

Електронний додаток до матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції

«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»

ПРИСВЯЧЕНА ВИДАТНОМУ ВЧЕНОМУ-ЕКОНОМІСТУ
О. Г. ЛІБЕРМАНУ

Тези доповідей

18 – 19 листопада 2015 року

м. Харків

Харків
2015

*Рекомендовано на засіданні вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 12 від 23.11.2016 р.);
вченої ради Харківського національного економічного університету
імені Семена Кузнеця (протокол № 4 від 09.11.2015 р.)*

Рецензенти: **Алексєєв І. В.** – д. е. н., проф., академік, Національний університет «Львівська політехніка»;
Благуи І. С. – д. е. н., проф., Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника (м. Івано-Франківськ);
Ковальчук К. Ф. – д. е. н., проф., Національна металургійна академія України (м. Дніпропетровськ)

Електронний додаток до матеріалів Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики:» 18 – 19 листопада 2015 року. Тези доповідей учасників конференції

У виданні зібрані матеріали Десятої міжнародної науково-практичної конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману, в яких розглядаються проблеми підвищення конкурентоспроможності та активізації інноваційного розвитку економіки України. Невід'ємною частиною цього видання є збірка тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання рекомендовано науковцям, аспірантам, студентам економічних спеціальностей та фахівцям-практикам, які займаються вирішенням питань визначення стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах інноваційно-структурних перетворень в економіці країни.

ЗМІСТ

Секція 1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю та впровадженням інновацій

<i>Аксьонова І. В.</i> Аналіз факторів привабливості вищих навчальних закладів для абітурієнтів.....	82
<i>Верещагіна Г. В.</i> Оцінка основних чинників зміни капіталізації інноваційно активних підприємств	86
<i>Возненко Н. І.</i> Формування механізму адаптивного управління логістичною системою підприємства	89
<i>Гольцяєва А. А.</i> Формування іміджевої привабливості спеціальності вищого навчального закладу	93
<i>Гриневич А. В.</i> Етапи формування іміджевої політики університету	96
<i>Захаров В. А.</i> Проблеми впровадження інновацій в операційний менеджмент	99
<i>Зеленський М. В.</i> Підвищення ефективності виробничого підприємства за допомогою системи 5S3R на виробництві.....	103
<i>Іванова О. Ю.</i> Критерії саморозвитку регіонів.....	106
<i>Іпполітова І. Я.</i> Особливості формування ресурсозберігаючої стратегії підприємства	109
<i>Кожушко О. В., Владімірова Н. П.</i> Методичний підхід до оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання	113
<i>Кривцова Т. О.</i> Державний внутрішній фінансовий контроль як інноваційний механізм розвитку системи управління державними фінансами.....	116
<i>Леванда О. М.</i> Спиральна динаміка свідомості як інструмент діагностики «ціннісного ядра» українців	120
<i>Мілевська Т. С.</i> Маркетингове управління у вищих навчальних закладах	124

<i>Мілевський С. В.</i> Залучення додаткових ресурсів як складова конкурентоспроможності вищих навчальних закладів	127
<i>Письмак В. О.</i> Формування системи управління вітчизняними підприємствами на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу	130
<i>Погасій С. С.</i> Історичний розвиток категорії автономність	134
<i>Поклонська Л. С.</i> Процес реалізації продукції виробничо-технічного призначення.....	137
<i>Полякова Я. А.</i> Предопределяющее воздействие инновационной составляющей на развитие конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе.....	140
<i>Раєвська О. В., Неубаєрова Е.</i> Методологічне підґрунтя побудови механізму управління потребою у фахівцях з вищою освітою в національній економіці	144
<i>Свидло Г. І.</i> Автономність вищих навчальних закладів: світовий досвід та перспективи розвитку в сучасних реаліях України	149
<i>Севостьянова Г. С.</i> Впровадження електронних закупівель як інноваційний напрям реформування державних закупівель	153
<i>Семигуліна І. Б.</i> Соціально-економічний регіональний розвиток України в умовах реформування системи адміністративно-територіального устрою	156
<i>Сєніна А. О.</i> Позиція України в міжнародних рейтингах, які оцінюють сферу адміністративних послуг	159
<i>Сігаєва Т. Є.</i> Основні види моделей поведінки суб'єктів інвестиційного ринку	163
<i>Струтинська Н. В., Бардакова Е. В.</i> Формування ефективного управління маркетинговими інноваціями у сфері економічної освіти України.....	167

<i>Удовенко А. О.</i> Оцінка регуляторного впливу нормативно-правових актів з урахування зарубіжного досвіду	171
<i>Чечетова-Терашівлі Т. М.</i> Вплив дерегулювання на конкурентоспроможність країни	175
<i>Яковенко К. В.</i> Контролінг в управлінні інноваційною діяльністю підприємства	178
<i>Ярошенко І. В.</i> Проблемні питання соціально-економічного розвитку регіонів України та пропозиції щодо їх вирішення в контексті реформи децентралізації влади	182

Секція 2. Міжнародна конкуренція та конкурентоспроможність

<i>Авраменко О. В.</i> Фулфілмент центри як інструментарій електронної комерції.....	187
<i>Ачкасова С. А.</i> Міжнародний досвід запровадження вимог до достатності капіталу страхових компаній.....	190
<i>Бестужева С. В.</i> Напрями удосконалення експортної політики України	194
<i>Бондаренко А. М.</i> Сучасний підхід до управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства	198
<i>Веретенникова Г. Б.</i> Розвиток компетентностей підприємства як основа формування його конкурентоспроможності	201
<i>Возненко Н. І., Ясько В. І.</i> Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності підприємства на міжнародному ринку.....	205
<i>Геращенко І. М.</i> Ефективність оцінки конкурентоспроможності персоналу	209
<i>Голуб М. О.</i> Оцінка потенціалу розвитку екологічного туризму в Україні	212
<i>Гуржий Н. Г.</i> Факторы, определяющие международную конкурентоспособность бренда	216

Демченко Г. В, Активізація інноваційної діяльності на підприємстві шляхом використання корпоративної культури	220
<i>Dzenis O. O., Rushestakova O. A.</i> Present obstacle course on the way to competitiveness of Ukraine	223
Іванієнко К. В. Концептуальний підхід до формування стратегії розвитку експортного потенціалу машинобудівних підприємств.....	226
Колодізева Т. О. Визначення поняття управління ланцюгами поставок з урахуванням сучасних тенденцій розвитку національної економіки	230
Котшиш О. М. Розвиток категоріального апарату митних платежів в Україні.....	234
Липов В. В. Включення в глобальні ланцюжки доданої вартості як напрям конкурентоспроможного розвитку економіки України	239
Мажник Л. О. Особливості конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сфери послуг	243
Марченко І. С. Взаємозв'язок глобальної конкурентоспроможності та рівня розвитку інноваційно-технологічної сфери країн ЄС та України	247
Мельник А. А., Резникова Т. А. Международные слияния и поглощения как способ повышения конкурентоспособности украинских компаний	250
Мельникова К. В. Особливості формування інноваційної інфраструктури	254
Мерхо О. Інформаційна складова міжнародної конкурентоспроможності підприємства	257
Мілько І. В., Стахорська С. І. Особливості оцінювання технологічної конкурентоспроможності підприємства	262
Нагаївська Д. Ю. Забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства	

