информации от третьих лиц
Качество работы контакт персонала
Контакт с центром обслуживания
Достоверность предоставленной информации в центре обслуживания
Контакт офис и контакт магазин
Близость контакт офисов
Скорость предоставление информации
Контакт с оператором (не комп'ютер)

Мнения потребителей разделены на три группы. Первая группа это потребности к качеству работы самой телекоммуникационной сети. Потребители хотят пользоваться услугой связи всегда, чтоб в любом месте нахождения была связь, чтоб сигнал был четкий и не прерывался. Вторая группа это потребности к качеству обслуживания. С развитием сети Интернет появилась возможность осуществлять операции на сайте оператора при помощи собственного виртуального кабинета. Следить за движением денежных средств, в любое время пополнить счет, не выходя из дома. Третья группа это потребности к качеству работы контакт персонала. Связь с контакт персоналом необходима потребителю. Эти услуги стали очень популярные, и потребители хотят, чтоб они были качественные.

Согласно опросу видно, что требований населения гораздо больше, чем параметров качества. Следовательно, существующие параметры качества нуждаются в усовершенствовании.

По данным опроса видно, что среди определенных мнений потребителей присутствуют мнения насчет безопасности телекоммуникационных услуг. Данное мнение очень важное для потребителей, они хотят использовать не только доступные, быстрые и надежные услуги, но и безопасные услуги.

На сегодняшний день мнения потребителей касающихся безопасности услуг такие:

1. Безопасность сигнала (частота сигнала);
2. Безопасность проведения операций в online кабинете;
3. Безопасность online кабинетов;
4. Защита информации от третьих лиц.

При существующих показателях качества эти мнения можно отнести к показателю надежности.

Однако, современный рынок телекоммуникаций развивается, потребности населения меняются. Существующие показатели качества уже не могут определять качество услуг или обслуживания в полной мере. Необходимы новые показатели качества, которые могут показывать уровень работы современных телекоммуникационных услуг и удовлетворять потребности населения.

Необходимо добавить новый показатель качества – безопасность. Потребители хотят пользоваться безопасной услугой.

**К. э. н. Кучмий Т. И.**  
*ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный  
технический университет имени Г. И. Носова», Российская Федерация*  
**ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ РЫНКА ПОКУПАТЕЛЯ**

В настоящее время на покупателя обрушился большой поток информации, товаров, приемов маркетинга, которые, порой агрессивно заставляют его совершать покупки необдуманно, не те, которые он желал бы приобрести. Знание некоторых аспектов психологии покупателей позволяет фирмам активно использовать модели его поведения для реализации его потребностей в безопасности, отдыхе, защите, деньгах, благополучии и т.д. Однако в последние годы покупатель покупает много и дорого и все более недоволен покупками, так как доходы растут, а эффективность их распределения падает. Торговцы научились ловко пользоваться моделями поведения покупателей. Они заставляют платить больше и при объявлении скидок, и при дифференциации товаров по ценам, и при сравнении товара с аналогичными товарами, но худшего качества, и при создании определенных условий для покупки (сезон, место) и т.д.

В итоге неудовлетворенность потребителя покупкой и его переживания предполагают ответную реакцию в виде стремления снизить затраты, сменить постоянного продавца, уличив его в стремлении осуществить неэквивалентный обмен или увеличить затраты на сервис при низком качестве товара. Традиционная схема взаимоотношений продавца и покупателя рушится. Покупатель заставляет продавца убирать неэффективные затраты, снижать цену. Причина – неэффективность каналов распределения и большая дифференциация товаров с минимальными или мнимыми улучшениями. Ориентир фирм на улучшение качества и сервиса лишь увеличивает их затраты, а покупатель ищет инновационные решения, позволяющие сделать покупку нужного товара с минимальными затратами.

Компании сейчас столкнулись с тем, что у них все меньше покупателей, которые, заработав деньги, приходят в магазин, платят и получают покупку, если есть нужный товар нужного размера. Покупатели изучают каталоги, пользуются услугами Интернета, звонят производителю с требованием обеспечить товар нужными деталями для ремонта и обслуживания. Они охотно бесплатно пользуются услугами профессиональных консультантов, изучают товары в магазинах, а затем приобретают их в другом месте или даже стране. Используя один канал для получения информации, они легко пользуются другим каналом для покупки. Фирмы же тратят большие деньги на обустройство мест продаж, подготовку и повышение квалификации персонала и при этом не уверены, что потребитель будет верен марке и не уйдет к конкуренту.

Зарекомендовавшие себя приемы маркетинга, нацеленные на удержание потребителя, не работают. Необходимо еще глубже изучать потребности и желания потребителя с целью снизить издержки на производство и продвижение товара. Главный инструмент здесь – общение, которое не исключает использование и



других традиционных приемов исследования поведения потребителя. Цель общения фирмы с потребителем – это выявление типов его поведения для построения эффективных коммуникаций, позволяющих совершенствовать производство. Если до сегодняшнего дня привлечение социологов, психологов, антропологов было нацелено на выявление и анализ отдельных элементов поведения потребителя (например, его привычек, слабостей, страха и т.д.), то сейчас оно предполагает целостный подход к исследованию потребителя как личности. Поэтому, в настоящее время сегментация рынка по отдельным его признакам или группе признаков оказалась недостаточной.

Если раньше считалось, что потребители с одним социальным статусом, близкими демографическими характеристиками приобретают однотипные товары одним и тем же способом через одни и те же каналы распределения, то необходимы фирмы, обслуживающие данный сегмент через специализированные магазины. Сейчас эти потребители разбрелись по рынку в поисках приемлемых для них товаров и условий продажи. Часто они выделяют наиболее важные для них характеристики товара, сервиса, игнорируя хорошие условия продажи и даже санитарные нормы и стандарты.

Практика увеличения числа каналов распределения сегодня подтверждает правильность выбора в ориентации не на традиционные сегменты рынка, а на индивидуальные, личностные ориентиры потребителя. Компании, которые ориентировались на собственные магазины, сегодня торгуют и по каталогам, и через интернет. Появление новых каналов распределения, например, через Интернет, банкоматы, не приводит к исчезновению магазинов и банков, так как личные контакты с продавцом для многих клиентов остаются необходимой составляющей принятия решения о покупке. Причина – выстраивание новых отношений с клиентом. Эти отношения все больше призваны учесть психологические особенности клиентов.

Познав, какие подходы выбирают покупатели каждого типа к принятию решения о покупке, можно создать рентабельные каналы распределения. Для этого необходимо создание в них специализированных звеньев, которые будут работать с определенными типам покупателей и увеличение контактов между звеньями в цепи распределения для предоставления сравнительной информации. Также необходим рост сотрудничества с фирмами-конкурентами, которое предполагает размещение на их сайтах информации о своем товаре, совместное проведение презентаций, экспертных оценок товаров-аналогов. Это позволит увеличить объем детальной и систематизированной информации о товаре и, тем самым, ускорить принятие решения о покупке.

Таким образом, если в недалеком прошлом эффективны были каналы распределения, построенные на четкой сегментации рынка (прямой, непрямой, гибридный канал), то в настоящее время покупатель побуждает компании переходить к построению каналов распределения по принципу «мой», «не мой», «возможно и мой» и «чужой». Такой подход обусловлен необходимостью социализации рынков, которая осуществляется благодаря новым коммуникационным технологиям, позволяющим лучше учесть потребности потребителя.

Формирование эффективных каналов распределения нацелено на то, чтобы не препятствовать клиентам, совершать покупки любым способом в любом месте. Их формирование неизбежно вызывает необходимость более тесной связи производителей товара с потребителями. Индивидуализация условий приобретения товаров неизбежно влечет за собой и индивидуализацию их производства. Более тесное сотрудничество и специализация в сетях распределения товара позволяет производителям собрать больше информации о потребителях, структурировать ее в соответствии с их потребностями, предпочтениями, внешними факторами воздействия на принятие решения о покупке, а также интегрировать информацию для успешной разработки новых идей и товаров. Это позволит приспособить производство к выполнению индивидуальных заказов при стандартизации основных параметров продукции (например, пошив одежды, обуви представленных моделей по индивидуальным меркам и индивидуальном выборе материалов и цветовой гаммы представленной фирмой).

Инновационные изменения в производстве становятся не просто объективной необходимостью, диктуемой поиском долгосрочного конкурентного преимущества фирм, но и получают импульс в виде интегрированной информации о малочисленных группах потребителей («интегрированные» по методике VALS), которые играют важную роль в качестве законодателей мод, через которые проходят все успешные товары и идеи. Концентрация информации о потребителях, которые руководствуются только потребностями (беднейшие слои населения), или собственными предпочтениями и желаниями (внутренними факторами), или заботятся о том, что думают о них другие (руководствуются внешними факторами), позволит производителю более рационально распределить ресурсы и обеспечить модернизацию производства в нужных направлениях.

**Мальцева В. В.**

*Луганський національний університет імені Т. Шевченка, Україна*  
**МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ**

Здійснення процесу ринкових перетворень в Україні вимагає створення дієвої системи захисту майнових інтересів підприємців, посилення соціального захисту громадян та їх сімей, забезпечення економічної та екологічної безпеки держави, що неможливо без ефективного функціонування страхової діяльності в Україні.

Діяльність страхових компаній, як виробників специфічних послуг є залежною від багатьох факторів впливу мікро- та макросередовища, і як раз страховий маркетинг є важливим інструментом взаємодії страхової компанії та її оточення.

Маркетингове середовище страхової компанії – сукупність активних суб'єктів, що діють у середині та за межами страхової компанії і впливають на її можливість досягти поставлених цілей. Як раз маркетингове середовище являє собою сукупність факторів мікро- і макросередовища, які характеризують внутрішнє та зовнішнє середовище страхової компанії.

Внутрішнє середовище страхової компанії – це фактори, що діють усередині страхової компанії і зумовлюють можливість успішної роботи цієї установи на фінансовому ринку.

Мікросередовище страхової компанії – це фактори внутрішнього середовища страхової компанії та сили, які безпосередньо пов'язані зі самим банком та його можливостями щодо обслуговування клієнтури, а саме:

- внутрішнє середовище страхової компанії;
- контрагенти;
- маркетингові посередники;
- страхувальники;
- конкуренти.

Зовнішнє середовище страхової компанії – це фактори, що діють за межами страхової компанії та зумовлюють можливість її успішного співробітництва зі страхувальниками та ринкові позиції. Зовнішнє середовище банку представлено факторами прямої та непрямой дії.

Фактори прямої дії – це фактори безпосереднього впливу на діяльність страхової компанії.

Фактори непрямой дії зовнішнього середовища – це фактори, що діють за межами страхової компанії впливають на можливість співробітництва зі страхувальниками та ринкові позиції через фактори прямої дії.

Макросередовище – сили широкого соціального масштабу, які впливають на діяльність страхової компанії через фактори мікросередовища (фактори демографічного, економічного, природного, політичного та культурного характеру).

Таким чином, зовсім очевидним стає те, що всі фактори (внутрішнє та зовнішнє середовище страхової компанії, мікро- та макросередовище маркетингу) є взаємопов'язані між собою або є компонентами одне одного (рис. 1).

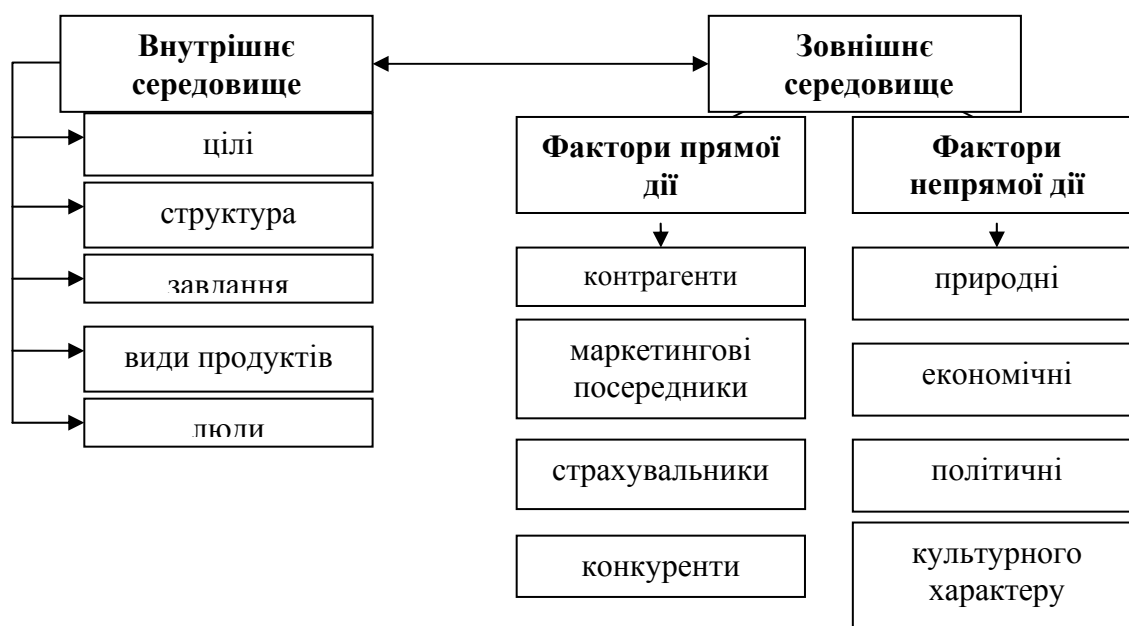


Рис. 1. Структура мікро- і макросередовища маркетингу страхової компанії

Дослідження особливостей страхового маркетингу вимагає акцентування уваги на всіх факторах як внутрішнього так і зовнішнього середовищ. Із наведеного рисунка видно, що внутрішнє середовище страхової компанії є структурною одиницею мікросередовища маркетингу. Фактори непрямой дії зовнішнього середовища страхової компанії є тотожним поняттям до макросередовища маркетингу. Фактори прямого впливу зовнішнього середовища страхової компанії – це більшість компонентів мікросередовища маркетингу за вирахуванням внутрішнього середовища страхової компанії. Таким чином, концепція внутрішнього та зовнішнього середовища страхової компанії є тотожна за структурою концепції мікро- і макросередовища маркетингу.

Розглянемо насамперед фактори прямого впливу зовнішнього середовища страхової компанії.

Партнери (постачальники) можуть впливати на діяльність страхової компанії, оскільки вони забезпечують її ресурсами для виробництва, продажу, збуту страхових послуг;

Контрагенти зумовлюють можливість страхової компанії забезпечувати страховими продуктами своїх клієнтів у різних географічних регіонах та зонах. Надаючи послуги нібито підбрендом своєї страхової компанії, вони мають прямий вплив на її імідж та думку страхувальників про неї.

Конкуренти можуть впливати на діяльність страхової компанії, оскільки в процесі конкурентної боротьби страхова компанія безпосередньо впливає на дії своїх конкурентів. Отже, ті чи інші рішення конкурентів, їхні маркетингові заходи можуть визначати діяльність страхової компанії, успішність або невдачу її комплексу маркетингу.

Маркетингові посередники (фірми, які допомагають у безпосередній реалізації маркетинг-міксу) формують імідж страхової компанії. Віддій маркетингових посередників залежатиме думка страхувальників про рекламну кампанію страхової компанії тощо.

Страхувальники прямо впливають на інтереси страхової компанії, оскільки саме потреби страхувальників, запити визначають вимоги до страхових продуктів.

Розглянемо фактори непрямой впливу зовнішнього середовища страхової компанії.

Демографічні фактори можуть впливати на збільшення (зменшення) певного споживчого сегмента, а отже, це буде приводити до різного рівня потреб. В аналізі демографічних факторів слід враховувати: рівень народжуваності, статево-вікову структуру населення, міграцію населення, середньостатистичну кількість дітей у сім'ї.

Усі перелічені демографічні фактори мають прямий вплив на діяльність страхової компанії для певного споживчого сегмента. Для того, щоб уникнути перевиробництва або недостатнього рівня насичення ринку страховими послугами для задоволення потреб страхувальника, маркетингологи повинні постійно вивчати динаміку демографічних факторів.

Економічні фактори впливають на економічну ефективність суб'єкта підприємницької діяльності, збиткова діяльність підприємств не дозволяє власникам в повному обсязі заключати договори страхування.

Фактори природного середовища (наприклад, забруднення довкілля тощо) можуть впливати на формування конкурентних переваг установ, що застосовують концепцію соціально-етичного маркетингу.

Політичні фактори мають вплив на діяльність страхової компанії через законодавчі акти. В Україні діє ціла низка законодавчих актів, які регулюють діяльність у сфері маркетингу.

Таким чином для страхових компаній України досить актуальним є питання планування та організації маркетингової діяльності, при цьому невідповідність маркетингових рішень пояснюється обмеженістю інформаційної бази для їх прийняття, тому виникає необхідність розробки і володіння інструментарієм адекватної ринкової ситуації.

**К. е. н. Міщук О. В.**

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна*

### **УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ**

Проблема сутності банківського ризику, його класифікації та управління ним – сьогодні одна з найактуальніших. Міжнародна практика доводить, що ефективна система управління ризиком здатна забезпечити високу конкурентоспроможність банку в сучасному ринковому середовищі. Тому дослідження та вдосконалення методики процесу управління ризиками в банку є актуальною науковою та практичною проблемою.

Слід відзначити, що поняття «ризик» має достатньо тривалу історію. Так, на думку І. Т. Балабанова, ризик як історична категорія виник на найнижчих щаблях цивілізації з появою у людини відчуття страху перед смертю [2, с. 22]. Але найбільш активно почали вивчати різноманітні аспекти ризику в кінці XIX – на початку XX століття.

Ефективне управління ризиком повинно вирішувати цілий ряд проблем – від моніторингу ризику до його вартісної оцінки. Рівень ризику, який пов'язаний з тією чи іншою подією, постійно змінюється із-за динамічного характеру зовнішнього середовища банків. Це змушує банк регулярно уточнювати своє місце на ринку, давати оцінку ризику тих чи інших подій, передивлятися відношення з клієнтами та оцінювати якість власних активів і пасивів, коректувати власну політику в області управління ризиками.

Сучасна економічна наука представляє ризик як вірогідну подію, в результаті настання якої можуть відбутися позитивні, нейтральні або негативні наслідки. Якщо ризик припускає наявність як позитивних, так і негативних результатів, він від-

носився до *спекулятивних ризиків*. Якщо ж наслідки негативні, або відсутні взагалі, такий ризик іменується *чистим*.

Найбільш повне визначення сутності «управління ризиками» наведено Д. А. Штефанічем, який вважає, що – це сукупність дій економічного, організаційного, технічного характеру, спрямованих на встановлення видів, факторів, джерел ризику, оцінку величини, розробку й реалізацію заходів щодо зменшення його рівня та запобігання можливим негативним наслідкам [1].

Інше трактування терміну «управління ризиками» подано в Постанові НБУ й визначено, що це – систематичний процес, завдяки якому банк виявляє (ідентифікує) власні ризики, оцінює їх величину, здійснює їх моніторинг, контролює свої ризикові позиції та бере до уваги відносини між різними категоріями ризику [4].

Загалом, під управлінням ризиком розуміють цілий комплекс заходів, які забезпечують організації (банку) надійне існування та застерігають від непередбачуваних втрат і збитків [3, с. 113]

На нашу думку головними завданнями управління ризиками в банку, які повинні зазначатися у його внутрішньому Положенні про систему управління ризиками в банку, є:

- 1) визначення (ідентифікація) видів ризиків, які приймає на себе банк;
- 2) розробка та впровадження сучасних методів моніторингу, аналізу та оцінки ризиків;
- 3) розробка та впровадження заходів запобігання або мінімізації впливу ризиків на діяльність банку, шляхом виконання низки фінансових та нефінансових (операційних) процедур, заходів хеджування та диверсифікації, вдосконалення процедур прийняття рішень щодо доцільності прийняття або відмови від прийняття ризику;
- 4) забезпечення контролю за дотриманням встановлених обмежень, стандартів та процедур управління ризиками;
- 5) аналіз ефективності інструментів запобігання ризикам, їх вдосконалення відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

До загальних методів управління будь-якими ризиками, що притаманні банківській діяльності, чимало учених та економістів зараховує такі методи: *уникнення ризику* – ухилення від певної діяльності, яка породжує ризик; *утримання (поглинання) ризику* – прийняття ризику у повному обсязі банком; *передача ризику* – банківська установа частину ризику перекладає на інших учасників ринку, перш за все на страхові компанії; *зниження ризику* – мінімізація ризиків шляхом застосування відповідних методів.

Серед усіх названих загальних методів управління ризиками у банку, найбільшої уваги заслуговують методи, пов'язані із передачею та зниженням ризиків або, якщо їх поєднати у єдину категорію, – методи мінімізації ризиків, а саме: страхування; лімітування; диверсифікація; хеджування; зниження за допомогою скоординованого управління активами і пасивами (балансом).

Слід зауважити, що таке групування не є взаємовиключаючим і деякі види ризиків можуть бути мінімізовані кількома методами. Проте, це стосується незначної їх частини. В основному такий поділ є альтернативним, а до певної групи ризиків застосовуються цілком конкретні методи управління.

Отже, вищевикладене дає підстави зробити висновок, що управління банківськими ризиками повинно бути побудовано на принципах та методах управління, які потрібно своєчасно узгоджувати з низкою інших економічних критеріїв ефективного функціонування банківської установи. Разом з тим, управління ризиками має розглядатися одночасно і як наука, і як мистецтво. На всіх стадіях розробки процесу управління банківськими ризиками необхідно враховувати вплив людського чинника, творчість, необхідність працювати в умовах жорстких обмежень як у часі, так й інших ресурсів.

### **Список використаних джерел:**

1. Баканов И. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа / И. И. Баканов, А. Д. Шеремет; за заг. ред. д-ра екон. наук Д. А. Штефанича. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 356 с.
2. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента: учеб. пособ. / И. Т. Балабанов; 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 528 с.
3. Вітлінський В. В. Ризик у менеджменті / Вітлінський В. В., Наконечний С. І. – К.: Борисфен-М, 1996. – 336 с.
4. Постанова Правління Національного банку України № 98 «Про схвалення Методичних рекомендацій щодо вдосконалення корпоративного управління в банках України (Методичні рекомендації, п.1.12» від 28.03.2007 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>

**Обухова О. М., Журба Т. С.**

*ОКВНЗ Інститут підприємництва «Стратегія», м. Жовті Води, Україна*

### **ОСОБЛИВОСТІ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИТРАТ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ**

Неупереджений аналіз та оцінка поведінки різних елементів витрат дає змогу приймати оперативні управлінські рішення щодо регулювання процесу виробництва, що зводиться, як правило, до вибору з кількох альтернативних варіантів виробництва такого асортиментного портфелю продукції, котрий у ситуації, що склалась на підприємстві є оптимальним, тобто приносить бажаний рівень прибутку. Саме тому класифікація відіграє важливу роль у процесі формування витрат виробництва на підприємстві. В зв'язку з цим витрати використовуються для аналізу та визначення собівартості окремих видів продукції, а також для визначення фінансового результату роботи підприємства в цілому. Визначення собівартості одиниці продукції (робіт, послуг) здійснюється за допомогою калькулювання.

Калькулювання потрібно для обґрунтування цін на вироби, обчислення їх рентабельності, аналізу витрат на виробництво однакових виробів на різних підприємствах, визначення економічної ефективності.

Калькуляція – це розрахунок собівартості одиниці продукції, виконання робіт та послуг. Калькуляцію складають на продукцію, роботи та послуги основного та допоміжного виробництва щомісячно, за квартал, за рік.

Згідно до Методичних рекомендацій з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях для кожного об'єкта калькулювання вибирається калькуляційна одиниця (кількість у штуках, маса, площа, об'єм). В процесі калькулювання підприємством встановлюються об'єкти калькулювання, вибираються калькуляційні одиниці, далі витрати групуються за калькуляційними статтями, номенклатура яких залежить від галузі.

Під об'єктом калькулювання розглядається основна та допоміжна продукція (роботи, послуги), собівартість якої обчислюється. Насамперед це готова продукція, що поставляється за межі підприємства споживачам. Калькулювання іншої продукції має допоміжне значення. Калькуляційна одиниця – це одиниця його кількісного вимірювання (у штуках, метрах, тоннах, кіловат-годинах тощо). Наприклад, об'єкт калькулювання – автомобілі, калькуляційна одиниця- один автомобіль; відповідно вугілля – одна тонна вугілля.

Групування витрат за економічними елементами здійснюється у всіх галузях народного господарства. Це дає можливість встановити потребу в основних та оборотних засобах, показує, скільки і яких засобів витрачено, незалежно від того, де вони вироблені і на які цілі використані, а також характеризує структуру витрат суб'єкта господарювання. Таке групування використовується для складання кошторису виробництва. В свою чергу, складання кошторису допомагає пов'язати план за собівартістю з іншими розділами плану розвитку підприємства, визначити завдання зниження собівартості продукції, а також порівняти ефективність витрат на різних підприємствах і розробити міжгалузевий баланс, необхідний для планування цін.

Групування витрат по елементам являє собою поділ витрат згідно до ПСБО 16 «Витрати» в залежності від економічної однорідності (це 8-й клас рахунків бухгалтерського обліку) за наступними елементами:

- матеріальні витрати (сировина і матеріали, покупні комплектуючі, вироби і напівфабрикати, паливо, електроенергія тощо);
- витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація основних засобів;
- інші витрати (знос нематеріальних активів, орендна плата, обов'язкові страхові платежі, відсотки по кредитах банку, податки, що включаються в собівартість продукції, відрахування на позабюджетні фонди, тощо).

Групування витрат по елементах необхідно для того, щоб вивчити матеріалоємність, енергоємність, трудомісткість, фондоємність, і установити вплив технічного прогресу на структуру витрат. Наприклад, якщо частка заробітної плати зменшується, а частка амортизації збільшується, то свідчить про підвищення технічного рівня підприємства, про ріст продуктивності праці. Питома вага зарплати



скорочується й у тому випадку, якщо збільшується частка покупних комплектуючих виробів, напівфабрикатів, що свідчить про підвищення рівня кооперації і спеціалізації.

Групування витрат за призначенням, тобто за статтями калькуляції, вказує, куди, на яку мету та в яких розмірах витрачені ресурси. Вона необхідна для вирахування собівартості окремих видів виробів на виробництва.

Основними статтями калькуляцій є: сировина та матеріали; купівельні напівфабрикати та комплектуючі вироби, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств та організацій; паливо й енергія на технологічні цілі; зворотні відходи; основна і додаткова заробітна плата; відрахування на соціальне страхування; витрати на утримання та експлуатацію; загальновиробничі витрати; втрати від браку; супутня продукція; інші виробничі витрати.

До наведеної вище типової номенклатури статей калькуляції підприємства можуть вносити зміни з урахуванням особливостей техніки, технології та організації виробництва відповідної галузі і питомої ваги окремих видів витрат у собівартості продукції, а також об'єднувати кілька типових статей калькуляції в одну або виділяти з однієї типової статті кілька статей калькуляції.

Отже, групування витрат по елементам і статтям калькуляції необхідне підприємствам для формування внутрішньої та зовнішньої звітності та визначення згідно діючим законодавством податків. Необхідно зазначити, що при виборі існуючих в теперішній час різних підходів до класифікації витрат та здійснення процесу управління ними, максимізації прибутку в короткостроковому та довгостроковому періодах, підприємству необхідно враховувати свої внутрішні та зовнішні фактори, можливості за загрози. Особливо це актуально для підприємств, що знаходяться в умовах перехідної економіки та для нових, щойно створених підприємств.

**К. е. н. Петренко В. А., Юнг Т. М.**

*Мелітопольський державний педагогічний університет*

*імені Богдана Хмельницького, Україна*

### **КОНФЛІКТ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ**

Організація – це соціальна система, де взаємодіють окремі особи і формальні і неформальні групи. І від психологічного клімату, від настрою кожного працівника залежить продуктивність праці, здоров'я працівників і як результат – ефективність діяльності в цілому.

Система стає значно стійкішою до дій ззовні та важко руйнується, якщо підтримувати єдність її елементів. Цього можна досягти в організації через впровадження механізму, який би забезпечував постійну регенерацію загублених цілей,

завдань і функцій, визначав би все нові і нові сподівання працівників. В управлінській науці існують досить довершені соціально-психологічні методи, за допомогою яких можна досягти потрібного ефекту.

Під соціально-психологічними методами управління розуміють конкретні прийоми і способи дії на процес формування і розвитку самого колективу і окремих працівників.

В процесі управління можливий перекис що неминуче призведе до конфліктної ситуації, яку можна розглядати як бажану та небажану. В управлінській науці конфлікт розглядається як відсутність згоди між двома або більш сторонами. Суб'єктами конфлікту можуть бути окремі люди, малі групи, або цілі колективи.

Традиційно конфлікт розглядається як наслідок неефективної діяльності організації і поганого управління через можливі появи суперечностей між цілями окремих осіб і цілями організації, можливостями однієї особи і різними групами керівників. Механізм запобігання створював умови для усунення можливих причин виникнення конфліктів і призводив до безконфліктного вирішення суперечливих ситуацій.

Сучасний підхід до суті конфлікту розглядає його як неминучий, і навіть в деяких випадках необхідний елемент діяльності організації. Нерідко конфлікт має негативний характер. Іноді він може заважати задоволенню потреб окремої особи і досягненню цілей організації в цілому. Але в багатьох ситуаціях конфлікт допомагає виявити різноманітність точок зору, дає додаткову інформацію, допомагає виявити більше число альтернатив або проблем. Це робить процес ухвалення рішення групою ефективнішим, а також дає можливість людям виразити свої думки, задовольнити свої особисті потреби в пошані і власті. Конфлікт може бути функціональним і вести до підвищення ефективності в організації. Або – дисфункціональним і призводить до зниження особистої задоволеності, групової співпраці і ефективності організації. Роль конфлікту залежить від того, наскільки ефективно їм управляють і в першу чергу – наскільки добре розуміють причини виникнення конфліктної ситуації. Визначено, що «можливості» конфлікту збільшується у міру того, як організації стають більш спеціалізованими і розбиваються на підрозділи. Це відбувається тому що спеціалізовані підрозділи самі формулюють свої цілі і можуть приділяти більшу увагу їх досягненню, чим цілям всієї організації.

Аналіз показав, що причинами виникнення конфліктних ситуацій може бути: відмінність в цінностях – вельми поширена причина конфлікту; відмінність в манері поведінки і життєвому досвіді; відмінності в життєвих цінностях, освіті, стажі, віці і соціальних характеристиках; неоднозначні критерії якості, нездатність точно визначити посадові обов'язки всіх співробітників і підрозділів, а також пред'явлення взаємовиключних вимог до роботи; ворожість, вимушеність поступати проти волі; інертність мислення. Окремо слід виділити незадовільні комунікації, погану передачу інформації, які можуть бути як причиною, так і наслідком конфлікту. Вони можуть діяти як каталізатори конфлікту, заважаючи окремим працівникам або групі зрозуміти ситуацію або точки зору інших.

Наслідки конфлікту визначаються тим, наскільки ефективним буде управління конфліктом. Існує чотири структурні методи вирішення конфлікту: роз'яснення вимог до роботи, використання координаційних і інтеграційних механізмів, встановлення загальноорганізаційних комплексних цілей і використання системи винагород.

До ефективних методів управління конфліктом віднесено:

- роз'яснення вимог до роботи;
- застосування координаційного механізму через ланцюг команд, встановлення ієрархії повноважень, що упорядковує взаємодію людей, ухвалення рішень і інформаційні потоки усередині організації;
- встановлення загальноорганізаційних комплексних цілей, ефективне здійснення яких вимагає спільних зусиль співробітників, груп або відділів у виконанні єдиного завдання;
- створення системи винагород для тих, хто докладає особистих зусиль до досягнення загальних цілей, допомагаючи іншим групам організації.

Серед міжособових стилів вирішення конфліктів виділено: ухилення, згладжування, примушення, компроміс і вирішення проблеми.

Стиль ухилення має на увазі, що людина прагне піти від конфлікту, не потрапляти в ситуації, які провокують виникнення суперечностей, не вступати в обговорення питань, чреватих розбіжностями. Стиль згладжування характеризується тим, що керівник прагне не випустити назовні ознаки конфлікту і запеклості, апелюючи до солідарності. Стиль компромісу характеризується ухваленням точки зору іншої сторони, але лише до деякого ступеня. Здібність до компромісу найцінніше в управлінських ситуаціях, оскільки зводить до мінімуму недоброзичливість і дає можливість швидкого вирішення конфлікту. Але використання компромісу на ранніх стадіях конфлікту може перешкодити уважному розгляду проблеми і зменшити число альтернатив. Стиль вирішення проблеми полягає у визнанні відмінності в думках і готовності ознайомитися з різноманітними точками зору, щоб зрозуміти причини конфлікту і знайти найбільш прийнятний спосіб його дозволу.