на основі дотримання міжнародних стандартів соціальної відповідальності бізнесу.....	266
<i>Омелаенко Н. Н.</i> Стимулирование инновационной активности работников предприятий.....	270
<i>Палажий К. О.</i> Мотивація інтелектуальної активності кадрів інноваційного підприємства	274
<i>Петренко О. О.</i> Сертифікація фахівців у сфері управління персоналом	278
<i>Піддубний І. О., Піддубна Л. І.</i> Регіональні аспекти проблеми підвищення конкурентоспроможності економіки України.....	283
<i>Разинкова В. П., Лукьянец С. П.</i> Субъекты и принципы противодействия коррупции	287
<i>Серпухов М. Ю., Вовк В. А.</i> Політика імпортозаміщення як інструмент прихованого протекціонізму в міжнародній торгівлі	291
<i>Сиваш Ю. М.</i> Пошук шляхів підвищення лояльності персоналу у роздрібній торгівлі	294
<i>Томах В. В.</i> Проблеми становлення трансферу технологій в Україні	298
<i>Черкасов В. І.</i> Інтерактивне управління розвитком конкурентоздатності суб'єктів господарювання України.....	302
<i>Шевченко І. В.</i> Впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств як фактор підвищення конкурентоспроможності.....	307
<i>Шеховцева К. В.</i> Світовий та національний досвід забезпечення конкурентоспроможності підприємств галузі енергомашинобудування	310
<i>Ястремская Е. М.</i> Управление инновационной деятельностью предприятий: концептуальные положения.....	314

**Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи
та інноваційної діяльності підприємств**

<i>Антоненко С. В., Костенко Д. М.</i> Потенціал місцевих енергетичних ресурсів регіону.....	318
<i>Астахова И. Э.</i> Роль адаптационных возможностей финансово-инвестиционного потенциала в обеспечении устойчивого развития субъектов экономики.....	322
<i>Белікова Н. В.</i> Проблеми медичної реформи в Україні	325
<i>Брюховецький Я. С.</i> Фактори інтелектуалізації та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств	328
<i>Булеев И. П.</i> Некоторые аспекты повышения эффективности работы промышленности Украины	332
<i>Бунтов І. Ю.</i> Перспективи розвитку низькоенергетичної ядерної енергетики в країнах світу і Україні.....	336
<i>Дікань А. В., Шевченко І. О.</i> Сутність дефініції «державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм»	340
<i>Доронін А. В., Чепель І. В.</i> Практичні і теоретичні передумови розвитку наукових досліджень активності персоналу виробничої організації.....	344
<i>Doronina M., Mykhailenko D.</i> Signs favoring reinvention of economic social pattern in Ukraine	347
<i>Кирилюк А. О.</i> Інструментальне забезпечення антимонопольного регулювання економіки	350
<i>Липтєв В. І.</i> Роль мотивування при проблемо-орієнтованому управлінні персоналом підприємства	354
<i>Ляшевская В. И.</i> Место и роль базовых инноваций	358
<i>Полякова О. Ю., Шликова В. О.</i> Модель впливу потенціалу на результати інноваційної діяльності	362

<i>Чугай О. Н., Александрова А. Ю.</i> Квантовая электроника в современных условиях	365
<i>Штілевський О. В.</i> Сучасні тенденції в коковій промисловості України: ринковий аспект	367

Секція 1
СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТА ВПРОВАДЖЕННЯМ
ІННОВАЦІЙ

УДК 378.1

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ПРИВАБЛИВОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ
ЗАКЛАДІВ ДЛЯ АБІТУРІЄНТІВ

Аксьонова Ірина Вікторівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: ivaksonova@mail.ru

В основі інноваційно орієнтованої економіки лежить розвинута система вищої освіти, яка є джерелом підготовки кваліфікованих фахівців різних напрямів підготовки та спеціальностей, які будуть затребувані на ринку праці. У зв'язку з цим, динамічні соціально-економічні перетворення в країні формують нові критерії привабливості та затребуваності ВНЗ для майбутніх студентів. Отже, актуальність дослідження взаємодії ринку освітніх послуг, ринку праці та ринку освітніх уподобань населення не викликає сумнівів.

У сучасних умовах господарювання ВНЗ стикаються з обурюючими факторами розвитку, до яких відносяться негативна демографічна ситуація, зниження рівня життя населення, що обумовлює необхідність удосконалення системи управління вищою освітою. Одним із параметрів стійкого функціонування ВНЗ є його привабливість для абітурієнтів.

Система формування привабливості ВНЗ складається з двох підсистем:

- 1) визначення та формування споживчих уподобань з боку абітурієнтів;
- 2) формування власного іміджу ВНЗ.

Розглянемо та проаналізуємо фактори, під впливом яких відбувається професійне самовизначення абітурієнтів, вибір їх майбутньої професії та вищого навчального закладу.

Теоретичний аналіз літературних джерел [1] показав, що не існує єдиного трактування категорії «привабливість», особливо для визначення привабливості ВНЗ. Так, згідно зі словником Даля [2], привабливість освіти можна сформулювати як властивість системи вищої освіти бути цікавою для споживачів ринку освітніх послуг з метою отримання у майбутньому позитивних соціальних та економічних ефектів.

При розгляданні факторів, що визначають привабливість ВНЗ з боку абітурієнтів та їх родичів, слід враховувати той факт, що затребуваність ВНЗ формується як об'єктивна та суб'єктивна оцінка діяльності вищого навчального закладу та залежить від ендогенних та екзогенних, по відношенню до ВНЗ, чинників.

Компаративний аналіз праць фахівців з проблем професійного самовизначення споживачів освітніх послуг [3–5] дозволив виявити фактори привабливості та затребуваності ВНЗ та представити їх у вигляді наступного ланцюжку надання послуг в сфері вищої освіти (рис. 1).

З рис. 1 видно, що на етапі «абітурієнт» діють фактори, що формують вибір ВНЗ, на етапі «студент» – фактори, що впливають на процес отримання освіти, на етапі «фахівець (випускник)» – фактори професійного самовизначення.

На кожному із етапів необхідно застосовувати маркетингову політику, що забезпечить стійкий розвиток та конкурентоспроможність ВНЗ, але головним етапом, який визначає наступні, безумовно, є етап залучення абітурієнтів до ВНЗ.

Соціологічні опитування абітурієнтів [4] показують, що найбільш вагомими факторами, які впливають на їх вибір навчального закладу, є: висока якість навчання (29%); імідж ВНЗ (18%); рекомендації батьків (17%) та отримання диплому державного зразка (15%). Слід відмітити, що такі поняття, як якість навчання та імідж ВНЗ, виражаються певними показниками, впливаючи на які керівництво ВНЗ може регулювати та формувати престижність навчального закладу.