**Скитьова Г. С.**

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана»,  
Україна*

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХОЛДИНГОВИХ СТРУКТУР У ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ**

Дослідження тенденцій розвитку холдингових структур у галузі інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в Україні передбачає необхідність ретроспективного аналізу динаміки та способів їх формування, виділення етапів їх створення, цілей та мотивів трансформації, переваг та обмежень розвитку. Це обумовило актуальність даного дослідження.

В Україні компанії з холдингової структурою організації бізнесу почали розвиватись на початку 1990-х років під впливом характерних для більшості економік протилежних процесів інтеграції (злиття, поглинання, об'єднання), дезінтеграції (розукрупнення) та їх трансформації. Необхідність створення і розвитку в Україні нових форм підприємництва була об'єктивно зумовлена потребою підприємств у більш гнучких організаційних структурах, спроможних адаптуватися до швидких змін.

Отже, за рядом специфічних ознак ми можемо виділити чотири етапи формування та розвитку (трансформації) холдингових структур в Україні, причому ці етапи в сфері інформаційно-комунікаційних технологій мають свої відмітні риси та особливості (табл. 1). Якщо перші холдинги у цій галузі були створені вітчизняними власниками, мали відносно невеликий розмір інвестицій та вузьку спеціалізацію, то з часом, український ринок інформаційно-комунікаційних технологій, особливо його телекомунікаційна складова, вирости у великі диверсифіковані корпоративні структури, отримали інвестиції і зайняли лідируюче положення в економіці України.

На початку 2012 р. ми можемо діагностувати початок нового, V етапу «Стратегічної оптимізації холдингів», який за нашими прогнозами триватиме до 2015 р. Макроекономічними факторами, які визначатимуть вектор розвитку ІКТ-холдингів, експерти визначають підвищення рівня антропоцентричної свідомості суспільства, розвиток інтелектуальної діяльності, підвищення технологічного рівня виробництва та поширення сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій [1].

Так, якщо у 2011 р. обсяг експорту інформаційно-комунікаційних послуг з України склав близько 8 млрд. грн., то, за оцінками експертів, може подвоїтись протягом 2012 року. У цій сфері працює близько 2 тис. компаній, чий загальний валовий дохід становить більше 12 млрд. грн. Кількість висококваліфікованих фахівців, зайнятих у галузі, становить 150–200 тис. чол. Навіть за несприятливих економічних умов протягом 2010–2011 рр. українська ІКТ-індустрія показала темпи зростання на рівні 32% [2].

З метою створення сприятливих умов для розвитку інформаційно-комунікаційної індустрії в Україні, з 2013 р. Уряд України надав ряд преференцій ІТ-підприємствам на постійній умові, а саме: знижені ставки податку на прибуток, податку з доходів, єдиного соціального внеску до 5%, повне звільнення від сплати ПДВ. Також з 2013 р. ІТ-компанії, розташовані на території індустріальних парків та бізнес-інкубаторів, звільняються від сплати ввізних мит на обладнання та витрат на обов'язкову фінансову участь в інфраструктурі населених пунктів при будівництві власних об'єктів [3]. Таким чином, інтелектуальний капітал, накопичений українськими ІКТ-холдингами, дозволить Україні претендувати на одне із провідних місць в десятці світових виробників високотехнологічних продуктів.

Таблиця 1. Способи формування та особливості трансформації ІКТ-холдингів в Україні

Етап (період)	Особливості етапу	Мотиви та цілі формування та розвитку холдингів	Ініціатор(и) формування холдингу	Способи формування та трансформації холдингових структур	Особливості створення холдингів ІКТ-сфери
1	2	3	4	5	6
1. Холдингова приватизація (1989 – 1993 рр.)	<p>Синдром «масового власника»</p> <p>Корпоратизація та приватизація великих підприємств</p> <p>Підготовка перших джерел та інструментів накопичення капіталу</p> <p>Високий рівень бартеризації та низький рівень платіжної дисципліни</p>	<p>Реалізація державної схеми збереження та формування великого капіталу в стратегічних галузях України.</p> <p>«Вживання» підприємств в умовах розриву старих партнерських відносин та втрата ринків збуту.</p> <p>Підвищення ефективності акціонерних товариств, приватизованих як єдині виробничо-господарські комплекси</p>	<p>Кабінет міністрів України, галузеві міністерства та відомства;</p> <p>Місцеві органи управління та влади;</p> <p>Керівництво підприємств та новий власник (особливо галузь ІКТ)</p>	<p>Реорганізація та розукрупнення великого підприємства шляхом виділення з його складу підрозділів з утворенням юридично самостійних (дочірніх та залежних) фірм;</p> <p>Створення нових холдингових структур на основі майнових вкладень власників, Викуп за борговими зобов'язаннями (через банкрутство)</p>	<p>Вузька спеціалізація та інноваційно-дослідницька спрямованість</p> <p>Невеликі обсяги залучених інвестицій</p> <p>Відсутність нормативно-правового забезпечення галузі</p> <p>Орієнтація на інтеграцію з країнами СНД (Trade, KM Core, AMI, MKS, Спецвузавтоматика»)</p>

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
<p align="center"><b>II. Вторинний перерозподіл власності холдингі</b> <b>(1994-1998 рр.)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Накопичення капіталу у банківському та фінансовому секторах</li> <li>- Перерозподіл акцій певного суб'єкту господарювання та встановлення контролю</li> <li>- Реформування системи менеджменту</li> <li>- Прихід іноземного інвестора</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Підвищення ефективності управління компаніями, об'єднаних у холдингову структуру, зміна стереотипів управління, «наведення порядку» в господарстві</li> <li>- Підвищення економічної ефективності державних холдингових та національних акціонерних товариств</li> <li>- Формування системи лобювання групових інтересів холдингів в українському уряді</li> <li>- Оптимізація структури власності, податкова економія</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Власники підприємств, які виконують функції топ-менеджменту</li> <li>- Зовнішні інвестори, кредитори</li> <li>- Керівництво підприємств; КМУ, галузеві міністерства та відомства, місцеві органи влади</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Об'єднання пакетів акцій окремих фірм у володіння материнської холдингової компанії;</li> <li>Злиття фірм в рамках галузі чи єдиного технологічного циклу</li> <li>Реструктуризація підприємства шляхом виведення частини активів в окремі суб'єкти господарювання або продажі/ліквідації</li> <li>Викуп за борговими зобов'язаннями (банкрутство, поглинання)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поява перших державних власників у сфері телекомунікацій шляхом реструктуризації державних підприємств</li> <li>Нарощення інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств</li> <li>Передача ФДМУ на продаж частки акцій державних компаній зв'язку та пошти</li> <li>Значна різниця в економічній ефективності управління середніми приватними ІТК-компаніями (Корпорація Атлас, Корпорація Інком, Корпорація Навігатор, Мікрон, Golden Telecom, Софтлайн, Фарлеп, УМЗ) та крупними холдингами стратегічного значення (Укртелеком, Укрпошта)</li> </ul>

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
<p>III. Українська власність та структура холдингу (1999-2003 рр.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Формування корпоративних відносин, зміцнення інституту приватної власності</li> <li>- Активізація іноземного інвестування</li> <li>- Структурування у групи з метою досягнення ринкових переваг</li> <li>- Стратегічна оптимізація бізнесу</li> </ul>	<p>Розвиток стратегічного менеджменту холдингових структур, впровадження нових методів і систем менеджменту, перехід від адміністрування до управління процесами</p> <p>Покращення структури власності, спрямованість на досягнення генеральних цілей групи</p> <p>Розширення масштабів бізнесу, побудова потужних мережних компаній та промислово-торгівельних груп</p> <p>Економія на витратах, податкова оптимізація, лобіювання галузевих інтересів, публічний імідж</p>	<p>Власники підприємств, які виконують функції топ-менеджменту</p> <p>Зовнішні інвестори, кредитори</p> <p>Керівництво підприємств; КМУ, галузеві міністерства та відомства, місцеві органи влади</p>	<p>Злиття фірм в рамках галузі чи єдиного технологічного циклу</p> <p>Реструктуризація/рекомбінація групи підприємств</p> <p>Створення нових холдингових структур на основі майнових вкладень власників</p> <p>Продаж/ліквідація/виведення активів та окремих суб'єктів господарювання</p> <p>Викуп за борговими зобов'язаннями (банкрутство, поглинання)</p> <p>Об'єднання пакетів акцій окремих фірм у володіння материнської холдингової компанії;</p>	<p>-Активізація процесів виходу на зовнішній ринок</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Співпраця з іноземними інвесторами</li> <li>- Влив на розвиток підприємств розвитку технологій інформатизації та передавання даних</li> <li>- Зовнішнє зростання</li> </ul> <p>ІТК-холдингів середнього розміру, (МТІ, Unitrade, Корпорація «Інком», Квзар-мікро техно, МКС, Сіменс Україна, БМС-консалтинг, S&amp;T Софт-тронік)</p>

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6
<p><i>IV. Українська європейська холдингова структура</i> <i>P (2004-2010 pp.)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Підвищення вимог власників щодо зростання вартості бізнесу, розширення масштабів бізнесу, покращення структури власності та підвищення ефективності управління.</li> <li>- Зміна структури власності, реприватизація, пов'язана із зміною політичних та бізнесових преференцій</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Сфокусованість інвестування та структурування профільних активів</li> <li>- Чіткий розподіл функцій учасників холдингу та їх вкладу в зростання вартості холдингу</li> <li>- Покращення структури власності, спрямованість на досягнення генеральних цілей груп</li> <li>- Розширення масштабів бізнесу, побудова потужних мережних груп</li> <li>- Оптимізація стратегічного портфелю холдингів-конгломератів</li> <li>- Комбінування концепцій управління процесами і проектами в оперативному управлінні компанії</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Внутр./зовнішні інвестори, кредитори</li> <li>- Керівництво підприємств</li> <li>- Асоціації, спілки, союзи</li> <li>- Консультанти, аналітики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Злиття та поглинання фірм в рамках галузі чи єдиного технологічного циклу</li> <li>- Реструктуризація/рекомбінація групи підприємств</li> <li>- Створення нових холдингових структур на основі майнових вкладень власників</li> <li>- Продаж/ліквідація/виведення активів та окремих суб'єктів господарювання</li> <li>- Викуп за борговими зобов'язаннями (банкрутство, поглинання)</li> <li>- Міжфірмова тендерна угода</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Велика кількість угод злиття та поглинання на ринку телекомунікацій (УМЗ-МТС, Київстар)</li> <li>- Співпраця з іноземними інвесторами (Софтлайн, Квazar, БМС),</li> <li>- Активна присутність міжнародних холдингів (Microsoft, Terrasoft, Integra, Apple, IDC, Cisco, Oracle),</li> <li>- Заходження в галузь ІТК великих конгломератів з неспорідненими ринками продукції (System Capital Management)</li> </ul>



В результаті проведених досліджень автором зроблені висновки про значимість українських холдингів ІКТ-галузі в економіці України, визначені напрямки їх подальшого розвитку. В той же час вивчення проблем гармонізації розвитку холдингових структур в Україні вимагає подальшого дослідження.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бутнік-Сіверський О. Б. Доповідь на парламентських слуханнях «Створення в Україні сприятливих умов для розвитку індустрії програмного забезпечення»: стенограма засідання Верхов. Ради Укр. (рукопис). – 2011. – 14 груд.
2. Тігіпко С. Л. Доповідь на парламентських слуханнях «Створення в Україні сприятливих умов для розвитку індустрії програмного забезпечення»: стенограма засідання Верхов. Ради Укр. (рукопис). – 2011. – 14 груд.
3. Доповідь про стан та розвиток інформатизації в Україні за 2011 рік. Сайт «Законодавство України» [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – К., 2011. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=n0005120-09&test=4/UMfPEGznhhxPk.ZiTCXiquHdlhssFggkRbI1c>

**К. е. н. Ткачук Л. М., Калугаряну Т. К.**

*Вінницький національний технічний університет, Україна*  
**МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ЧИННИК  
ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Ефективна діяльність підприємства залежить не лише від технічного оснащення, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю, маркетингових досліджень ринкового середовища, а й від кваліфікації співробітників підприємства та ефективного управління персоналом, яке, в свою чергу, неможливе без застосування системи мотивації праці.

Слід зазначити, що вперше термін «мотивація» було запроваджено у науковий обіг А. Шопенгауером у статті «Чотири принципи достатньої причини» в 1900–1910 рр. [1].

В загальному вигляді мотивація праці уособлює бажання працівника задовольнити свої потреби через трудову діяльність. Мотивація є однією з провідних функцій управління, оскільки досягнення основної мети залежить від злагоженості роботи людей.

Система мотивації будь-якої категорії співробітників включає в себе постійну заробітну плату, змінну частину або бонуси, соціальний пакет та нематеріальне стимулювання. Використання тих або інших елементів системи мотивації на конкретному підприємстві залежить від його розміру, посади співробітника (його функціональних обов'язків, повноважень і відповідальності) і принципів управління підприємством.

Мотивація ефективної праці робітників займає одне з ключових місць у системі внутрішньофірмового управління. Вона доповнює адміністративне управління, що полягає в розробці і виконанні планових завдань, посадових та інших ін-

струкцій, методичних положень і вказівок, наказів, розпоряджень і являє собою опосередковане управління через інтереси робітників з використанням специфічних форм і методів забезпечення їх матеріальної і моральної зацікавленості щодо праці, у досягненні високих її результатів [2].

Добре спланована система мотивації дозволяє суттєво підвищувати ефективність роботи персоналу, збільшувати обсяги продажу, покращувати виробничий процес та обслуговування клієнтів без особливо великих матеріальних затрат з боку компанії. Адже, коли працівник виконує свої посадові обов'язки з повною самовіддачею і його цілі саморозвитку включають розвиток підприємства загалом, тоді коефіцієнт корисної дії зростає в декілька разів.

Важливою проблемою організацій в сучасних економічних умовах є вибір системи мотивації працівників, оскільки в Україні через низьку ступінь задоволення первинних потреб працівників (низький рівень оплати праці, незадовільні умови життя) все більшої вагомості набувають матеріальні види винагород. Моральні ж стимули, такі як подяка, грамота, делегування повноважень, для більшості працівників не мають суттєвої цінності. Одним із сучасних способів удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом або модульна система компенсації вільним часом. Ця форма немонетарної мотивації поки не одержала поширення у практиці українських підприємств, але досвід використання її зарубіжними фірмами свідчить про необхідність впровадження системи компенсації вільним часом на підприємствах.

При прийомі працівника на роботу дуже важливо визначити, який вид мотивації для нього пріоритетний. Людина, для якої головне – матеріальна мотивація, буде проявляти меншу ініціативу у нововведеннях, творчих розробках, навчаннях, ніж особа, для якої гроші не є основним фактором, щоб працювати професійно та якісно [3].

Директори, керівники підприємств та організацій, виходячи із об'єму своїх компетенцій та відносної відсутності централізованого контролю, мають специфічні потреби та інтереси, які й визначають мотиви їх діяльності. Водночас для керівників структурних підрозділів, спеціалістів визначальними, крім підвищення зарплати, є кар'єрний ріст, розширення участі в управлінні та прийнятті рішень, одержання організаційної свободи, розширення елементів творчості в процесі роботи [4].

Характерною рисою сучасних українських підприємств є те, що більшість із них прагне зменшити собівартість продукції та збільшити прибуток не шляхом введення енергозберігаючих, безвідходних технологій, модернізації застарілого технологічного обладнання, а шляхом мінімізації витрат на оплату праці персоналу, користуючись тим, що ринок праці переповнений великою кількістю безробітних. Якщо підприємець вирішить піти найлегшим шляхом і зменшить витрати на оплату праці, то існує ризик значних втрат від погіршення якості праці, зниження її продуктивності, збільшення плинності кадрів, що, в свою чергу, призведе до збільшення витрат на підбір та перепідготовку персоналу. За оцінками фахівців,

тільки 10–15% співробітників максимально докладують зусилля незалежно від стану справ у компанії, водночас, більшість потребують постійної мотивації і підтримки. Тому тенденцією сучасного менеджменту є переорієнтація від технократичних методів управління до методів, які впливають на свідомість і трудову поведінку співробітників. Отже, якщо організація прагне стало працювати на ринку, вона повинна розглядати своїх співробітників як найбільшу цінність, а їх досвід – як найбільше своє надбання.

Таким чином, ефективний керівник повинен завжди дбати про своїх працівників і мотивувати їх до праці, але не лише нагородами та преміями. Проте всі ці засоби мотивування не діятимуть, поки вони не стануть включати в свою сферу інтереси, потреби, бажання, зацікавленість працівника. Необхідно забезпечити такі умови, за яких працівник буде прагнути безперервно розвивати свої здібності та реалізувати їх на практиці.

#### **Список використаних джерел:**

1. Гляшенко А. Х. Історичний аспект формування мотивації праці / А. Х. Гляшенко // Економіка та держава: Міжнародний науково-практичний журнал. – 2007. – № 7. – С. 82–85.
2. Співак В. В. Мотивація як засіб ефективного менеджменту персоналу підприємств / В. В. Співак // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6. – Т. 2. – С. 178–181.
3. Баник О. Сучасні проблеми мотивації праці та їх вплив на ефективну діяльність підприємств [Електронний ресурс] / О. Баник. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_ekon/2010\\_2\\_2/087-091.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2010_2_2/087-091.pdf)
4. Биканова О. Мотивація праці як важливий чинник забезпечення ефективного управління персоналом підприємства [Електронний ресурс] / О. Биканова. – Режим доступу: <http://www.conf-cv.at.a/forum/53-482-1>

**Фастунова В. О.**

*Луганський національний університет імені Т. Шевченка, Україна*

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТОКУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ**

Управління фінансовими потоками страхової компанії в страховому бізнесі підпорядковується впливу ряду внутрішніх та зовнішніх факторів. Дослідженнями особливостей впливу ряду факторів на формування фінансового потоку страхової компанії займалися науковці В. Б. Гомеля та Ю. Б. Рубін (рис. 1).

До зовнішніх факторів, що впливають на формування фінансових потоків у страховому бізнесі, вчені відносять наступні:

1. Кон'юнктура ринку страхових послуг. Зміни в кон'юнктурі страхового ринку визначають зміни позитивного фінансового потоку, тобто обсягу надходжень грошових коштів від реалізації страхових послуг. Підвищення кон'юнктури на страховому ринку сприяє зростанню обсягу позитивного фінансового потоку від операційної діяльності. Зниження викликає нестачу фінансових ресурсів при веденні страхового бізнесу.



**Рис. 1. Фактори формування фінансових потоків страхової компанії**

2. Кон'юнктура фондового ринку визначає можливість раціонального і ефективного використання фінансових ресурсів страховика. Впливає на формування величини капіталу, що генеруються інвестиційним портфелем, у формі одержуваних дивідендів та відсотків.

3. Діюча система оподаткування для страхових організацій. Податкові платежі входять до складу від'ємного фінансового потоку страховика, податковий календар визначає характер потоку в часі. Будь-які зміни в податковій системі (введення нових податків, зміна ставок оподаткування, скасування або надання податкових пільг і т. п.) визначають зміни в обсязі та характері від'ємного грошового потоку страховика.

4. Діюча практика кредитування споживачів страхових послуг складається з сформованого порядку придбання цієї продукції (наприклад, передоплата, готівковий платіж, відстрочка платежу) і впливає на формування як позитивного, так і від'ємного фінансового потоку в часі.

5. Діюча система проведення розрахункових операцій впливає на формування фінансових потоків у часі (наприклад, розрахунки готівкою прискорюють фінансові потоки, розрахунки платіжними документами їх сповільнюють).

6. Доступність позикового капіталу визначається, насамперед, кон'юнктурою на кредитному ринку. Зниження обсягу пропозиції «коротких» (або «довгих»),

«дорогих» (або «дешевих») грошей відбивається на формуванні фінансового портфелю страховика за рахунок позикового капіталу.

До внутрішніх факторів, що впливають на формування фінансових потоків у страховому бізнесі, В. Б. Гомеля пропонує відносити:

1. Життєвий цикл страхового бізнесу, який передбачає формування різних обсягів та видів фінансових потоків (за джерелами формування позитивного потоку та напрямів використання від'ємного потоку).

2. Тривалість операційного циклу. Короткий операційний цикл передбачає більше число оборотів фінансових ресурсів, підвищення інтенсивності як позитивного, так і від'ємного фінансових потоків у страховій компанії.

3. Сезонність надання окремих видів страхових послуг. Цей фактор впливає на формування фінансових потоків у страховому бізнесі в часі, і його треба враховувати в процесі управління ефективністю використання вільних фінансових ресурсів страховика.

4. Інвестиційна політика і оптимізація побудови інвестиційного портфеля в страховій організації формують потребу в обсязі відповідного від'ємного грошового потоку, і, одночасно збільшуючи формування позитивного грошового потоку, і, цей фактор впливає на обсяги грошових коштів у страховому бізнесі, на характер протікання інвестиційних процесів у часі.

5. Тарифна політика – ціноутворення, дотримання принципів її побудови впливає на обсяг позитивного фінансового потоку (у вигляді суми зібраних страхових внесків за операціями страхування, співстрахування, перестрахування) і обсяг негативного фінансового потоку (у вигляді суми страхових виплат по операціях страхування, співстрахування, перестрахування).

6. Андеррайтерна політика в страховому бізнесі є істотним фактором, що впливає на обсяг позитивного та від'ємного фінансового потоку, тому що від співвідношення та ступеня обґрунтованості «ризик-дохідності» змінюється їх співвідношення.

7. Операційний леверидж – це показник, що здійснює істотний вплив на пропорції темпів зміни обсягу фінансового потоку та обсягу реалізації страхових послуг.

8. Менталітет власників і фінансових менеджерів страхової організації. Вибір тих чи інших принципів фінансування активів і здійснення інших фінансових операцій визначає структуру фінансових потоків у страховому бізнесі, рівень прибутковості фінансових інвестицій (і, відповідно, обсяг фінансового потоку за отриманими відсотками і дивідендами).

Таким чином вплив зовнішніх і внутрішніх факторів використовується в процесі оптимізації фінансових потоків страхових компаній як забезпечення збалансованості фінансових ресурсів.

**Чулаєвська В. С., к. пед. н. Андрущенко Н. О.**

*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

Україна, як і більшість країн величезного євразійського регіону, на переломному етапі на початку XXI століття опинилась у складній ситуації, а точніше у гострому кризовому стані. Подолання наслідків цієї економічної кризи – це перехід країни у стадію сталого економічного розвитку на ринковій основі. Важлива роль в реалізації цієї задачі відводиться ефективному менеджменту вітчизняних підприємств. Ефективність діяльності підприємства значною мірою визначається такими факторами як: виробничі потужності, технології, персонал, його кваліфікація, фінансові ресурси, ноу-хау, потенціал розвитку. Поряд з ними до найбільш значущих факторів належить організаційна (корпоративна) культура, що виступає як система, яка складається з набору правил і стандартів, які визначають взаємодію і консенсус членів колективу, управлінських ланок, структурних підрозділів і ключових факторів розвитку компаній [1].

В основі організаційної культури лежать ті ідеї, погляди, основні цінності, що розділяються всіма членами компанії. Вони можуть бути абсолютно різними, в тому числі й залежно від того, що лежить в її основі: інтереси компанії в цілому чи інтереси її окремих членів. Це ядро, що визначає все інше.

Важливим є також створення системи контролю, яка дозволить підприємству оцінювати результати здійснюваних заходів і вчитись на власному досвіді постійно розвиваючись і поповнюючи власні методи впливу на споживачів. Можна з впевненістю говорити про те, що організаційна культура – це набір найважливіших припущень, які приймаються членами організації і виражаються в заявленій організацією системі цінностей, що дають працівникам орієнтири щодо їхньої поведінки і дій.

Як зазначає А. Смолкін «Організаційна культура підприємства – один з факторів конкурентоспроможності підприємства; фактор успіху, ефективності діяльності, а часом і виживання» [2]. На сьогодні культура підприємства стає все більшою мірою предметом турботи менеджерів усього світу, адже організаційна культура – це складний феномен, який включає в себе норми, принципи, правила, цінності, ідеали, мова, жаргон, історія організації, легенди, образи, символи, метафори, церемонії, ритуали, форми винагород і заохочень, розташування, будинок, оточення. У відмінності від національної культури, що носить досить інерційний характер, організаційна культура підприємства може значно змінитися протягом не тривалого часу (місяць, рік). Методи формування, як правило, носять неформалізований характер, однак, незважаючи на це, є численні приклади потужної й цілеспрямованої зміни культури багатьох організацій. Сучасний період розвитку практики й теорії менеджменту все частіше називають «культурною революцією» у менеджменті.

Сучасні організації зацікавлені і сприяють професійному росту своїх працівників на всіх рівнях ієрархії. Тому в організаціях створюється система підготовки, розвитку і просування персоналу. Система удосконалення організаційної культури підприємства як фактору конкурентоспроможності передбачає вирішення трьох завдань:

- виявлення працівників організації, які мають потенційні задатки керівника;
- підготовка цих працівників до обіймання керівної посади;
- забезпечення плавного заміщення звільнених посад і затвердження на них нових працівників.

Посади в апараті управління заміщуються згідно з такими принципами:

- в нижчій ланці та у функціональних підрозділах – молодими спеціалістами;
- у всіх інших ланках – керівниками і спеціалістами як зі своєї організації та і з інших;

– керівників вищого рівня – шляхом поєднання ротації і прискореного просування власних перспективних працівників [2].

З цією метою формується резерв для заміщення керівних посад і просування по службі – спеціально сформованої групи персоналу, які досягли високих результатів у професійній діяльності і пройшли цільовий відбір за результатами оцінки їх професійних знань, умінь, ділових і особистих якостей.

Основним завданням удосконалення організаційної культури підприємства як фактору конкурентоспроможності є забезпечення:

- своєчасного заповнення вакантних посад новими працівниками;
- стійкості управління підприємством і його підрозділів;
- призначення на посади компетентних, здібних працівників.

Керівництву підприємства, для досягнення його конкурентоспроможності також варто звертати увагу на такі елементи в організаційній культурі як: організація конкурсів професійної майстерності серед працівників компанії; встановлення пільг і заохочення для співробітників, що працюють в компанії тривалий час; розширення асортименту послуг, що надаються службами організації, своїм співробітникам, тощо [3].

Компанія не може функціонувати, якщо його працівники не володіють, крім набору необхідних умінь і навичок, склепінням писаних і неписаних правил, законів життя даного підприємства, не вибирають певного ставлення до своєї роботи, до своєї організації, колегам і клієнтам. Всі ці навички, вміння, погляди, норми поведінки і правила створюють організаційну культуру підприємства. Конкурентоспроможність підприємства більшою мірою залежить від сили організаційної культури, ніж від багатьох інших факторів організації, адже саме вона полегшує комунікацію і процес прийняття рішень, спрощує співробітництво на основі довіри.

### **Список використаних джерел:**

1. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М.: Вільямс, 2000.
2. Смолкін А. М. Менеджмент: основи організації: підруч. / А. М. Смолкін. – М.: ИНФРА-М, 2001.
3. Хамел Г. Конкуренція за майбутнє. Створення ринков за завтрашнього дня / Г. Хамел, К. Прахалад. – М., 2002.

# ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

---

Д. е. н. Громова О. М.<sup>\*</sup>, к. е. н. Гетьман О. Л.<sup>\*</sup>, Маркова Т. Д.<sup>\*\*</sup>

*<sup>\*</sup>Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень  
НАН України, м. Одеса;*

*<sup>\*\*</sup>Одеська національна академія харчових технологій, Україна*

## СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ТЕПЛОАСОСНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

Трансформації у енергетичній галузі України є одними із дискусійних питань сьогодення та стратегічних завдань майбутнього. Енергетична продукція є невід'ємною частиною життя всього людства, тому вона не втрачає актуальність і не буде її втрачати, з нашої точки зору, оскільки зміни, що відбувається в економіко-екологічному середовищі привертають увагу вчених та представників влади. Проблема подорожчання вартості традиційних енергоресурсів у зв'язку з їх вичерпанням, а також погіршення екологічного становища в результаті забруднення атмосфери викидами парникових газів змушує науковців шукати нові способи задоволення потреб суспільства у тепловому комфорті та тепловодопостачанні. І це є проблема всієї земної кулі, а особливо загострюється вона в Україні з урахування енергозалежності та короткостроковими перспективами євроінтеграції. Одним із шляхів послаблення залежності нашої країни від імпорتنих енергоресурсів, на думку більшості авторів, є поступовий перехід на використання енергозберігаючих, екологічно безпечних технологій, зокрема, теплових насосів (ТН) та модернізація існуючих потужностей в енергетичному, житло-комунальному, промисловому секторах.

Підвищений інтерес до ТН спостерігається в Україні в останні 5–10 років, як в західних провідних країнах майже півстоліття. Таке відставання українського населення від європейського у впровадженні енергозберігаючих технологій спричинено отриманням у спадок від СРСР високого рівня централізації теплопостачання; несвідомість суспільства у сфері екологічних проблем та техногенних катастроф; великі капіталовкладення в проєктах отримання теплової та електричної енергії із відновлюваних джерел енергії; страх втрати частини споживчої аудиторії теплової енергії підприємств, що надають послуги централізованого теплозабезпечення, низькоефективні системи існуючого теплопостачання будинків, шкіл, лікарень, низька надійність електропостачання, особливо в сільській місцевості. Але існування української незалежної держави в ринкових умовах обумовило до необхідності застосування інноваційних технологій енергозберігання та теплозабезпечення, що обумовлено фінансовим станом, інвестиційно-кредитною політикою в країні та кіотськими зобов'язаннями.



Питання екологічного характеру не залишають байдуже ні міжнародну спільноту, ні представників української влади, враховуючи, що щорічно маса забруднюючих речовин збільшується. Так, в Україні у 2000 році їх кількість становила 5908,6 тис. т., тоді як у 2010 році – 6678,0 тис. т., що на 769,4 тис. т. більше при порівнянні із базовим роком. Найбільша кількість викидів шкідливих речовин в атмосферу від стаціонарних джерел, а саме 76,6% припадає на Донецьку, Дніпропетровську, Луганську, Івано-Франківську та Запорізьку області України [1]. Тому велику увагу науковці як вітчизняних, так і зарубіжних приділяють вирішенню проблеми еколого-економічного характеру, зокрема застосуванням відновлюваних джерел енергії: сонця, вітру, біопалива, енергії води, а також інвестиціям у розвиток енергозберігаючих технологій, що забезпечують конкурентоспроможність підприємств і створюють надійну основу майбутнього. До енергозберігаючих технологій віднесемо, зокрема, ТН, які супроводжуються великим попитом на міжнародній арені товарів та інжинірингових послуг. Саме за рахунок ТН український уряд сподівається досягти економії у розмірі 2,7 млн. тонн умовного палива до 2030 року [2]. Стратегічне завдання досить перспективне, проте наскільки можливе, з нашої точки зору, залежить від вирішення ряду соціально-економічних та правових факторів:

- 1) усвідомлення населення про необхідність раціонального використання паливо-енергетичних ресурсів та перехід на інноваційні енергозберігаючі технології;
- 2) відповідність нормативно-правової бази у сфері теплопостачання сучасним світовим вимогам;
- 3) рівень фінансування заходів з модернізації систем генерації і транспортування теплової енергії;
- 4) імпортозаміщення палива та використання альтернативних відновлювальних джерел теплової енергії;
- 5) відповідність вартості послуг забезпечення тепловою енергією з її якістю;
- 6) обґрунтування тарифів на теплопостачання, тощо.

Для успішної реалізації нового напрямку вирішення економіко-екологічних питань, заощадження ресурсів і підтримання глобальної ініціативи захисту навколишнього середовища (гальмування темпів змінення клімату) на планеті, на нашу думку, перші кроки вже зроблені. Це ратифікація України у 2004 році міжнародної угоди – Кіотського протоколу, прийнята Енергетична стратегія України на період до 2030 року, затверджена Державна цільова економічна програма енергоефективності на 2010–2015 роки, тощо. Але незважаючи на ряд прийнятих нормативно-правових актів, розвиток теплонасосної енергетики залишається на низькому рівні. Такий рівень обумовлений, на наш думку, недостатньою увагою до обґрунтування методичної оцінки екологічно-економічної ефективності проектів енергозберігаючих, екологічно безпечних технологій з урахуванням сучасних можливостей їх реалізації в рамках кіотських домовленостей. Багато суперечностей виникають при реалізації ринкових механізмів даної угоди, зокрема ціни створеного нематеріального продукту (CO<sub>2</sub>) в результаті впровадження ТН та вартості самого обладнання на міжнародному ринку.