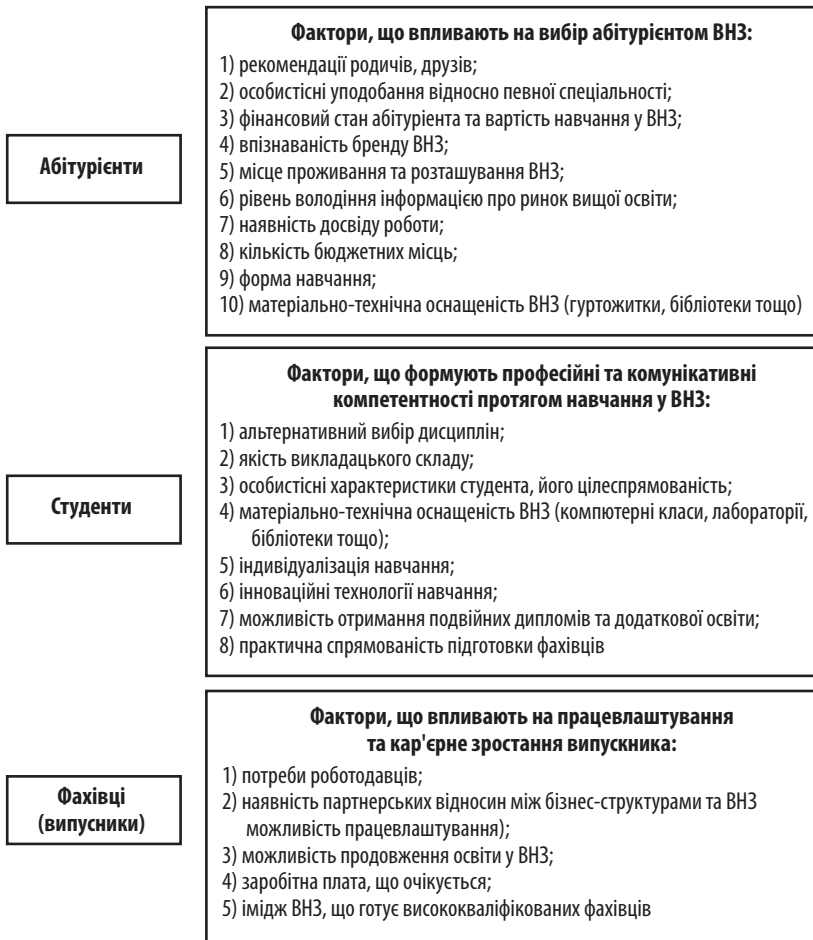


Рис. 1. Фактори привабливості ВНЗ на етапах надання освітніх послуг

У ході соціологічних опитувань також визначено, що абітурієнти формують свої уподобання до тієї чи іншої спеціальності на основі впливу стереотипного уявлення суспільства щодо певної професії, а, отже, ВНЗ може управляти суспільною думкою та формувати уподобання спожива-

чів освітніх послуг засобами масової інформації на підставі моніторингу ринку праці та потреб роботодавців.

Таким чином, всі фактори, що формують привабливість ВНЗ для потенційних абітурієнтів, поділяються на дві групи: за ступенем можливості впливу з боку ВНЗ та з боку споживачів освітніх послуг. Враховуючи даний факт, керівництво навчального закладу може розробити мотиваційні стратегії для максимального залучення абітурієнтів до ВНЗ шляхом управління їх уподобаннями.

Література

1. Беквит Г. Четыре ключа к маркетингу услуг: пер с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 224 с.
2. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: В 4 т. – М.: Рус. яз., 1999. – Т. 3: П. – 1999. – 555 с.
3. Матюх С. А. Фактори формування конкурентоспроможності вищих навчальних закладів у структурі кон'юнктури ринку освітніх послуг// Наука й економіка, 2014. – №2(34). – С. 216–220.
4. Хлабыстова Н. В. Факторы, определяющие выбор вуза и профессиональное самоопределение абитуриентов (на примере ФГБОУ ВПО «КубГТУ»)// Научные труды КубГТУ, 2014. – №2. – С. 1–8.
5. Шеметова Н. К. К вопросу о классификации факторов, оказывающих влияние на формирование маркетинговой стратегии вуза // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.uara.ru/ru/issue/2011/04/14/>



ОЦІНКА ОСНОВНИХ ЧИННИКІВ ЗМІНИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Верещагіна Ганна Валентинівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: kafeoprep@ksue.edu.ua

Незважаючи на велику кількість існуючих та застосованих у теперішній час методів оцінки капіталізації підприємств, найбільшою проблемою залишається оцінка зміни капіталізації інноваційно активних підприємств під впливом дій конкурентів, які займаються інноваційною діяльністю або/та випускають інноваційну продукцію, що пов'язано головним чином з високим ризиком інноваційної діяльності, який, у свою чергу, зазвичай, призводить до надзвичайно різких коливань капіталізації як у позитивному, так і негативному напрямку. Тому саме для цих компаній необхідно використовувати особливі методики оцінки, які можуть враховувати специфіку процесів інноваційної діяльності та реалізації інноваційної продукції, з точки зору їх впливу на зміну капіталізації.

Існує велика кількість різних моделей та методів оцінки дій конкурентів як основних факторів зміни капіталізації та конкуренції на ринку, але кожен з них потребує великої кількості часу та інформаційну базу, до того ж подібні методи дуже складно буде автоматизувати у сучасних умовах [1]. Особливо ця задача актуальна для підприємств, які займаються виробництвом і реалізацією інноваційної продукції, тому що цей ринок є двигуном прогресу, він непередбачуваний, та у кожен момент часу ситуація на ньому може докорінно змінитися, що спричинить перерозподіл частки кожної компанії на ринку і конкуренції в цілому. Для інноваційних підприємств може спостерігатися як різке підвищення капіталізації, так і різке її падіння, і необхідно мати інструмент, який більшою мірою, ніж інші, буде враховувати і реагувати на цей факт і, відштовхуючись від нього, давати об'єктивну оцінку.

Дослідження проводилося на основі висунутої гіпотези щодо необхідності та можливості оцінки впливу зміни ділової активності підприємств-конкурентів на зміну курсу акцій окремого підприємства. Тобто робилося припущення, що можливо враховувати зміну цін акцій інших компаній, що так само працюють у цій галузі, як конкурентів, які в якийсь момент часу, перебираючи на себе частку ринку, сприяють зниженню ціни акцій даної компанії, але в тому випадку, якщо продукція конкурентів не дуже подобається споживачеві і у них погано йдуть продажі, в той час як продукція даної компанії споживачам подобається, спостерігається позитивна тенденція для даної компанії. Таким чином, дослідивши цю залежність, можна визначити як головного конкурента обраного підприємства, так і ступінь впливу окремих конкурентів.

Дослідження дало змогу зробити висновок, що котирування акцій компаній-безпосередніх конкурентів мають зворотну залежність, але найбільше це характерно саме для підприємств, які реалізують інноваційну продукцію.

Було зроблено висновок, що деякі компанії, безпосередні конкуренти, підвищують ціну своїх акцій за рахунок невдач конкурентів, у той час як зміна цін акцій інших компаній, що входять у галузь, спостерігаються рухомими в одному напрямку. З отриманих стандартизованих коефіцієнтів випливають конкуренти, що роблять негативний вплив на зміну курсу акцій окремо обраного підприємства своїми діями (де найменший коефіцієнт визначає найвпливовішого конкурента), та в той же час, незалежно від інтересів керівництва підприємств, вони уважно спостерігають одне за одним і навіть якщо обране підприємство – фактичний лідер галузі, воно також уважно стежить за діями підприємства, бета-коефіцієнт якого буде або найбільшим за модулем, або більший за одиницю. Зворотна залежність найбільш характерна для ІТ-компаній та ігрових, у той час як пряма спостерігається у автомобільній та частково у харчовій галузях. Тож, проведений аналіз побудованих моделей дав можливість говорити про те, що за допомогою побудови стандартизованих моделей розподіленого лага можна визначати основних конкурентів обраного підприємства, при цьому як екзогенні зміни можна обирати ціни акцій підприємств-конкурентів або підприємств, що входять в дану галузь.

Розроблено та обґрунтовано методичний підхід щодо оцінки дій конкурентів як основних чинників зміни капіталізації інноваційно активних підприємств, який ґрунтується на побудові стандартизованих моделей розподіленого лага, та відмінність якого від існуючих полягає в урахуванні впливу дій підприємств-конкурентів, як екзогенних змінних, під впливом змін споживацьких переваг, які, у свою чергу є результатом інноваційної діяльності.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що використання побудованих моделей та запропонованого методичного підходу дозволяє здійснювати більш об'єктивну оцінку дій конкурентів як основних чинників зміни капіталізації інноваційно активних підприємств, а розроблений методичний підхід – підвищити якість та швидкість прийняття управлінських рішень щодо здійснення операцій з акціями окремих компаній, дозволяє визначити напрям автоматизації цього процесу.

Література

1. Hasbrouck, J. and Seppi, D. J. (2001) Common factors in prices, order flows and liquidity, *J. Financ. Econom.* 59, 383 – 411.
2. Lo, A. W. and MacKinlay, A. C. (1988) Stock market prices do not follow random walks: Evidence from a simple specification test, *Rev. Financ. Stud.* 1, 41 – 66.
3. Admati, A. R. and Pfleiderer, P. (1988) A theory of intraday patterns: Volume and price variability, *Rev. Financ. Stud.* 1, 3 – 40.