З метою виконання зобов'язань Кіотського протоколу, зменшення економіко-енергетичної напруги в державі необхідний комплексний розгляд питань організаційно-економічного характеру забезпечення ефективності розвитку ТН [3]:

- створення сприятливих політичних та економічних умов для залучення іноземних фірм до спільного виробництва ТН;
- створення механізму стимулювання, як виробників так і споживачів ТН;
- активізація позиції вступу у міжнародні організації, в компетенцію яких входять питання енергозберігаючих, енергоефективних і екологічно безпечних технологічних засобів;
- гармонізація екологічних та економічних інтересів на основах науково-обґрунтованої державної політики.

Слід відмітити, що більше 90% [4] теплової енергії випускається електростанціями та котельними установами, на яких ступінь зносу обладнання за останні 10 років збільшився на 33,0% і досягає більше 60% на сьогоднішній день. Тому технічний стан виробництва та транспортування тепла до кінцевого пункту (споживача) потребує модернізації. І, враховуючи досягнутий світом науково-технічний потенціал, а також перехід до моделі «чистого розвитку» країн, слід відмітити високий потенціал теплозабезпечення енергозберігаючими екологічно-безпечними технологіями – ТН на базі використання нетрадиційних відновлюваних джерел енергії. Застосування інтегрованих теплонасосних систем енергозабезпечення за дослідженнями авторів [5] надасть можливість підвищити використання енергоблоків конденсаційних електричних станцій в базовому навантаженні, що в свою чергу призведе до поступового збільшення споживання електроенергії атомними електростанціями та теплоелектростанціями замість дорогого імпортованого природного газу. Враховуючи частину імпортованого газу у 54% та динаміку росту його ціни, з певністю можна спрогнозувати в перспективі зростання вартість електроенергії та теплової енергії для потреб промисловості та населення.

Слід відмітити, що основними перешкодами на шляху впровадження ТН є питання фінансових ресурсів, оскільки дане обладнання потребує великих капіталовкладень і на вітчизняний ринок представлено 85% закордонного виробництва, інші 15% це українське виробництво теплових насосів із імпортованих комплектуючих, що дозволяють зменшити вартість устаткування до 40%, а також вітчизняне виробництво енергозберігаючого екологічно-безпечного обладнання на замовлення великих промислових об'єктів. Незважаючи на ці обставини, у поточному році за даними НАЕР кількість енергоефективних проектів на основі ТН, які претендують на бюджетне фінансування відповідно до Державної цільової економічної програми енергоефективності на 2010–2015 роки становить 53, тобто 22,3% із загальної кількості проектів, і потребують 19,0% кошторису передбаченого для реалізації 238 проектів енергозберігаючого характеру.

ТН, які визнанні світом та масово провадженні у якості створення й забезпечення тепловим комфортом юридичних та фізичних осіб, на нашу думку, дозволяє вирішити напружену еколого-економічну ситуацію країни при вимогах прийняття

та реалізації нових наукових підходів до забезпечення людства енергією та переходу на поновлювані енергетичні ресурси як єдино можливого напрямку стабільного існування та розвитку сьогодення та майбутнього.

### **Список використаних джерел:**

1. Статистичний щорічник України за 2010 рік // Держкомстат України. – К.: Консультант, 2011. – 560 с.
2. Проект енергетичної стратегії України на період до 2030 року та подальшу перспективу // Електронний журнал енергосервісної компанії «Экологические системы». – 2005. – № 11. – нояб.
3. Маркова Т. Д. Шляхи зменшення економіко-екологічної напруги в Україні в контексті Кіотського протоколу / Т. Д. Маркова // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – Спец. вип. у 2-х ч. Регіональний розвиток України: проблеми та перспективи. – К.: КНЕУ, 2011. Ч. 2. – 675 с.
4. Паливно-енергетичні ресурси України. Статистичний збірник // Держкомстат України. – К., 2009. – 443 с.
5. Денисова А. Є. Можливість застосування інтегрованих тепло насосних систем електростанціями / А. Є. Денисова, В. Ю. Бірюк, П. О. Котов // Холодильна техніка і технологія. – 2011. – № 2 (130). – С. 51–53.

**Дьяконова К. В.**

*Магнитогорский государственный технический университет,  
Российская Федерация*

### **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОГО КОМБИНАТА «ЗАПОРОЖСТАЛЬ»**

Экономическое развитие страны и управление окружающей средой – две взаимодополняющие задачи.

Социальная ответственность бизнеса в наше время выражается, прежде всего в понимании конкретным предприятием своей роли в сохранении благоприятной окружающей среды для будущих поколений.

На уровне отдельной компании ее экологическая ответственность проявляется:

1) компания соблюдает природоохранное законодательство, осуществляет мониторинг и оценку воздействия на окружающую среду в сравнении с законодательно установленными нормативами. В 2006 г. «Запорожсталь» прошло добровольный экологический аудит. Результатом его проведения стало заключение о соответствии экологических аспектов комбината требованиям нормативных актов Украины в части охраны воздуха, водных ресурсов, земель, флоры и фауны, оптимизации обращения с отходами.

2) в экологической политике компанией ставятся цели в области охраны окружающей среды, главными из которых являются сокращение массы выбросов и сбросов загрязняющих веществ в атмосферу и водные объекты, утилизация промышленных отходов, рациональное использование природных и энергетических

ресурсов. Для осуществления контроля за влиянием на окружающую среду на комбинате организована служба охраны природы и радиационной безопасности;

3) открытость и доступность информации о результатах природоохранной деятельности обеспечивается публикацией на сайте ОАО «Запорожсталь» и в СМИ. Текущие затраты на охрану окружающей среды составляют более 100 млн. грн. в год. Удельные выбросы в атмосферу на тонну выплавляемой стали по итогам 2011 года составили 17,7 кг/тонну, по сравнению с 1999 годом они снизились на 9,4 кг/тонну;

4) ОАО «Запорожсталь» отслеживает на рынке появление новых экологических технологий и решений. К примеру, в 2011 году завершены работы по строительству установки для вдувания пылеугольного топлива в доменные печи, что позволяет полностью отказаться от использования природного газа в доменном производстве.

Несмотря на это, экологическая проблема для города Запорожье все еще стоит остро: растет уровень заболеваний, связанных с плохой экологией; выбросы в атмосферу существенно влияют на чистоту воздуха.

К природоохранной деятельности предприятия нужно как можно шире подключать общественность. Местными властями должен осуществляться контроль за деятельностью предприятия и соблюдением всех нормативов по выбросам в атмосферу посредством измерения концентрации вредных веществ. Для этого предлагается местной администрации вместе с общественными организациями города разработать экологическую программу «Чистый город», предполагающую оснащение районов города техническими средствами для контроля за состоянием выбросов в атмосферу. Мониторинг состояния воздуха общественными организациями позволит контролировать использование очистных сооружений ОАО «Запорожсталь» и сократит выбросы вредных веществ, особенно ночью и в выходные дни. В противном случае должны применяться штрафные санкции. Такое сотрудничество предприятия с местными властями и обществом будет взаимовыгодным и приведет к повышению авторитета предприятия, как социально ответственного предприятия и, возможно, пополнит бюджет города.

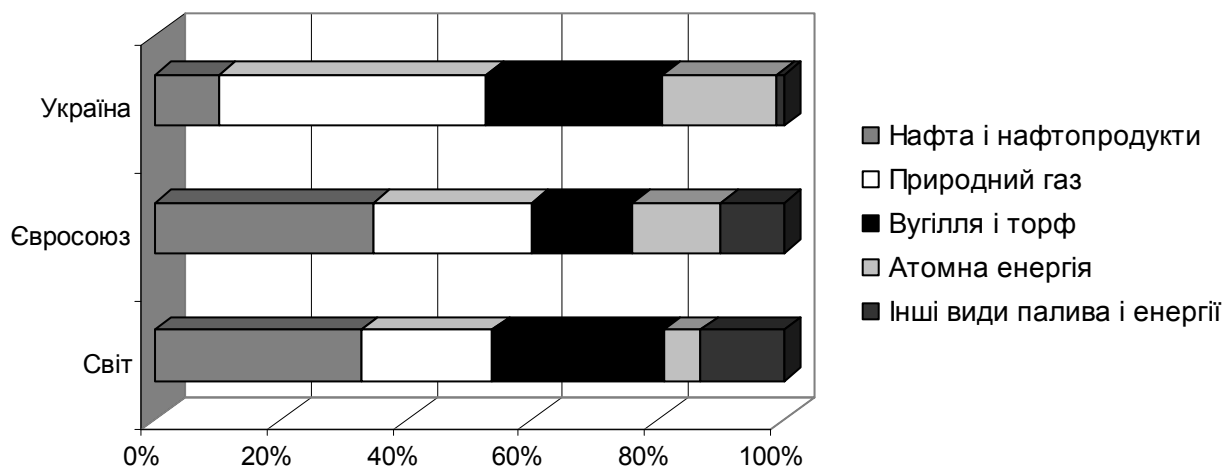
**К. е. н. Завербний А. С.**

*Національний університет «Львівська політехніка», Україна*

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ**

Дослідження показали, що у світовому господарстві спостерігається тенденція зростання рівня енергоспоживання при обмеженості енергетичних ресурсів. Це призводить до зростання конкуренції в даному секторі у поєднанні із підвищенням цін на основні види енергоресурсів. Тому у світовому господарстві активно розвивається альтернативна енергетика. Частка відновлювальних джерел у світовому енергобалансі у 2011 р. становила понад 13%, у балансі країн ЄС – понад 6%. В

Україні даний показник не перевищує 1% (рис. 1) [1; 2]. При тому, що на ринку альтернативної енергетики в нашій країні присутні більшість з існуючих джерел: сонячна, вітрова енергія, мала гідроенергетика, біопаливо. Низька частка відновлювальних джерел в енергетичному балансі України компенсується не виправдано високим рівнем використання природного газу, а також атомної енергії (рис. 1).



**Рис. 1. Структури світового, європейського та українського енергетичних балансів у 2010 р.**

Однак основними проблемами в даній сфері є надзвичайно низький рівень інвестування, висока вартість альтернативної енергії, недосконале правове поле даної енергетики. Також в Україні досить повільно відбувається впровадження енергозберігаючих технологій у виробничі процеси.

Оцінювання розвитку світової альтернативної енергетики показало, що він відбувається досить активно. На частку відновлювальних джерел енергії припало понад половини встановлених країнами Європи та США генеруючих потужностей [3]. Лідерами у відновлювальній енергетиці виступають розвинені країни. Частка альтернативної енергетики у балансах країн Європи становить відповідно: в Норвегії – понад 40%, Австрії та Швеції – 24%, Фінляндії – 19%, Німеччині і Португалії – 17,5%, Данії – понад 12%, Італії та Іспанії – понад 10%, Великобританії, Франції, Нідерландах і Бельгії – понад 7%. У відновлювальній енергетиці країн ЄС домінуюче місце посідає гідроенергетика (57,7% всіх відновлювальних джерел), далі йдуть вітроенергетика (20,9%) та біомаса (19%) [3]. Прогнозується також зростання частки відновлювальної енергії у країнах, що розвиваються. Викликане це зростаючою потребою в енергетичних ресурсах та підвищення рівня енергетичної безпеки країн.

Одним із можливих вирішень існуючих проблем в Україні є залучення в альтернативну енергетику потужних інвестиційних коштів (враховуючи, що відновлювана енергетика в Україні виступає однією з поки що не багатьох сфер, яку відносять до динамічних та головне інвестиційно-привабливих [4] а також перше потрапляння України у 2011 р. до рейтингу привабливих для «зелених» інвестицій країн. Даний рейтинг складається аудиторською компанією Ernst & Young [5]).

Ще одним напрямком удосконалення виступає правове забезпечення як енергетики України в цілому так і розвитку відновлювальних джерел в електроенергетиці. Особливо це стосується стабільності розвитку та подальшого покращення з метою стимулювання використання альтернативних джерел енергії. Важливим кроком було прийняття 01.04.2009 р. Закону «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» щодо стимулювання використання альтернативних джерел енергії» [6]. Закон затвердив механізм формування «зеленого» тарифу на електроенергію, що виробляється при використанні альтернативних джерел енергії (хоча перша згадка (яка так і залишилася лишень на папері) про даний тариф датується ще 1997 р.) [6]. Засновниками зеленого тарифу виступили країни ЄС. Розмір українського зеленого тарифу є значно вищий ніж в країнах Європи. Перш за все це викликано підвищеним економічним та політичним ризиками, з якими стикаються потенційні інвестори.

Однак, не дивлячись на сприятливі умови, не спостерігається значного приросту інвестицій у відновлювальну енергетику країни. Одним із ключових стримуючих факторів виступає політична нестабільність. Негативним є корумпованість ринку електроенергії, а також його заполітизованість. Виведення енергетики з «тіні» та забезпечення прозорості ринків енергетичних ресурсів (за умови забезпечення рівноправ'я всіх компаній на даному ринку) дозволить підвищити інвестиційну привабливість даної галузі. Також необхідно підвищити рівень енергозбереження економіки України, який є одним із найнижчих у світі.

За умови вирішення існуючих проблем можна розраховувати на розвиток ринку альтернативної енергетики України, що сприятиме підвищенню рівня енергетичної безпеки країни через диверсифікування енергоресурсів за рахунок власного виробництва; розвитку супутніх галузей економіки, зокрема й науково-технічного потенціалу країни; підвищенню рівня екологічної безпеки а також на подальше інтегрування енергетики України у світову, зокрема європейську.

### **Список використаних джерел:**

1. Матеріали сайту Міжнародного енергетичного агентства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iea.org/stats/index.asp>
2. Матеріали сайту Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euea-energyagency.org/userfiles/file/Energy%20Balance%20of%20Ukraine%202010.pdf>
3. Матеріали сайту Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України. Альтернативное будущее Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrproject.gov.ua/node/853>
4. Матеріали інформаційного сайту «Українська енергетика UA-Energy.org». Ринок відновлюваної енергетики готується до посилення вимог з «локалізації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua-energy.org/post/23878>
5. Матеріали інформаційного сайту «Дзеркало тижня. Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.news.dt.ua/ECONOMICS/mea\\_liderstvo\\_u\\_vidnovlyuvaniy\\_energetitsi\\_bude\\_perehoditi\\_vid\\_rozvinenih\\_krayin\\_do\\_novih\\_gravtsiv-105017.html](http://www.news.dt.ua/ECONOMICS/mea_liderstvo_u_vidnovlyuvaniy_energetitsi_bude_perehoditi_vid_rozvinenih_krayin_do_novih_gravtsiv-105017.html)
6. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» щодо стимулювання використання альтернативних джерел енергії» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

**К. с.-х. н. Косенко Т. Г., Горшенин М., Еременко В.**  
*ФГБОУ ВПО Донской государственный аграрный университет,*  
*Российская Федерация*

## **РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ**

Природно-климатические условия преопределили на территории Ростовской области многогранную сельскохозяйственную деятельность, сформировались структура и соотношение земельных угодий, в том числе и сельскохозяйственных.

Характер использования природных ресурсов должен способствовать снижению затрат и повышению эффективности общественного производства. Особенно это касается имеющихся видов сырья и энергии. Необходимо всемерное совершенствование производства, минимализация отходов, наиболее рациональное использование природных ресурсов и сохранение окружающей среды от загрязнения.

Систематическая работа, направленная на ресурсосбережение должна обеспечивать сохранение и возобновление природных ресурсов, экономию трудовых, материальных и финансовых ресурсов, повышение плодородия почв и урожайности культур, повышение эффективности и устойчивости производства.

Наиболее полному и целесообразному использованию почвенно-климатических ресурсов, наиболее рациональному сочетанию природных и производственных возможностей для получения агрономического хозяйственного эффекта способствуют ландшафтные системы земледелия. В агроландшафтах более продуктивно используются материально-энергетические ресурсы земледелия, что обеспечивает при одинаковых метеорологических условиях формирование более высоких урожаев сельскохозяйственных культур.

Оптимальная структура посевных площадей и рациональная конструкция севооборотов создают условия для высокого выхода сельскохозяйственной продукции с гектара пашни и восстановления почвенного плодородия.