УДК 658.7: 005.93

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ АДАПТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Возненко Наталя Іванівна, викладач

кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

vozenko@mail.ru

Для набуття та утримання конкурентних позицій вітчизняними підприємства необхідна розробка організаційно-економічних засобів функціонування підприємствами. Пошук нових засобів ефективного функціонування підприємства в умовах підвищеної конкуренції та мінливих зрушеннях бізнес-середовища становив завдання багатьох закордонних та вітчизняних вчених [1–5].

Мета дослідження полягає у розбудові механізму адаптивного управління логістичною системою підприємства (АУЛСП) на засадах аналізу стану його внутрішнього та зовнішнього логістичних потоків.

Так, у роботах [1, с. 465; 5, с. 26] основними ознаками саме адаптивного управління виступає розбудова механізму управління невизначеними характеристиками зовнішнього середовища, де в якості критерію виступає ступінь задоволення потреб споживачами, планований рівень показників або оптимальне співвідношення отриманого результату та витрат на його досягнення. Для досягнення цієї мети пропонується змінювати параметри, процес, структуру або характеристики контролюваного впливу через зворотній зв'язок.

Укрупнено, можна стверджувати, що в основі формування механізму АУЛСП знаходяться дві складові:

1. Зовнішньоорієнтована підсистема збору та аналізу даних, що має на меті погодження цілей та стратегій підприємства із наявними ресурсами та кон'юнктурою ринку, що слугують орієнтирами та критеріями успішності функціонування підприємства водночас;

2. Внутрішня система планування, організації, мотивації та контролю компонентів логістичної системи від логістичного потоку та функцій до побудови та реорганізації організаційної структури підприємства, що відповідає вимогам зовнішнього середовища та ланцюга постачань. Складовими цієї системи виступають процеси інформаційного забезпечення, суб'єкти, об'єкти, інструменти та методи управлінського впливу.

Головна мета пропонованого механізму полягає у підтриманні оптимального рівня логістичного потоку всередині підприємства, узгодження його стратегії та цілей розвитку із кон'юнктурою зовнішнього оточення та співвідношення його зовнішнього логістичного потоку через адаптивне управління на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях.

Об'єктом впливу внутрішньої системи виступають ресурси підприємства, його логістичний потік. Суб'єкт впливу – комплекс методичного забезпечення та інструментарій АУАСП. Інструментарієм виступає набір стратегій згідно з етапом життєвого циклу підприємства та управлінські рішення на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях щодо оптимальності логістичного потоку та ступеню задоволення потреб клієнтів. Характеристики логістичної системи (стабільна, ефективна, та, що відповідає на зовнішні збурення, гнучка, робузна, ефективна з позиції витрат та конкурентоспроможна) забезпечуються за рахунок взаємодії елементів механізму в результаті чого формується система адаптивного динамічного управління.

Критеріями ефективності функціонування логістичної системи є відповідність обраної стратегії підприємства, збільшення значення віддачі на логістичні витрати та зменшення тривалості операційного та фінансових циклів. На основі значень наведених показників приймається рішення щодо заходів адаптаційного управління логістичною системою, які включають можливість зміни функціональних завдань агентів (пасивна адаптація), зміна агентів та перегрупування в межах діючої організаційної структури (пасивна адаптація) або зміна водночас і агентів, і завдань, і відносин із зовнішнім оточенням (активна адаптація). Таким чином,

можна стверджувати, що дія механізму постає у ідентифікації тієї щаблі, на якій необхідні зміни та впровадження цих змін, на оперативному та тактичному рівнях через пасивну, на стратегічному рівні – через активну адаптацію.

На основі проведеного аналізу зазначених характеристик, укрупнений організаційно-економічний механізм АУЛСП, який враховуватиме пріоритетність сфер адаптивного управління, подано на *рис. 1*.

Удосконалення організаційно-економічного механізму АУЛСП ґрунтується на розробці управлінських заходів у сфері закупівельної, виробничої та збутової сферах підприємства для оптимізації логістичного потоку підприємств з урахуванням етапів життєвого циклу підприємств для підвищення значення показника стану логістичної системи підприємства, як його внутрішнього, так і зовнішнього потоків.

Наведений механізм складається з декількох підсистем: підсистема планування та діагностики внутрішнього логістичного потоку, підсистема оцінки зовнішнього потоку підприємства, підсистема координації та узгодженості внутрішніх цілей та зовнішніх реалій функціонування підприємства, підсистема організаційних змін, адаптивного управління та мотивації, підсистема інформаційного забезпечення процесу виробництва у тріаді «закупівля-виробництво-збут», підсистема контролю за обробкою зворотного зв'язку підприємства та за виконанням прийнятих управлінських рішень.

Якість прийняття управлінських рішень базується на аналітиці показників діяльності підприємства. Укрупнено можна стверджувати, що кожна шабллина управлінських рішень має свій критерій оцінки успішності.

Таким чином, наведений механізм дозволяє вирішувати проблеми зовнішнього та внутрішнього логістичного потоків підприємства, а також впроваджувати засоби активного та пасивного адаптивного управління підприємством.

Література

1. Цмоць О. І. Адаптивне управління підприємством на основі слабких сигналів // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 11 (161). – С. 462 – 468.

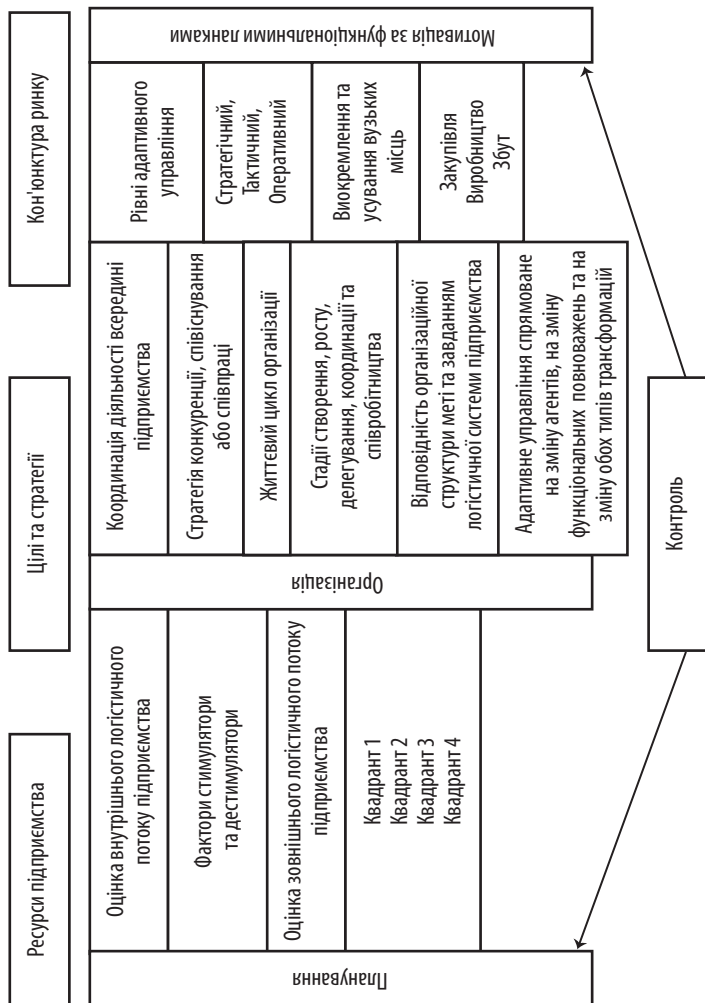


Рис. 1. Організаційно-економічний механізм адаптивного управління логістичною системою підприємства

2. Чухрай Н. І. Формування інноваційного потенціалу промислових підприємств на засадах маркетингу і логістики: Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Л., 2003. – 41 с.