Для того чтобы стабильно производить 7 млн. т зерна, необходимо не только повысить урожайность зерновых культур, но и не допустить значительного их сокращения в структуре посевов. В севообороте зерновые культуры, особенно наиболее урожайные, должны быть размещены по хорошим предшественникам. Приоритетное положение среди них занимает озимая пшеница.

Ландшафтная система земледелия области предполагает преобладающую часть озимых размещать в севообороте по лучшим предшественникам, в том числе по чистому пару 53,1% (34–83%), по занятым парам 12,8%, по гороху 7,9%, по пласту многолетних трав – 5,2%, кукурузе на зеленые корма и раннему силосу – 18,7%, и только 2,3% по озимой после пара.

Большое внимание следует уделять зернофуражным культурам – ячменю, кукурузе, гороху, сорго.

Развитие производства на основе интенсификации, усиливающиеся связи и взаимовлияние сельского хозяйства и природной среды, экологически неблаго-

приятные последствия заставляют определять эколого-экономическую эффективность производства, сочетающую экономическую целесообразность и экологическую безопасность сельскохозяйственного производства.

Рациональное природопользование проявляется в применении ресурсосберегающих технологий, наиболее эффективного использования трудовых, земельных, водных и материальных ресурсов, обеспечивающих последовательное снижение ресурсоемкости производства обеспечивающих снижение удельных затрат каждого вида производственных ресурсов на производство единицы продукции. Результатом ресурсосбережения является снижение издержек производства продукции, оно должно стать одним из важных источников обеспечения дополнительной потребности в производственных ресурсах.

#### **Список использованных источников:**

1. Кузьменко О. В. Экономическая эффективность посевных площадей / О. В. Кузьменко // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2010. – № 7. – С. 40–42.

**Курбатова Т. О., д. е. н. Сотник І. М.**

*Сумський державний університет, Україна*

### **АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ**

Висока залежність України від імпорту природного газу, нафти, ядерного палива, гіпертрофоване зростання попиту на енергоресурси, переважання у галузевій структурі економіки енергомістких підприємств, разом з вичерпністю запасів органічного палива, загрожують економічній безпеці України, що в свою чергу актуалізує питання пошуку і використання відновлювальних джерел енергії.

Одним з основних та найбільш перспективних напрямів відновлювальної енергетики є геліоенергетика. В Україні існують достатньо сприятливі умови для використання сонячної енергії, слід зазначити, що середньорічна кількість сумарної сонячної радіації, яка потрапляє на 1 м<sup>2</sup> поверхні, на території України знаходиться в межах від 1070–1400 кВт·год/м<sup>2</sup> в залежності від регіону. Цей показник є досить високим, наприклад для Німеччини, він становить в середньому 1000 кВт·год/м<sup>2</sup>.

Максимально можливий технічно-досяжний енергетичний потенціал сонячної енергії в Україні становить 430 млн. т.у.п. в рік. Даний обсяг еквівалентний 371 млрд. м<sup>3</sup> природного газу, отже, існують достатньо потужні можливості для ефективного використання геліоустановок на території України.

На сьогодні в Україні працюють 22 сонячні електростанції. За даними міжнародної дослідницької компанії Masquarie Research, вироблена на них електроенергія у 2012 році повинна перевищити 600 МВт. Проте, вітчизняна сонячна енергетика за своїми показниками значно поступається країнам-лідерам з розвитку альтернативної енергетики, зокрема Німеччині. Так, у травні 2012 року геліоенер-



гетика цієї країни встановила світовий рекорд з виробництва екологічно чистої енергії. В момент рекорду більше 50% усієї електроенергії Німеччини вироблялося на сонячних енергооб'єктах – а це понад 22 ГВт. Рівно стільки ж електроенергії виробляють усі німецькі атомні електростанції.

Основним стримуючим фактором для розвитку сонячної енергетики, є висока вартість енергії, яка отримується з використанням сонячних модулів. Проте в останні роки спостерігається оптимістична тенденція щодо зниження собівартості виробництва енергії згенерованої сонячними електростанціями. Так, якщо вартість виготовлення сонячного елемента потужністю 1 Вт у середині 90-х років складала близько 15 доларів, то зараз вона є меншою за 1 долар США. Причому вказана вартість має чітку тенденцію до зниження – за 2010–2011 роки вона зменшилася на 50%, а з 2008 року падіння ціни склало 75%. Вартість 1 кВт·год електроенергії, яка виробляється фотоелектричними модулями, сьогодні значно вища ніж для традиційної енергетики. За підрахунками Адміністрації інформації в галузі енергетики США, собівартість 1 кВт/год. сонячної станції зараз приблизно 0,21 дол. США. У Європі, за оцінками Європейської асоціації фотогальванічної промисловості – 0,23–0,5 дол. США за 1 кВт/год. Щодо перспектив, то компанія First Solar нещодавно повідомила, що до 2014 р. вартість 1 кВт/год. може бути знижена до 0,1–0,12 дол. США, що можна порівняти з показниками газових теплоелектростанцій у пікові години.

Отже, активний розвиток технологій виробництва матеріалів для сонячної енергетики в майбутньому призведе до ще більш значного зменшення вартості сонячних елементів. Саме тому, усі розвинені країни приділяють значну увагу створенню і розвитку наукових лабораторій та підприємств сонячної енергетики.

Україна не є винятком у цьому процесі, на даному етапі державна влада приділяє суттєву увагу питанню державного регулювання розвитку геліоенергетики. Інвестиційні компанії отримали законодавчі гарантії викупу всього об'єму електроенергії згенерованої сонячними електростанціями, за досить високим зеленим тарифом, який становить в Україні – 505,09 коп./кВт·год, тоді як у Німеччині – 448,15 коп./кВт.

На цей час в Україні практично сформована нормативна база щодо регулювання розвитку сонячної енергетики, зокрема, стимулювання власного виробництва комплектуючих для даної галузі. Так з 1 січня 2013 року, для отримання зеленого тарифу обладнання сонячних електростанцій повинно містити не менше 30% сировини українського походження, а з 1 січня 2014 – 50%.

Україна робить впевнені кроки щодо динамічного розвитку сфери сонячної енергетики використовуючи свій власний природний потенціал. На сьогодні найбільш помітним представником на ринку виробництва монокристалічних кремнієвих злитків та пластин є ЗАТ «Пілар» (м. Київ), яке експортує свою продукцію багатьом зарубіжним виробникам сонячних елементів, до складу яких входить і найбільша німецька компанія Q-Cells.

Промислове виробництво сонячних елементів і сонячних батарей освоєне на ПАТ «Квазар» (м. Київ). Потенційна потужність виробництва фотоелементів і модулів перевищує 30 МВт. Підприємство володіє повною інфраструктурою, почи-

наючи зі здійснення науко-технічних розробок до промислового виготовлення, має значні виробничі потужності і, при наявності інвестицій, може дати змогу Україні посісти гідне місце на світовому ринку компонентів для геліоенергетики.

Враховуючи досвід провідних держав, для більш стрімкого розвитку геліоенергетичного сектору України, з метою збільшення частки сонячної енергетики в її енергобалансі, необхідна ефективна державна підтримка, яка б дозволила вирішити наступні питання:

- подальшого реформування нормативно-правової бази, яка покликана створювати сприятливі умови для роботи цієї галузі;
- залучення інвестицій у галузь, шляхом надання державних гарантій стабільності інвестиційного клімату в Україні, рівних умов ведення бізнесу;
- забезпечення пріоритетного доступу до пільгових кредитів та інших фінансових інструментів розвитку галузі, швидкої процедури отримання дозволів та ліцензій;
- належного фінансування науково-дослідних проектів, спрямованих на здешевлення сонячної енергії;
- стимулювання споживання екологічно чистої енергії підприємствами, а особливо населенням.

**К. е. н. Новак У. П.**

*Національний лісотехнічний університет України, м. Львів*

### **ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ У БАНКІВСЬКІЙ ІНВЕСТИЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Сьогодні, враховуючи потреби суб'єктів господарювання, банківські кредити надаються як для фінансування природоохоронних програм, так і для фінансування інвестиційної діяльності для задоволення довгострокових потреб під час реалізації інвестиційних проектів. За умови виявлення у підприємства-позичальника високого рівня екологічного ризику велика увага приділяється дослідженню інвестиційного проекту і отриманню докладнішої інформації від клієнта щодо потенційних екологічних ризиків.

Це пов'язано з тим, що фінансовий ризик, пов'язаний з екологічним ризиком, може виникнути внаслідок техногенних аварій і забруднення навколишнього природного середовища, а також у зв'язку з неврахованими раніше екологічними вимогами. Крім цього, громадська репутація і кредитний престиж банку можуть значно постраждати, якщо він фінансує екологонебезпечні проекти. Захист комерційними банками своїх економічних інтересів дасть змогу надати природоохоронній діяльності профілактичної спрямованості, що надалі може призвести до відчутної економічної вигоди. Так, за даними Міжнародного банку реконструкції і розвитку, можливе підвищення вартості проектів, пов'язане з оцінюванням впливу на стан навколишнього середовища, і наступне врахування екологічних обмежень у проектах окупуються в середньому за 5–7 років [2].

Величина екологічного ризику залежить від галузі промисловості, діяльності підприємства, а також управління і ресурсів підприємства, міри відповідальності підприємства у сфері охорони навколишнього природного середовища. Банківські установи несуть екологічну відповідальність здебільшого у сферах, де:

- фінансовий стан інвесторів залежить від штрафів за нанесення збитків навколишньому середовищу, виконання зобов'язань з ліквідації забруднень, анулювання ліцензії на проведення різних операцій;

- вартість землі і нерухомості клієнта, запропонованої як забезпечення кредиту, знижується унаслідок забруднення навколишнього природного середовища, де вони розташовані;

- виникають істотні зобов'язання з очищення навколишнього природного середовища, де вони розташовані, від забруднення після приватизації існуючих державних підприємств.

Загалом комерційним банкам можуть загрозувати такі види екологічних ризиків (табл. 1).

**Таблиця 1. Можливі екологічні ризики для кредитних установ [1]**

<b>Види ризику</b>	<b>Суть ризику</b>
Підвищені кредитні ризики	Екологічна відповідальність банків виникає внаслідок порушення клієнтом екологічних правил і норм та стягуваних за це платежів (податків) або штрафів і, як наслідок, втрати здатності погасити кредит. Процедури екологічного аудиту дають змогу виявляти такі випадки і, відповідно, коректувати умови кредиту (або відмовлятися від кредитування).
Ризики, пов'язані з санацією	Якщо банк отримує у власність «нездорові» з екологічного погляду підприємство чи територію і якщо він не включив відповідні положення у кредитну угоду, то як наступник права на цю власність він несе юридичну відповідальність за будь-які витрати з очищення і усунення збитків, завданих навколишньому природному середовищу. Крім цього, фактична вартість нерухомості може виявитись нижчою за первинну оцінку, і різницю, можливо, доведеться покривати банку.
Юридичні ризики, пов'язані з участю в акціонерному капіталі	Якщо банк отримує частку в акціонерному капіталі підприємства, він може стати юридично відповідальним за знешкодження забруднення навколишнього природного середовища і інші екологічні витрати, включаючи компенсаційні вимоги.
Юридичні ризики, пов'язані з приватизацією	Позичальники можуть понести серйозні витрати з очищення навколишнього природного середовища (не кажучи про можливі штрафні санкції). Ці витрати можуть вплинути на здатність покупця погасити кредит.

З метою зниження екологічних ризиків у своїй інвестиційній діяльності комерції банки здійснюють:

- коректування термінів і умов кредиту, що дає змогу врахувати екологічні ризики;

- коректування характеру, розміру і умов забезпечення кредиту;

- екологічний моніторинг;
- правове забезпечення доступу до екологічної інформації (звітів про дотримання норм і правил, претензій і позовів природоохоронного спрямування);
- включення юридично обов'язкових екологічних положень у кредитну угоду (зокрема, можливість вимагати від позичальника вживання заходів з ліквідації забруднення або внесення технічних удосконалень у проект).

Від позичальника вимагають включити у план розроблення і реалізації проекту рекомендації екоаудиторського звіту, а також передбачувані витрати на виконання цих рекомендацій. У екстремальних випадках (зокрема при постійному недотриманні екологічних норм і правил) банки можуть відхилити надання кредиту з причин екологічного характеру.

Таким чином, комерційні банки можуть включити в юридичне оформлення кредитної угоди екологічні умови, положення і/або заяви екологічного характеру з тим, щоб убезпечити себе від екологічних ризиків і мати змогу здійснювати ефективний моніторинг дотримання клієнтом природоохоронних норм і правил.

#### **Список використаних джерел:**

1. Методические и нормативно-аналитические основы экологического аудирования в Российской Федерации: учеб. пособ. по экологическому аудированию / [А. М. Карелов, Т. А. Бутолина, М. С. Беспалов и др.]. – М.: Тройка, 1999. – Ч. 2. – 766 с.
2. Паламарчук В. О. Економіка природокористування / В. О. Паламарчук, П. І. Коренюк. – Запоріжжя: Дике поле, 2003. – 408 с.

#### **Петченко М. В.**

*КНУ імені М. В. Остроградського, м. Кременчук, Україна*

### **ПІДПРИЄМСТВА МАШИНОБУДУВАННЯ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ В ПРОМИСЛОВІСТІ УКРАЇНИ**

Сталий розвиток держави та її економіки неможливий без стабільно та ефективно функціонуючого народного господарства. Провідною його галуззю є промисловість, а в її складі одне з визначних місць належить машинобудуванню. Необхідно приділяти увагу розвитку технологічного рівня галузі, її матеріально-технічної бази, інноваційному та інвестиційному розвитку, вдосконаленню систем управління ресурсами підприємств машинобудування з урахуванням особливостей, характерних саме цій галузі промисловості.

Нами було проведено дослідження щодо визначення місця галузі машинобудування в складі реалізованої продукції промисловості України. В процесі проведеного дослідження встановлено, що в структурі реалізованої промислової продукції України значна питома вага належить переробній промисловості – у 2007 р. вона складає 73,9%, у 2008 р. – 72,9%, у 2009 р. – 69,4%, у 2010 р. – 68,6%, у 2011 р. – 66,3% від всього обсягу, а в її складі найбільш вагоме місце займає металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів (22,0% в 2007 р., 18,0% в

2011 р.), виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (в 2007 р. – 15,0%, 2011 р. – 16,6% ), машинобудування (2007 р. – 13,7%, 2011 р. – 11,6%). Спостерігаємо тенденцію до зменшення обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) з 2007 по 2011 р.р.

Досліджуючи машинобудування в регіональному розрізі встановлено, що машинобудівним підприємствам Полтавської області належить значна роль в обсязі реалізованої продукції машинобудівної галузі промисловості України (поступається Полтавська обл. тільки Запорізькій області – 15,4% (2007 р.), 11,3 (2011 р.); Донецькій області – 14,5% (2007 р.), 17,7% (2011 р.) та Дніпропетровській області – 9,2% (2007 р.), 11,6% (2011 р.)), її питома вага зростає з 7,2% у 2007 року до 10,5% у 2011 р.

Розвитку машинобудування і металообробки в області сприяла близькість виробництва металу (індустріальне Придніпров'я) і великих промислових міст (Київ, Харків), вигідні шляхи збуту готової продукції, а також тісні зв'язки з сусідніми вузлами і центрами на основі кооперування, забезпеченість трудовими ресурсами.

Галузь машинобудування у Полтавському регіоні представлена крупними підприємствами; всього ж підприємств і організацій, які випускають продукцію машинобудування і металообробки, в області близько чотирьохсот. Найбільш визначна галузь машинобудування Полтавської області – транспортне машинобудування. Підприємствами транспортного машинобудування області є: «Кременчуцький автоскладальний завод», Полтавське відкрите АТ «Тепловозоремонтний завод», холдингова компанія «АвтоКРАЗ», Публічне акціонерне товариство «Полтавський автоагрегатний завод», Кременчуцьке відкрите АТ «Колісний завод».

Підприємствами енергетичного машинобудування області є Полтавське відкрите АТ «Турбомеханічний завод», відкрите АТ «Промсантехніка» у м. Комсомольську.

Верстатобудування, приладобудування і виробництво інструментів представлено наступними підприємствами: Полтавське орендне підприємство «Інструмент», Полтавський дослідний ливарно-механічний завод, Полтавський завод штучних алмазів, Лохвицький приладобудівний завод (м. Червонозаводське).

Продукцію електротехнічного машинобудування виготовляють: «Полтавський завод газорозрядних ламп», що випускає люмінесцентні, дугові, ртутно-кварцові та натрієві лампи і стартери, а також завод «Електромотор», що спеціалізується на випуску електродвигунів різних марок. Досить розвинуте в області виробництво машин і устаткування для легкої і харчової промисловості: завод «Легмаш» – єдине в Україні підприємство по випуску промислових машин для зшивання хутра, джутових і паперових мішків, вишивання, розкрою матеріалу; Хорольський механічний завод, Полтавське АТ «Полтавський машинобудівний завод», відкрите АТ «Карлівський машинобудівний завод», Лубенський машинобудівний завод з випуску елеваторного обладнання та технологічного устаткування для крупно- і комбікормових заводів, млинів.

АТ «Полтаваемальхіммаш» – підприємство машинобудування для хімічної промисловості – спеціалізується на виробництві устаткування для хімічної, харчової, медичної, мікробіологічної та комбікормової промисловості

Досить слабо розвинуте в Полтавській області сільськогосподарське машинобудування. До нього відноситься Галещинський машинобудівний завод обладнання для тваринницьких ферм та Пирятинський ливарно-механічний завод, що виробляє устаткування для тваринництва і кормовиробництва. Будівельне і шляхове машинобудування представлено АТ «Кременчуцькі шляхові машини», що випускає: автоматизовані змішувачі для приготування асфальтобетону, котки для ущільнення ґрунту, автогудронатори та інші дорожні машини.

Проведене дослідження дало змогу встановити, що у 2009 р. спостерігалася тенденція зниження питомої ваги продукції машинобудування, що перш за все пояснюється зниженням ділової активності підприємств в цей період, скороченням кількості замовлень і попиту під впливом фінансово-економічної кризи, зменшення долі на світовому ринку. У 2010 році кризові явища було подолано, відбувається нарощування обсягів виробництва, та, відповідно, зростання обсягів реалізованої продукції. Тенденція росту реалізації машинобудівної продукції зберігається і в 2011 році – її питома вага в обсязі промислової продукції регіону становить 22,2%.

В процесі проведеного аналізу структури реалізованої продукції галузі машинобудування Полтавської області встановлено, що найбільшу частку у структурі машинобудівної продукції регіону займає виробництво транспортних засобів та устаткування – його питома вага на кінець 2011 р. склала 87,3%, що говорить про визначальний характер цього напрямку машинобудування для промисловості Полтавської області.

Проаналізувавши фінансові результати промислових підприємств до оподаткування за 2011 р. встановлено, що найбільш прибутковими є галузі машинобудування – виробництво транспортних засобів та устаткування (75,9% підприємств одержали прибуток) та виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування (70,6% підприємств одержали прибуток).

В процесі дослідження галузі машинобудування встановлені наступні проблеми: недостатній рівень платоспроможності підприємств-партнерів, що відзначається на фінансово-економічному стані підприємств галузі; недостатність обігових коштів та відсутність реальних джерел фінансування, що призводить до унеможливлення реконструкції та технічного переоснащення підприємств галузі і забезпечення за рахунок цього високої якості виготовлюваних машин та обладнання, освоєння виробництва нової конкурентоспроможної техніки; значний знос основних засобів базових підприємств галузі, що негативно впливає на конкурентоспроможність, якість та собівартість продукції; нерозвиненість інноваційної інфраструктури, низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств; орієнтація на ринки країн СНД та країн, які розвиваються, що не створює перспективи майбутнього стабільного розвитку.

Виходячи з результатів аналізу функціонування підприємств машинобудування в Полтавській області, можна зазначити, що машинобудування відіграє велику роль у зміцненні економічного стану регіону, активно впливаючи на формування показників соціально-економічного розвитку Полтавської області.

Стратегічна стабілізація і стійкий розвиток галузі машинобудування повинні стати пріоритетним напрямом діяльності підприємств та регіону. Для досягнення цієї мети потрібно своєчасно реагувати на проблеми, що виникли, і ті, які можуть виникнути.

**К. э. н. Рощина Ю. В.**

*ЮФ Национального университета биоресурсов и природопользования  
«Крымский агротехнологический университет», г. Симферополь, Украина*

### **МОДЕЛЬ ИННОВАЦИОННОГО ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА В АГРАРНОМ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИИ**

Инновационный организационно-экономический механизм аграрного природопользования является частью общей системы управления экономикой страны в целом, целевой функцией которой является инновационное развитие Украины. В аграрном природопользовании целесообразно выделить понятие «экологопользование», так называют организованное на основе экологической теории сельскохозяйственное производство, в ходе которого производится не только сельскохозяйственные продукты потребления для общества, но и воспроизводится почвенное плодородие земли и очищаются от загрязнения воды, использованные для полива.

В широком смысле модель инновационного экономического механизма управления – аграрного природопользования, – это перспективная система организационно-экономических мер, которые позволяют на основе прогрессивной технологии увеличивать производство сельскохозяйственной продукции и улучшать ее качество при максимально возможном восстановлении почвенного плодородия и охраны окружающей среды. Это модель реализации взаимосвязанных экологических организационно-управленческих и экономических мер в аграрной сфере. Так, планирование, разработка, введение, исполнение и контроль целевых программ аграрного природопользования осуществляются с помощью механизма управления процессами сохранения природных ресурсов. В них содержатся элементы экономического воздействия. В частности, контроль за установленными государством нормами, за соблюдением норматива содержания гумуса в почве осуществляется административными методами, но при этом он должен сопровождаться штрафами, т.е. экономическим воздействием на природопользователей, если они нерадиво относятся к природным ресурсам.

**Целью модели** инновационного экологического организационно-экономического механизма аграрного природопользования является согласование экономических и экологических интересов общественного производства, направленного, с одной стороны, на повышение жизненного уровня населения и сохранение его здоровья, а с другой стороны, с задачами сохранения природных ресурсов.

Указанная цель, может показаться внутренне противоречивой, так как с позиций «чистой» экологии надо стремиться к сокращению природного базиса сельского хозяйства, т.е. **сокращение объема используемых в сельском хозяйстве природных ресурсов**, т. е. надо бы приветствовать, например, сокращение уже на 6 млн. га сельскохозяйственных угодий в Украине и уменьшение потребляемой свежей воды в два раза, произошедшее за последние двадцать лет.

Однако, снижение производства продуктов питания уже привело к превышению смертности населения над рождаемостью за это время привело к сокращению численности населения на 6 млн. человек, что полностью отвергает, так сказать, «положительное» снижение потребляемых природных ресурсов. Тем более, что земельные ресурсы (в период сокращения) стали хуже использоваться: на 20% потеряны уровень гумуса в почве, на миллионах гектарах почва произошло закисление и засоление и деградация почв.

*Концепция модели инновационного организационно-экономического механизма*, – это всемерное увеличение производства сельскохозяйственной продукции, способствующее повышению жизненного уровня населения и экспортным возможностям страны, требует вовлечения новых земельных и водных ресурсов, коренного улучшения их использования, при строгом контроле за восстановлением потребленных ресурсов.



**Рис. 1. Распределение функциональных обязанностей между министерствами в инновационной модели аграрного природопользования**



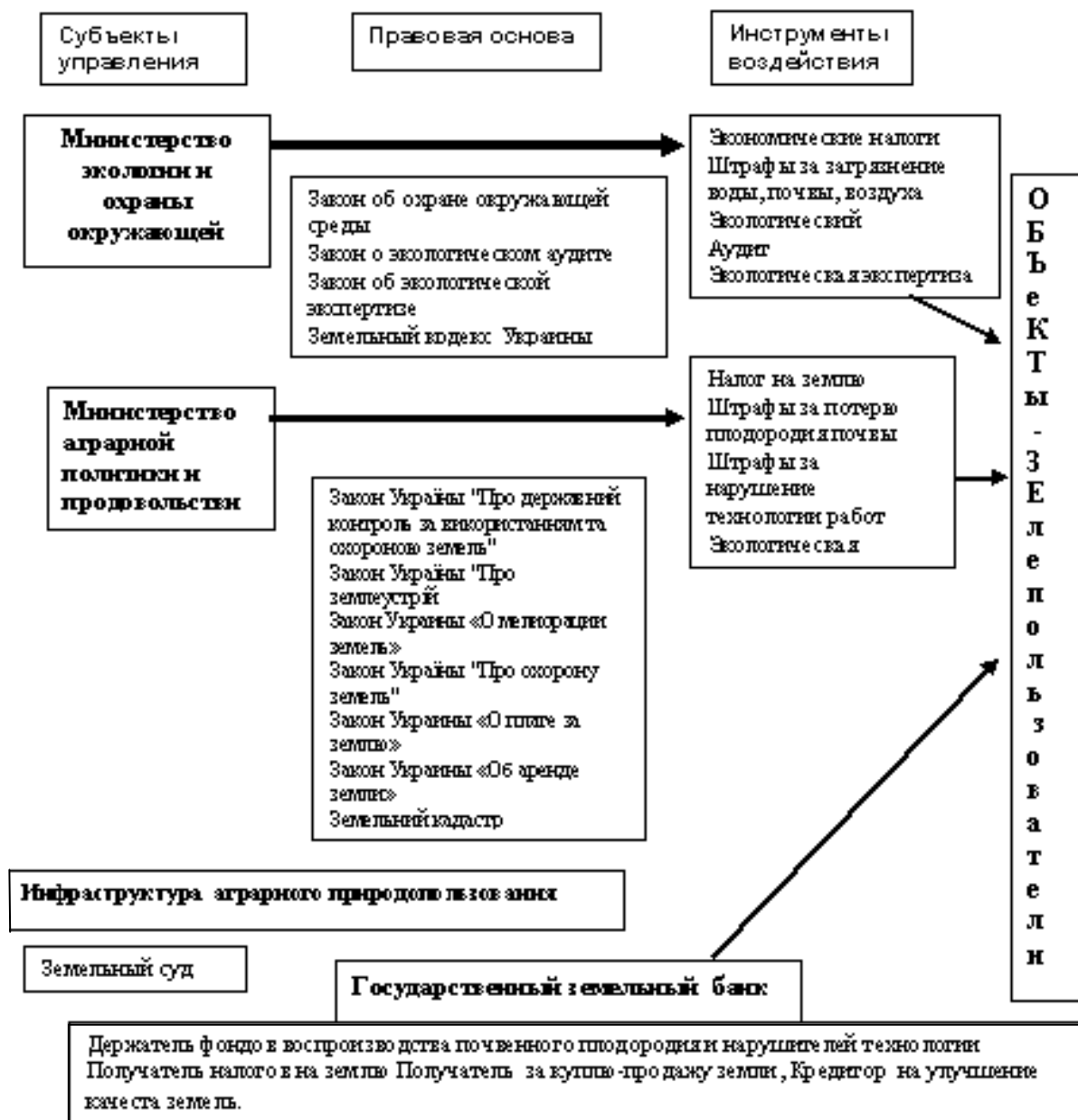


Рис. 2. Модель инновационного организационно-экономического механизма аграрного природопользования

Механизм управления экологической безопасностью закреплен в нормах основополагающего Закона Украины «Об охране окружающей природной среды», Модель инновационного экологического организационно-экономического механизма аграрного природопользования содержит в себе *элементы не только чисто экономического, но и организационно-административного механизма.*

К последнему относятся планирование, учет и социально-экономическая оценка ресурсов, возможное регулируемое ценообразование, договоры и лицензии на комплексное природопользование, установление лимитов природопользования.

Организационно-административные и экономические методы управления экономикой, ее материальной составляющей – природными ресурсами, а также

охраной окружающей среды – используются одновременно, и их разделение носит условный характер, столь же условный, как и разделение экономики и менеджмента.

Разделение функций управления в аграрном природопользовании между Министерством экологии и охраны окружающей среды и Министерством аграрной политики и продовольствия указаны на рис. 1.

Общая схема модели инновационного организационно-экономического аграрного природопользования дана на рис. 2.

*Объектами управления* являются все природопользователи, как юридические, так и физические лица, независимо от характера и направлений их деятельности, то есть владельцы земельных участков. Сегодня это миллионы владельцев земельных паев, которые сдали свою собственность в аренду фермерам или сельскохозяйственным предприятиям, арендаторы. Поэтому нарушители аграрного природопользования должны нести ответственность за свою деятельность.

### **Выводы:**

1. Модель инновационного экономического механизма управления аграрного природопользования, – это перспективная система организационно-экономических мер, которые позволяют на основе прогрессивной технологии увеличивать производство сельскохозяйственной продукции и улучшать ее качество при максимально возможном восстановлении почвенного плодородия и охраны окружающей среды. Это модель реализации взаимосвязанных экологических организационно-управленческих и экономических мер в аграрной сфере. *Концепция модели инновационного организационно-экономического механизма*, – это всемерное увеличение производства сельскохозяйственной продукции, способствующее повышению жизненного уровня населения и экспортным возможностям страны, требует вовлечения новых земельных и водных ресурсов, коренного улучшения их использования, при строгом контроле за восстановлением потребленных ресурсов.

2. В тесной связи с организационно-административными методами экологического управления в аграрном природопользовании используется и экономический механизм. А) Совершенствование налоговой политики; Б) субсидии и льготное кредитование мероприятий по повышению почвенного плодородия, В) штрафы за нанесенный ущерб земле, направляемые в фонд воспроизводства почвенному плодородию; Г) штрафы за нарушение технологии на сумму затрат внесения органических и минеральных удобрений и другие мероприятия, предусмотренные технологической картой; Ж) платежи за загрязнение водных ресурсов, если не произведено очищение использованной для полива воды. З) Экологический аудит; И) Экологическое страхование, в котором за базу расчетов принимается величина ренты, полученная от биологических активов.

**К. е. н. Томчук О. В.**

*Вінницький національний аграрний університет, Україна*

## **ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

Взаємозв'язок аграрного виробництва з природою призвів до негативних змін в природному середовищі. Агроекологічні проблеми обумовлені тим, що значна частина екосистем, у яких здійснюється сільськогосподарське виробництво, втратили здатність до саморегуляції в результаті збільшення кількості культивованих видів та усунення небажаних перешкод механічними, біологічними і хімічними засобами, внесення добрив, меліорації земель тощо. У багатьох регіонах України значно знизилось, а в деяких практично припинилось, введення в дію природоохоронних об'єктів і потужностей, хоча в процесі сільськогосподарського виробництва мають місце всі відомі напрямки природокористування: ресурсоспоживання, ресурсокористування, охорона навколишнього середовища та ін.

Інтенсивне ведення аграрного виробництва передбачає високий рівень застосування хімічних засобів, таких як пестициди, гербіциди та мінеральні добрива, в галузі рослинництва їх питома вага складає понад 60%. Внесення мінеральних добрив понад рекомендовану норму, невиконання оптимальних термінів та способів внесення речовин у ґрунт призводить до проникнення нітратів, сульфатів, хлоридів у ґрунтові води. Тому одним із напрямків підвищення ефективності та екологічної безпеки сільськогосподарської діяльності є поліпшення технологій рослинництва і тваринництва.

То ж за рахунок удосконалення технологій аграрного виробництва можливе дотримання екологобезпечних принципів господарювання. Кількість і співвідношення засобів виробництва, необхідних для сільського господарства з урахуванням його виробничої та регіональної спеціалізації, визначає саме технологія. Щоб зменшити негативне антропогенне навантаження на довкілля з боку аграрного виробництва та ефективно здійснювати екологобезпечний режим його функціонування, потрібно формувати в усіх регіонах такі економічні взаємовідносини, з приводу енергетичного забезпечення сільського господарства, яким притаманні висока відтворювальна здатність і екологічна стабільність, що дозволить отримати більш високоякісну продукцію в умовах мінімального енергетичного забезпечення виробництва.

На природне середовище велике навантаження чинить розвиток переробних галузей АПК. Відходи переробки не завжди доцільно використовуються в народному господарстві, нерідко їх викидають у навколишнє середовище, що завдає великої шкоди природі, зокрема водоймам та ґрунту. Щоб вирішити цю проблему, необхідно здійснити реконструкцію виробництва, орієнтовану на екологічну, ресурсозберігаючу та маловідходну технологію одержання кінцевого продукту, що сприятиме поліпшенню стану навколишнього середовища і збереженню ресурсів.

Сукупний енергетичний ресурс сільського господарства складається з сумарного обсягу використаних паливних, паливно-мастильних, електричних, ядерних, сонячних і інших носіїв енергії, техніко-технологічних, енергетичних засобів виробництва, біоенергоресурсів рослин і продукції тварин, енергоресурсу фізичної, механізованої та інтелектуальної праці робітників.