3. Holland J. H. (1975) *Adaptation in Natural and Artificial Systems*, University of Michigan Press, Ann Arbor, MI.

4. Holland J. H. and Miller J. (1991) *Artificial adaptive agents in economic theory*, *American Economic Review, Papers and Proceedings* 81, p. 365 – 370.

5. Ivanov D., Sokolov B. (2010) *Adaptive Supply Chain Management* Springer-Verlag London.



УДК 378

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Гольцяєва Людмила Анатоліївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail:Goltyeval@yandex.ru

На сучасному етапі розвитку системи вищої освіти України створення стійкого позитивного іміджу вищого навчального закладу є необхідною умовою забезпечення його конкурентоспроможності. Формування образу ВНЗ для абітурієнтів, співробітників, партнерів сьогодні актуально не тільки для маловідомих суб'єктів надання освітніх послуг, а й для досить престижних ВНЗ, оскільки сучасна система вищої освіти країни зазнає значних змін.

Посилення впливовості ВНЗ на ринку освітніх послуг можливе за рахунок підвищення його іміджевої привабливості, однією з внутрішніх складових якої є іміджева привабливість напрямів підготовки та спеціальностей ВНЗ [1].

Підтримка іміджевої привабливості спеціальності є багатоаспектним, складним процесом [2 – 4], що потребує детального вивчення та систематизації. Так, пропонується виділити такі етапи формування іміджевої привабливості певної спеціальності ВНЗ (рис. 1):



Рис. 1. Етапи формування іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ

Далі більш детально розглянемо етапи формування іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ.

Етап 1. Вивчення уявлень про спеціальність у цільових групах. У рамках даного етапу проводяться такі заходи, як оцінка іміджевої привабливості окремої спеціальності ВНЗ за загальними показниками, проведення анкетування серед цільових груп, вивчення рейтингів професій та ін. У табл. 1 наведені цільові групи та дії ВНЗ щодо підвищення іміджевої привабливості спеціальності.

Таблиця 1

Фактори (за цільовими групами) формування іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ

Цільові групи		Дії ВНЗ щодо підвищення іміджевої привабливості спеціальності
Зовнішня	Абітурієнти	формування якісного контингенту
	Роботодавці	працевлаштування випускників ВНЗ
	Конкуренти	виділення конкурентних переваг спеціальності
Внутрішня	Співробітники	впровадження новітніх технологій навчання та підвищення рівня мотивації
	Студенти	посилення системи заохочення в навчанні

Етап 2. Розробка стратегії формування іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ. На даному етапі першочерговим є виділення причинно-наслідкових зв'язків між діями ВНЗ та підвищенням іміджевої привабливості певної спеціальності, на основі чого створюється стратегія формування іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ.

Етап 3. Моніторинг та підтримка іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ. На етапі 3 важливим є впровадження засобів підвищення іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ та постійний контроль за їх виконанням.

Як наслідок, підвищення іміджевої привабливості спеціальності ВНЗ допоможе вирішити низку завдань, а саме: збільшити привабливість спеціальності для абітурієнтів та співробітників, впровадити нові освітні послуги та підвищити імідж ВНЗ в цілому. Отже, можна зробити висновок, що саме іміджева привабливість певної спеціальності ВНЗ дає змогу оцінити якість наданих освітніх послуг та підвищити конкурентоспроможність ВНЗ.

Література

1. Раєвнева О. В. Іміджева привабливість вищих навчальних закладів як фактор нецінової конкуренції на ринку освітніх послуг // Вища школа. – 2015. – № 9 – 10.

2. Одайник С. В. Формування іміджу сучасного навчального закладу // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013 р., вип. 32 (85). С. 346 – 351 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Pfto_2013_32_48.pdf

3. Почтовюк А. Б. Фактор конкурентоспроможності як шлях формування іміджу вищого навчального закладу // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. Випуск 5/2011 (70) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kdu.edu.ua/statti/2011-5-1\(70\)/156.pdf](http://www.kdu.edu.ua/statti/2011-5-1(70)/156.pdf)

4. Власюк Т. М., Макатьора Д. А. Іміджева привабливість напрямів підготовки вищого навчального закладу / Т. М. Власюк, Д. А. Макатьора // Академічний огляд. – 2013. – № 2. – С. 120 – 127 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ao_2013_2_17.pdf



УДК 330.5:378.2

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖЕВОЇ ПОЛІТИКИ УНІВЕРСИТЕТУ

Гриневич Людмила Володимирівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: lgrinevitsh@mail.ru

Останнім часом поняття «іміджева політика університету» досить широко використовується в дискусіях щодо підвищення привабливості вищих навчальних закладів для абітурієнтів. Водночас слід зазначити, що це відносно нове поняття, яке ще не отримало достатньої наукової рефлексії. Звернення науковців та адміністрації університетів до концепту іміджевої політики зумовлено сучасними соціально-економічними та політичними процесами, які відбуваються в державі: посилення євроінтеграційних процесів, зростаюча складність світової економіки, надання автономності ВНЗ, децентралізація влади, посилення міграційних процесів, зниження чисельності абітурієнтів впродовж останніх років.

Поряд із цим відбувається різкий стрибок в інформаційних технологіях, постійно розвивається і ускладнюється інфраструктура комунікаційних зв'язків. Щоб засвоїти більше інформації і зробити це якомога швидше, люди починають користуватися компактними образами, які стають вагомими соціально-психологічними регуляторами їх переваг та подальшої діяльності.

Інтеграція України в міжнародне співтовариство передбачає можливість співставлення рівнів та узгодження принципів підготовки фахівців. Одним з критеріїв оцінки рівня економічного потенціалу країни є індекс людських ресурсів, який включає до себе три показники: валовий національний продукт, середня тривалість життя та рівень освіти. Перші два показники різною мірою залежать від рівня освіти в країні, а отже, виникає необхідність удосконалення всієї системи освіти, бо саме вона закладає соціальні, психологічні, загальнокультурні, а також професійні пере-

думови розвитку суспільства. Особливу актуальність це набуває під час перетворень у суспільних відносинах, які відбуваються всередині країни.

Різні університети не стають винятками у процесі використання свого образу як інструмента регулювання ставлення до себе, оскільки потрапляючи в умови ринкової економіки, вони стикаються з проблемами залучення нових абітурієнтів та розширення сфери свого впливу [1].

Поява на рівні університетів самостійної іміджевої політики стала наслідком впровадження деякими з них маркетингово орієнтованого підходу в управлінні їх розвитком. Цей підхід наділив університети атрибутами ринкових суб'єктів у боротьбі за споживача, інвестора і у відносинах з іншими цільовими аудиторіями. Водночас освітні послуги стали розглядатися як «продукт», який пропонується «цільовим групам». Освітні послуги як продукт споживання – це ресурси університету, затребувані споживачами: місце розташування, науково-педагогічний склад, якість освітніх послуг, інфраструктура, здатність працювати з високими технологіями, рівень розвитку сфери підтримки студентів, рекламного ринку та зв'язків з громадськістю [2].

Підвищення рівня привабливості університету залежить від налагодження двосторонніх комунікаційних потоків з цільовими аудиторіями, управління якими і є головним завданням іміджевої політики. Мету іміджевої політики університету можна сформулювати як створення привабливого образу перспективного суб'єкта, що активно розвивається, володіє конкурентними перевагами, має можливості для їх реалізації та відтворення, а також є рівноправним і взаємовигідним партнером у міжнародному співробітництві [3].

Аналіз та наукова адаптація наявних підходів теорії стратегії і тактики в політиці дозволяють розробити загальну схему формування іміджевої політики університету, основною рисою якої є динамічність (рис. 1).