Аграрні товаровиробники мусять мати достатню кількість основних та оборотних засобів, щоб своєчасно провести обробіток ґрунту, посів, обробку та збирання врожаю. Для потреб аграрного виробництва в розвинутих країнах створюється інноваційна техніка, але в даний час навіть просте поповнення, критичного за чисельністю, парку зернозбиральних, бурякозбиральних та кормозбиральних комбайнів є практично нереальним і загрожує продовольчій безпеці України. Ціни на енергетичні засоби аграрного виробництва повинні враховувати коефіцієнт енергетичної оцінки, як співвідношення затрат енергії на виробництво і функціонування оцінюваної машини до її еталонного аналога, що використовується в сільському господарстві.

Вагоме значення для сільськогосподарського виробника має споживання електричної енергії. Економічні взаємовідносини на ринку енергоносіїв можуть здійснюватись через виробника і посередника. Важливо між ними створити ринкову конкуренцію. Тому сприятиме стимулювання нетрадиційних джерел енергоносіїв. Потрібно заохочувати аграрні підприємства в купівлі сертифікованого на якість і надійність енерговітрового, сонячного та біообладнання і установок. Впровадження останніх, при умові стабільного електроспоживання, дозволить замінити частину куплених енергоносіїв в сукупному енергетичному ресурсі сільського господарства.

Тарифи на енергоносії повинні складатись з мінімальних витрат та забезпечувати рентабельність відтворення виробництва, відповідати інтересам як постачальників, так і споживачів (аграрних підприємств), мати стимулюючий вплив на енергозбереження.

Сучасні технології енергомоніторингу припускають організацію центрів і діагностику підприємств за рівнем споживання ресурсів. На першому етапі здійснюється енергетична ревізія, ціль якої одержати загальну інформацію про рівень витрат усіх видів енергоресурсів, оцінити питомі витрати енергії на виробництво продукції. На другому етапі проводиться енергетичне обстеження підрозділів і всього підприємства. Третім етапом є розробка і впровадження проектів, що спрямовані на розвиток енергозберігаючих технологій в сільському виробництві.

Основними положеннями, щодо створення ефективного ринку енергоресурсів у сільському виробництві є: забезпечення функціонування енергетичної системи країни в постійному нормальному та збалансованому режимі; підвищення ефективності використання традиційного палива; налагодження співпраці з іншими країнами, щодо включення в процесу глобалізації енергетичних транспортних мереж; більш широке використання поновлюваних джерел енергії. Особливу увагу порібно приділити підготовці фахівців інженерних та економічних спеціальностей, що вивчають курс „Основи енергозбереження і енергоменеджменту”, який пови-

нен базуватися на новітніх навчальних технологіях, і забезпечити як фундаментальну підготовку, так і навички практичного рішення питань енергозбереження і раціонального використання енергії.

**Д. ф.-м. н. Ярмоленко В. О.<sup>\*</sup>, д. е. н. Поліщук Н. В.<sup>\*\*</sup>**

<sup>\*</sup>*Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна;*

<sup>\*\*</sup>*Вінницький національний аграрний університет, Україна*

## **ОЦІНЮВАННЯ СКЛАДОВИХ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ОХОРОНУ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ**

Однією з груп завдань, які стоять перед економікою природокористування, є розробка методів розрахунку економічної ефективності капітальних вкладень на охорону навколишнього середовища. На відміну від існуючого класичного підходу до ефективності як поняття, тотожного результативності [1 та інші], розглядатимемо ефективність як складову результативності. Дослідження показали, що для характеристики дієвості процесу є сенс розглядати категорію результативності будь-якого процесу як таку, котра одночасно характеризується за кінцевими наслідками з кількісної сторони, у вигляді характеристики його масштабного продукту, та якісної, з урахуванням ефективності процесу, що призводить до глибшого пізнання процесу за його наслідками [2–3 та інші].

**Метою роботи** є розгляд на основі відповідного вимірювання та моделювання інноваційних авторських підходів до оцінювання складових результативності капітальних інвестицій на охорону навколишнього середовища на регіональному рівні.

При дослідженні виходитимемо з того, що наслідком будь-якого процесу є його продукти: продукт як користь, продукт як втрати, загальний продукт у вигляді продукту як користі та продукту як втрат. Кожному процесові відповідає масштабний продукт у вигляді продукту як користі та тієї частини продукту як втрат, котра пропорційна частці продукту як користі у загальному продукті. При дослідженні процесу використовуватимемо такі рівняння зміни його результативності:

$$J_R = J_K \cdot J_E = J_K \cdot J_{V/Z} = J_G \cdot J_{1+V/Z} = J_G \cdot J_{1+1/D_Z};$$

$$J_R = J_G \cdot J_{1+D_Z} \cdot J_{G/Z} \cdot J_{V/G} = J_G \cdot J_{1+D_Z} \cdot J_{G/Z} \cdot J_{1+Z/G},$$

де індекси  $J_R$ ,  $J_K$ ,  $J_E$  та інші є індексами зміни певних показників як відношень відповідних показників до базисних. В останніх формулах:  $V$  – показник загального продукту процесу;  $Z$  – показник його продукту як втрат;  $G = V - Z$  – показник продукту як користі процесу;  $K = G + Z_G = G + Z \cdot G/V$  – показник його масштабного продукту;  $E = V/Z$  – показник ефективності процесу як відношення показників загального продукту  $V$  і продукту як втрат  $Z$ ;  $R = K \cdot E = K \cdot V/Z = G(1 + V/Z)$  є показником результативності процесу.

У табл. 1 зазначено капітальні інвестиції та поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища Вінниччини (у фактичних цінах; тис. грн.) та кількість постійного населення (на кінець року), тис. осіб, у 2009–2011 рр., які дають можливість провести оцінювання результативності інвестицій на охорону навколишнього природного середовища Вінниччини.

**Таблиця 1. Капітальні інвестиції, поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища та кількість постійного населення Вінниччини у 2009–2011 рр.\***

	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Капітальні інвестиції та поточні витрати, тис. грн.	96214,9	112480,2	163513,5
у тому числі: капітальні інвестиції, тис. грн.	29229,7	36986,5	62021,6
поточні витрати, тис. грн.	66985,2	75493,7	101491,9
Кількість постійного населення, тис. осіб	1643,5	1634,1	1627,1

\* Джерело: статистичний щорічник [4].

У табл. 2 вказано в динаміці показники зазначених капітальних інвестицій  $V$  і поточних витрат  $Z$ , а також одержані за допомогою відповідних формул деякі інші показники. З табл. 2 видно, що у 2010–2011 рр. спостерігалось відносно зростання результативності процесу вказаних капітальних інвестицій (відповідно на 30,06; 76,60%; індекс  $J_R$ ) як за рахунок відносного зростання масштабності процесу (відповідно на 25,39; 63,32%; індекс  $J_K$ ), так і ефективності його (відповідно на 3,73; 8,13%; індекс  $J_E$ ). Відносно зростання масштабності процесу відбувалося за рахунок капітальних інвестицій (відповідно на 27,27; 68,41%; індекс  $J_G$ ). Існували резерви для зростання результативності процесу капітальних інвестицій за рахунок якісної складової його ефективності (індекс  $J_{V/G}$ ) та впливу частки поточних витрат у загальній сумі капітальних інвестицій та поточних витрат (індекс  $J_{1+D_Z}$ ).

**Таблиця 2. Динаміка показників процесу капітальних інвестицій Вінниччини у 2009–2011 рр. ( $J_K = J_G J_{1+D_Z}$ ;  $J_R = J_K J_E$ . Джерело: власні дослідження)\***

Рік	$V$	$Z$		$G$	$J_G$	$1 + D_Z$
2009	58,54268	40,75765		17,78503	-	1,6962041
2010	68,83312	46,19895		22,63417	1,272653	1,6711733
2011	100,4938	62,37595		38,11788	1,684086	1,6206943
Рік	$J_{1+D_Z}$	$K$		$J_K$	$E$	$J_E$
2009	-	30,16704		-	1,43636	-
2010	0,9852431	37,82562		1,253873	1,489928	1,037294
2011	0,9697943	61,77744		1,633217	1,611099	1,081327
Рік	$R$	$J_R$	$J_{G/Z}$	$J_{V/G}$	$J_V$	$J_Z$
2009	43,33075	-	-	-	-	-
2010	56,35746	1,300635	1,12276	0,9238786	1,175777	1,133504
2011	99,52956	1,766041	1,247324	0,8669174	1,459963	1,350159

\* Вартісні показники подано в середньому за рік в гривнях на одну особу; індекси – у коефіцієнтах до попереднього року;  $V$  – капітальні інвестиції та поточні витрати;  $D$  – капітальні інвестиції  $Z$  – поточні витрати.

**Висновки.** Автори, виходячи з необхідності дослідження дієвості процесу капітальних інвестицій Вінниччини з метою його глибшого пізнання з погляду кінцевих наслідків, пропонують побудовані на основі відповідних інноваційних підходів економіко-математичні моделі масштабного продукту процесу, його ефективності та результативності через складові загального продукту процесу, вказуючи на можливість їх практичного застосування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Мочерний С. В. Економічна теорія (Сер: Альма-матер) / С. В. Мочерний. – К.: Академія, 2003. – 656 с.
2. Ярмоленко В. О. Математична модель результативності процесу / В. О. Ярмоленко, Н. В. Поліщук // Матеріали II Міжн. наук.-практ. конф. «Сучасні наукові дослідження '2006», (Дніпропетровськ, 20–28 лютого 2006 р.). – Т. 11. Математика. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2006. – С. 35–37.
3. Поліщук Н. В. Функціонування економічних систем: моделі складових результативності: монографія / Н. В. Поліщук. – Вінниця: ВНАУ, 2010. – 396 с.
4. Статистичний щорічник Вінниччини за 2011 рік. – Вінниця, 2012. – 686 с.

## ЗМІСТ

### ІНВЕСТИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПРІОРИТЕТИ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

<i>Аббасова Ш. А., Оруджева М. Ш., Оруджева Т. В.</i> Выбор авторегрессионной модели для прогнозирования объема иностранных инвестиций в экономику Азербайджана .....	3
<i>Андреева Г. И.</i> Управління процентними ризиками іпотечного кредитування з використанням сучасних похідних фінансових інструментів .....	5
<i>Войтенко В. В.</i> Вплив податково-бюджетної політики на розвиток інноваційної діяльності в Україні .....	7
<i>Глотова И. И., Томилина Е. П., Косова Т. В.</i> Оценка привлекательности лизингового финансирования .....	10
<i>Грекова В. А.</i> Методичний підхід до оцінки економічної ефективності використання основних фондів підприємств .....	14
<i>Дробот Є. О.</i> Проблеми розвитку іпотечного кредитування та шляхи їх подолання .....	17
<i>Льченко В. О.</i> Підвищення ефективності інноваційної діяльності гірничо-машинобудівних підприємств .....	21
<i>Ипполитова А. А.</i> Инновация, инновационная деятельность – основа перехода к инновационной экономике в РФ .....	23
<i>Козлова Е. В.</i> Основные направления оптимизации маркетинговой политики предприятий хлебопекарной промышленности .....	26
<i>Комліченко О. О., Ротань Н. В.</i> Аналіз сучасних підходів до визначення сутності інтелектуального капіталу .....	28
<i>Ксенда В. М.</i> Налоги как источник государственной финансовой поддержки российских инновационных предприятий .....	31
<i>Лесів М. М.</i> Диверсифікація діяльності сільських жителів як один з чинників розвитку сільських територій в країнах-членах Європейського Союзу .....	36
<i>Макарюк О. В., Москаленко Б. А.</i> Фактори формування інвестиційного потенціалу регіону .....	38
<i>Нестерова Н. А.</i> Проблеми інноваційного розвитку в Україні .....	40
<i>Савіцька О. П., Савіцька Н. В.</i> Економічне оцінювання інвестиційної привабливості туристичного підприємства .....	43

### СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ СТАНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

<i>Бігдаш В. Д.</i> Страховий менеджмент в Україні: стан, стратегії та тенденції розвитку .....	46
<i>Бондарчук Л. В., Поперечна О. О.</i> Оцінка персоналу як дієвого фактору впливу на процес формування маркетингової програми з просування товару на ринок .....	48



<i>Борзенко В. М.</i> Особливості фінансових потоків промислових підприємств та їх об'єднань .....	51
<i>Гаркава Л. В.</i> Концепції управління конкурентоспроможністю підприємства .....	53
<i>Душинський Д. М.</i> Маркетингове дослідження ринку послуг мобільного зв'язку України .....	56
<i>Димова В. В., Кринська Л. І.</i> Стратегія маркетингу для малого підприємства .....	59
<i>Жильченкова В. В., Моргунов В. А., Сухорукова Е. В.</i> Основные проблемы управления затратами на предприятия .....	61
<i>Жмайлова О. Г., Бабицька О. О.</i> До питання методики формування кінцевого результату діяльності підприємства .....	64
<i>Іванова О. М.</i> Проблеми розвитку туристичних підприємств в Україні .....	66
<i>Колесник К. С.</i> Взаимосвязь показателей качества телекоммуникационных услуг с мнением потребителей .....	69
<i>Кучмий Т. И.</i> Подходы к формированию рынка покупателя .....	72
<i>Мальцева В. В.</i> Маркетингове середовище страхової компанії .....	74
<i>Мищук О. В.</i> Управління ризиками в формуванні стратегії діяльності банку .....	77
<i>Обухова О. М., Журба Т. С.</i> Особливості класифікації витрат для прийняття управлінських рішень .....	79
<i>Петренко В. А., Юнг Т. М.</i> Конфлікт як засіб підвищення якості управління організацією .....	81
<i>Скитьова Г. С.</i> Тенденції розвитку холдингових структур у галузі інформаційно-комунікаційних технологій в Україні .....	83
<i>Ткачук Л. М., Калугаряну Т. К.</i> Мотивація праці як визначальний чинник ефективного управління персоналом .....	89
<i>Фастунова В. О.</i> Фактори впливу на формування фінансового потоку страхових компаній .....	91
<i>Чулаєвська В. С., Андрущенко Н. О.</i> Організаційна культура сучасного підприємства як чинник підвищення його конкурентоспроможності .....	94

## **ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ**

<i>Громова О. М., Гетьман О. Л., Маркова Т. Д.</i> Стратегічні напрями забезпечення ефективного розвитку теплонасосної енергетики .....	96
<i>Дьяконова К. В.</i> Экологическая ответственность предприятия на примере металлургического комбината «Запорожсталь» .....	99
<i>Завербний А. С.</i> Проблеми та перспективи розвитку української альтернативної енергетики .....	100
<i>Косенко Т. Г., Горшенин М., Еременко В.</i> Рациональное использование природных ресурсов в сельскохозяйственном производстве .....	103
<i>Курбатова Т. О., Сотник І. М.</i> Аналіз розвитку підприємств сонячної енергетики в Україні .....	104
<i>Новак У. П.</i> Екологічні ризики у банківській інвестиційній діяльності .....	106

<i>Петченко М. В.</i> Підприємства машинобудування Полтавського регіону в промисловості України .....	108
<i>Рощина Ю. В.</i> Модель інноваційного організаційно-економічного механізму в аграрному природокористуванні .....	111
<i>Томчук О. В.</i> Шляхи вдосконалення природокористування та енергозабезпечення у сільському господарстві .....	115
<i>Ярмоленко В. О., Поліщук Н. В.</i> Оцінювання складових результативності капітальних інвестицій на охорону навколишнього середовища: регіональний аспект .....	117

Наукове видання

Мови видання: українська, російська

МАТЕРІАЛИ

VIII Міжнародної науково-практичної конференції  
«СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ РЕФОРМИ  
В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ»

Київ · 29–30 листопада 2012 року

У двох томах

Том 2. Пріоритетні питання діяльності економічних суб'єктів

*Окремі доповіді друкуються в авторській редакції*

*Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів*

*За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів*

Відповідальний редактор Біла К.О.  
Технічний редактор Капуш О.Є.  
Оригінал-макет Біла К.О., Єпішко М.Г.

Здано до друку 29.11.12. Підписано до друку 30.11.12.

Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Спосіб друку – різнограф.

Ум. др. арк. 7,85. Тираж 100 пр. Зам. № 1112-04.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.  
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 06.11.09

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.  
Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, вул. Березинська, 80, офіс 2  
Поштова адреса: Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, п/в 87, а/с 4402

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com  
e-mail: conf@confcontact.com