Отже, створення іміджевої політики університету дозволяє сформулювати його образ, який ґрунтується на особливостях діяльності саме обраного ВНЗ, внутрішніх закономірностях його розвитку, принадах, якостях і характеристиках. Тобто сформувати усі підстави для цільової аудиторії, що цільоспрямовано впроваджується у свідомість (підсвідомість),

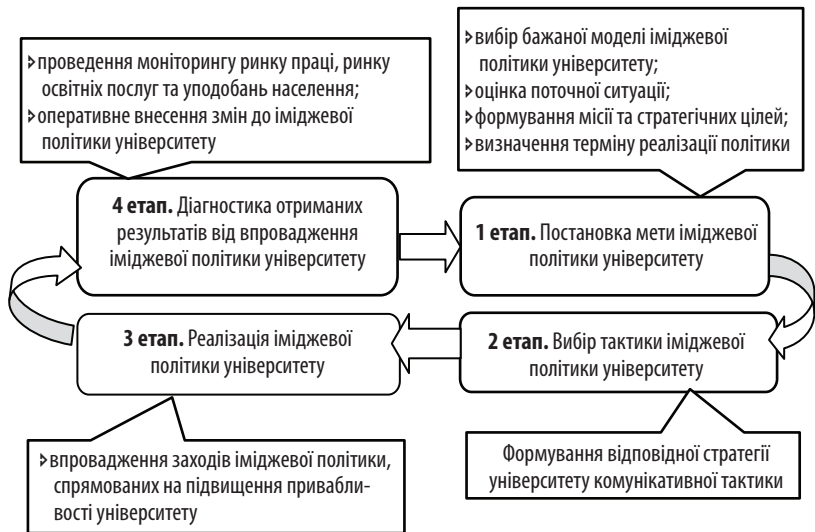


Рис.1. Схема формування іміджевої політики університету

необхідної інформації щодо привабливості ВНЗ. Таким чином, правильно сформована іміджева політика університету надовго закріплюється в свідомості громадян, а отже, приваблює споживачів освітньої послуги і партнерів, збільшує їх кількість, полегшує доступ освітньої установи до ресурсів.

Література

1. Визгалов, Д. В. Маркетинг города / Д. В. Визгалов. – М. : Дело, 2008. – 150 с.
2. Пятенко С. Конструктивный маркетинг: теории и практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/zhuk/2004-7/9.shtml>
3. Особенности коммуникаций при формировании имиджа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru>



УДК 658.011.4

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ОПЕРАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Захаров Володимир Андрійович, викладач

кафедри економіки організації та планування діяльності підприємства

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

e-mail: kardinal1986@list.ru

Нині у Україні йде активний пошук такої структури взаємодії науки і суспільства, яка була б максимально вигідно впроваджувати досягнення інновацій в виробництво. Будь-яке успішне рішення цієї проблеми припускає підвищення віддачі від наукових розробок і, зокрема, можливість отримувати від них економічні вигоди. З точки зору суспільства, наука повинна продемонструвати свою економічну ефективність, що краще зробити за допомогою прикладів успішного впровадження результатів наукових досліджень у практику.

Компанії можуть генерувати та отримувати цінність від своїх нових технологій по трьох основних напрямках [4]: шляхом впровадження технологій у свій діючий бізнес; шляхом продажу технології іншим фірмам; шляхом створення Start-up фірм, які впроваджуватимуть технології на нових напрямках бізнесу.

Необхідно розуміти, що інноваційна технологія сама по собі спочатку не має об'єктивної цінності. Економічна цінність інновації залишається сумнівною до того моменту, поки вона не буде в тій або іншій мірі доведена до комерційного застосування.

Можна виділити такі види впроваджень:

Досвідчені або пробні впровадження.

Метою цих впроваджень є апробація і демонстрація працездатності технології. У такому впровадженні розробники технології зазвичай відіграють активну роль, а організація, в якій впровадження проходить, часто досить пасивна.

Існують такі шляхи впровадження інновацій [2]:

1. *Масштабні впровадження.* Метою таких впроваджень є перевірка масштабованості технології і можливості її використання у великих проектах у контексті реального виробництва. Розробники технології у рамках такого впровадження відіграють важливу роль, але основну частину роботи бере на себе персонал організації, в процесі якої нова технологія повинна вписатися, інакше впровадження виявиться просто неможливим.
2. *Конверсні впровадження.* Такі впровадження відбуваються у рамках вже відпрацьованого спеціалізованого процесу впровадження, що залучає персонал як впроваджувальної організації, так і тій, в якій здійснюється впровадження, і що чітко визначає усі процедури, вхідні дані і результати кожного кроку і ролі залучених осіб. Проводяться такі впровадження силами спеціалізованих організацій-посередників і найчастіше не задіюють розробників технології.

Основні труднощі при впровадженні нової технології чи інновації виникають при перших її практичних застосуваннях, які відносяться до першого або другого типу впроваджень.

Чинники успішності застосування інновацій у виробництво. Ці чинники можна розділити на дві великі групи: характеристики самої технології (внутрішні чинники) і характеристики оточення, в якій їй належить працювати (зовнішні чинники). Обидві групи чинників мають велике значення для успіху впровадження. Перша – оскільки від самої технології багато в чому залежить результативність її використання, друга, – оскільки при успішному впровадженні технологія повинна у результаті включитися у складний соціальний контекст.

Постійні чинники:

1. *Індивідуальні характеристики персоналу* – здібності, знання, уміння, мотивація тощо. Існує велика кількість літератури по техніці мотивації персоналу або методик навчання залежно від індивідуальних здібностей і схильностей, побудови тренінгів. У цілому, облік цих чинників досить важливий, але у рамках цієї роботи ми вважали за краще більше уваги при-

ділити методам роботи з організацією як з цілісною соціальною структурою. Тому тут можливості обліку цих чинників не обговорюються.

2. *Характеристики організації* – атмосфера організації, стосунки між людьми, стиль менеджменту, організаційні стандарти і прийняті в організації правила поведінки і технологічні процеси.

3. *Характеристики галузі в цілому* – сталі і поширені стереотипи і парадигми.

4. *Національно-культурні особливості* [16].

Внутрішні чинники. Практично усі характеристики, істотні з точки зору використання інновацій, можна об'єднати в понятті її якості.

1. *Функціональність.* Цей аспект визначає, які завдання технологія вирішує. Він включає її придатність до виконання певних робіт, міра правильності отримуваних результатів, можливість рішення інших, побічних завдань.

2. *Ефективність.* Цей аспект якості показує, як співвідносяться витрати на впровадження і використання технології з вигодами від її застосування.

Він включає відношення прямих і непрямих вигод від використання технології, до витрат на навчання персоналу, на придбання необхідної апаратури і ПО, час окупності впровадження технології, підсумкове підвищення продуктивності праці при рішенні за допомогою цієї технології завдань певного виду тощо.

3. *Зручність використання.* Цей аспект показує, наскільки легко технологія освоюється і застосовується, які трудовитрати на рішення певних завдань при роботі за цією технологією.

Основний момент, на який слід звернути увагу при розгляді цього аспекта, – зручність використання технології включає як зручність її використання кінцевими користувачами, так і керованість, тобто зручність контролю й управління проектами, що використовують цю технологію. Крім того, тут необхідно враховувати витрати на навчання обох категорій користувачів – кінцевих користувачів технології і менеджерів проектів, в яких вона застосовується, а також, можливо, керівників вищого рангу,

яким може знадобитися нове розуміння процесів, що відбуваються в їх організації.

4. *Гнучкість*. Цей аспект відбиває можливість використання технології в різних умовах, зокрема, в різних проектах, організаціях, культурних середовищах, з різним персоналом, з різними інструментами, у поєднанні з різними іншими технологіями і технікою, з різним масштабом завдань – для проведення невеликих мобільних проектів або для проведення величезних, ресурсоемних проектів із залученням великої кількості людей.

5. *Модифікується*. Цей аспект визначає, наскільки легко технологію пристосувати для вирішення інших завдань, додати до неї нові можливості.

6. *Добротність, надійність*. Цей аспект якості пов'язаний з імовірнісними характеристиками технології, що показують розподіл «поганих» ситуацій, недоліків технології з точки зору усіх інших, перерахованих раніше аспектів [1; 3].

Навіть такий дуже поверхневий розгляд якості технології в цілому дозволяє виділити ряд типових проблем, що створюють труднощі при спробах впровадити нові технології.

Література

1. Іванова В. Й. Операційний менеджмент у системі управління організацією навчальної дисципліни «Операційний менеджмент»: навчальний посібник Ч. 2 / В. Й. Іванова, О. М. Тімонін, К. В. Ларіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 160 с.

2. Сумець О. М. Операційний менеджмент: теоретичний аспект і практичні завдання: Підручник. – 3-тє вид, перероб. та доповн / О. М. Сумець – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 480 с.

3. Чейз Ричард Б. Производственный и операционный менеджмент :/ Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобе; пер. с англ. – 8-е изд. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. – 704 с.

4. Школа І. М. Операційний менеджмент: практикум / І. М. Школа, О. В. Михайлівська. – Чернівці: Книги – XXI, 2004. – 376 с.



УДК 658.7.01:65.012.23

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ 5S3R НА ВИРОБНИЦТВІ

Зеленський Максим Васильович, викладач
кафедри економіки, організації та планування діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
m.zelenskiy@mob-log.com.ua

Як частина філософії КАЙДЗЕН, система 5S3R дозволяє досягти істотного підвищення ефективності роботи за рахунок використання внутрішнього потенціалу підприємства – скорочення втрат і економії ресурсів.

Суть філософії КАЙДЗЕН – постійне вдосконалення і зміни на краще. Ця система охоплює безліч сфер діяльності і має різні напрямки. На ряді фабрик України впроваджують як пріоритетні такі напрямки КАЙДЗЕН, як робочі групи, система пропозицій і 5S3R.

Робочі групи – це ефективний інструмент для розвитку можливостей прогресивного мислення і заохочення командної роботи. Суть його в тому, що кращі приклади стають доступні всім працівникам, включаючи тих, які не мають комп'ютерів на робочих місцях.

Система пропозицій – це надання кожному співробітнику можливості внести свої пропозиції щодо поліпшення будь-яких процесів і операцій на фабриці, щоб ми всі разом просувалися вперед – маленькими кроками до великого успіху.

Основні принципи

5S – це система організації та раціоналізації робочого місця, яка була розроблена в післявоєнній Японії. Сама аббревіатура виникла від японських слів, що характеризують дану систему, – всі вони починаються з S. Професор Masaaki Imai, засновник Інституту KAIZEN, перевів ці слова англійською мовою:

1. Seiri – Sorting – «сортування» – чіткий поділ речей на потрібні і непотрібні і позбавлення від останніх. Цей інструмент дозволяє оптимально організувати робочий простір з точки зору економіки та безпеки.
2. Seiton – Straighten – «порядок» – все має бути на своєму місці. Це організація зберігання необхідних речей, яка дозволяє швидко і просто знайти їх і використовувати.
3. Seiso – Scrub – «чистка» (утримання в чистоті, прибирання) – дотримання робочого місця в чистоті й охайності. Ідея полягає в тому, що чищення – це не просто прибирання, а одна з комплексних вправ, що дозволяють ідентифікувати стан обладнання, адже коли людина чистить, скажімо, верстат, він може звернути увагу на протікання масла, розпушеність якихось вузлів і т. д. Зрозуміло, що це допомагає забезпечити безперебійну роботу обладнання.
4. Seiketsu – Standardize – «стандартизація» – необхідна умова для виконання перших трьох правил.
5. Shitsuke – Sustain – «підтримка» у формуванні звички точно виконувати встановлені правила, процедури та технологічні операції. Стандартизацію і підтримання також називають самодисципліною.

Фахівці європейських компаній, представлених в Україні, підсилюють поняття «порядок» додатковим принципом 3R, найбільш ефективним для дотримання порядку:

- ▷ Right object – потрібний об'єкт;
- ▷ Right position – у потрібному місці;
- ▷ Right quantity – у необхідній кількості.

Щоб успішно впровадити 5S3R в компанії, необхідно пройти три етапи:

1. Зміна робочого середовища (змінюються обладнання, офіси і оточення);
2. Зміна людей (зміни в робочому середовищі ведуть до зміни ставлення співробітників);
3. Зміна загальної культури.

Говорячи про історію впровадження 5S3R, потрібно зазначити, що ті підприємства, які давно почали практикувати КАЙДЗЕН, Lean Production та інші аналогічні системи, займають лідируючі позиції у своїх галузях і показують вражаючі приклади успіху. Це такі гіганти, як Harley_Davidson; York, Inc; Ford (1924); Toyota Motor mfg., USA, Long Beach; Hewlett_Packard. Перевагою, що дає така система є ефективне і надійне скорочення, а в ідеалі і повна ліквідація виробничих втрат.

Цілі впровадження системи. Починаючи впровадження 5S3R, потрібно, насамперед, ідентифікувати основні джерела і причини виробничих втрат. Це:

- перевиробництво;
- очікування;
- транспортування;
- перебирання;
- рух;
- дефекти;
- запаси.

Це ключові моменти, на які слід звертати увагу, і вони повинні постійно контролюватися менеджментом. При цьому керівники компанії мають ставити перед собою конкретні цілі, яких повинні послідовно добиватися. Основні, серед них:

- забезпечення безпеки (*Safety*);
- поліпшення якості (*Quality*);
- скорочення запасів (*Cost*);
- поліпшення сервісу (*Service*).

Тобто на першому плані безпека, якість продукції, ціна і сервіс (доставка). Адаже у кожного товару є своя цінова категорія і свої конкуренти в галузі. Чим компанії можуть утримати покупця на сьогоднішній день, коли ринок лихоманить, а ціни постійно ростуть?

Звичайно, якістю і сервісом.

Література

1. Ващенко С., Система 5S3R на виробництві, Журнал «Дистрибуція і логістика» № 1 (118), Київ: Квента, 2015. – 65 с.
2. Проніков С., Управління якістю продукції / навч. посібник. – М., 2002. – 150 с.
3. Сідорін В. В. Менеджмент якості як засіб управління конкурентоспроможністю / Мат. міжн. наук.-практ. конференції Intermatic 2004. – М. : МіРЕА. ЦНП «Електроніка». 2004.
4. Кайдзен: Ключ к успіху японських компаній / Масааки Імаї; Пер. с англ. – 2-е вид. – М. : Альпіна Бізнес Букс, 2005. – 274 с. – (Серія «Моделі менеджменту ведучих корпорацій»). www.deming.ru



УДК 332.14

КРИТЕРІЇ САМОРОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

Іванова Ольга Юріївна, кандидат економічних наук,
доцент, докторант Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
ivanosha@mail.ru

Формування умов для саморозвитку регіонів є запорукою зміцнення та підвищення їх конкурентоспроможності. Адже саме наявність стратегічного потенціалу у вигляді ресурсних можливостей та управлінських механізмів, що здатні формувати конкурентні переваги регіону, є чинником зміцнення його конкурентоспроможності. Важливим у процесі формування потенціалу саморозвитку є визначення критеріальних параметрів, що визначають ефективність даного процесу.

Основними критеріями регіонального саморозвитку слід виділити такі ознаки, що визначають спроможність регіону до розвитку на основі власного потенціалу: самофінансування, самоорганізація, самоуправління та самодостатність.

1. *Самофінансування* місцевих витрат на основі ефективного використання податкового та бюджетного потенціалу регіону на засадах

фіскального федералізму. Так, О. Тищенко зазначає, що «проблеми місцевого розвитку повинні вирішуватись за рахунок власних, чи залучених під власну відповідальність, джерел. При цьому акцент повинен робитись не на зміну вектору розподілу фінансових ресурсів між «центром» та регіонами на користь останніх, ... а на пошук шляхів та важелів, які здатні забезпечити підвищення ефективності використання потенціалу регіону, зростання виробництва та збільшення доходів суб'єктів господарювання на його території» [3]. Необхідно створювати умови для активізації мобілізації коштів з усіх потенційно можливих джерел, що можливо при тісній і органічній взаємодії органів місцевого самоврядування й суб'єктами підприємницької діяльності.

Основними показниками оцінки рівня самофінансування є: динаміка ВРП на душу населення, співвідношення обсягів фінансової допомоги з державного бюджету і власних доходів регіону; бюджетної забезпеченості регіону, який визначається співвідношенням між загальною сумою бюджетних витрат і чисельністю населення регіону; рівень збалансованості бюджетів регіонів, коефіцієнт бюджетної залежності бюджетів регіонів та ін.

2. *Самоорганізація* – це здатність системи самостійно підтримувати чи вдосконалювати рівень своєї організації при зміні зовнішніх або внутрішніх умов її існування, діяльність з урахуванням минулого досвіду, спрямована на збереження її цілісності, підвищення стійкості, забезпечення нормального функціонування або розвитку [4, с. 596]. Отже, саморозвиток регіону базується на його спроможності під впливом екзогенних та ендемогенних чинників вдосконалювати рівень своєї організації. Показниками, що характеризують самоорганізацію, виступають: кількість страхових компаній; кількість підприємств на душу населення; кількість банківських установ та ін.
3. *Самоуправління* передбачає наявність механізмів управління (зворотних зв'язків) у самій системі [1]. Відповідно до регіонального розвитку самоуправління розглядається як місцеве самоврядування – «право та спроможність органів місцевого самоврядування в межах закону здійснювати регулювання й управління суттєвою

часткою суспільних справ, які належать до їхньої компетенції, в інтересах місцевого населення» [1]. Показники: наявність та якість стратегії регіонального розвитку; кількість регіональних програм розвитку; кількість цільових комплексних програм; рівень професійності службовців регіональних органів влади та органів місцевого самоврядування; якість механізмів координації між органами місцевого самоврядування, регіональними органами влади та підприємництвом; частка робітників з вищою освітою у чисельності зайнятих в економіці; відношення чисельності студентів ВНЗ до чисельності зайнятих в економіці тощо.

Отримання синергетичного ефекту можливо за наявності ефективних організаційно-управлінських механізмів, що базуються на професійних компетентностях людських ресурсів. Високий професіоналізм представників регіональної влади дозволяє розробити дієві механізми управління ресурсною базою регіону, координації між суб'єктами регіонального розвитку: бізнесу та влади, влади та громадськості, бізнесу та громадськості. На думку М. Молчанової, «джерело саморозвитку та інновацій знаходиться у базових властивостях людини» [2].

Самодостатність – спроможність регіону ефективно використовувати свій стратегічний потенціал, здатність обходитися власними можливостями при досягненні стійкого соціально-економічного розвитку. Показники: ступінь реалізації потенціалу; бюджетні показники самодостатності; показники наукового потенціалу саморозвитку; показники кадрового забезпечення саморозвитку; показники технічного забезпечення; ресурсна забезпеченість; рівень мотивації регіональних органів влади.

Отже, визначені критерії дозволяють виявити рівень саморозвитку регіону, в залежності від якого необхідно визначати обсяг державної підтримки, що сприятиме подальшому саморозвитку.

Література

1. Вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>
2. Молчанова М. Ю. Критерии саморазвития регионов как основа формирования межбюджетных отношений / М. Ю. Молчанова // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 6. – С. 131–135.

3. Тищенко О. П. Економічні передумови та перспективи забезпечення саморозвитку регіонів України в сучасних умовах [Електронний ресурс] / О. П. Тищенко. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3119/1/Tishchenko%202.pdf>

4. Філософський словник / За ред. В. І. Шинкарука. – 2. вид. І доп. – К.: Голов. ред. УРЕ, 1986. – 800 с.



УДК 338.23:65

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Іпполітова Інна Ярославівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: Inna.Ippolitova@gmail.com

Енергозалежність України змушує переглянути топ-менеджмент підприємств традиційні підходи до управління підприємством та висуває нові вимоги щодо ресурсозберігаючого методу функціонування. Одним з таких напрямків є формування ресурсозберігаючої стратегії діяльності підприємств з метою збереження їх конкурентоспроможності. Основні аспекти управління ресурсозбереження окреслено в працях таких науковців: М. Іванова, Н. Конищевої, О. Лапко, Д. Липницького, Ю. Мазіна, І. Сотник та ін. Проте, незважаючи на вагомий внесок зазначених вчених, проблеми розробки ресурсозберігаючої стратегії потребують уточнення та подальшого розвитку.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні особливостей формування ресурсозберігаючої стратегії підприємства.

Існує багато поглядів на економічну сутність поняття «ресурсозбереження». Так, на думку І. М. Сотник, під ресурсозбереженням слід розуміти організаційну, економічну, технічну, наукову, практичну, інформаційну

діяльність, методи, процеси, комплекс організаційно-технічних заходів, що супроводжують усі стадії життєвого циклу об'єктів і спрямовані на забезпечення мінімальної витрати речовини та енергії на цих стадіях у розрахунок на одиницю кінцевого продукту, виходячи з існуючого рівня розвитку техніки і технології та з найменшим впливом на людину і природні системи [1]. Дане поняття охоплює всі форми прояву ресурсозбереження.

Окрім того, виділяють наступні два основних підходи до трактування поняття «ресурсозбереження» [2]. *Перший підхід* заснований на тенденції збереження природних ресурсів, а *другий* – залучення до предмета ресурсозбереження всіх ресурсів, а не тільки природних. Інші літературні джерела [3] вказують, що існує третій підхід, який полягає в тому, що ресурсозбереження концентрує увагу на енерговитратах. Узагальнення підходів до змісту поняття «ресурсозбереження» дозволяє зробити висновок, що більшість науковців наголошують на раціональному використанні різних видів ресурсів задля отримання економічного ефекту (результату), що полягає у зменшенні витрат виробництва і, як наслідок, підвищення прибутковості діяльності. Проте, О. М. Невелєв, А. Г. Мельник, С. А. Скоков, І. М. Сотник роблять наголос ще й на зменшенні навантаження на навколишнє середовище [4].

У сучасних умовах, при обмеженій кількості ресурсів, найбільш до речним підходом до трактування сутності поняття «ресурсозбереження» є розгляд його як стратегії функціонування підприємства. Проте, це повинно відбуватися не за рахунок економії ресурсів, а за рахунок недопущення їх понаднормового споживання та за рахунок використання ресурсозберігаючих технологій й обладнання, реструктуризації ресурсоемних процесів діяльності підприємства, а також, можливо, і більш радикального способу – реінжинірингу бізнес-процесів підприємства.

Одним з ефективних інструментів перспективного управління ресурсозбереженням підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища та системи державного регулювання ринкових процесів, пов'язаних з ресурсовикористанням та ресурсозбереженням, повинна бути сформована ресурсозберігаюча стратегія, яка є однією із провідних складових загальної стратегії розвитку підприємства.

Стратегія ресурсозбереження в межах підприємства – це система довгострокових цілей підприємства, що забезпечують зниження витрат сукупних ресурсів на одиницю корисного ефекту конкретного товару та вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення.

Послідовність етапів формування ресурсозберігаючої стратегії підприємства, що запропоновані автором, дозволять підвищити ефективність функціонування підприємства в умовах обмежених ресурсів (рис. 1).

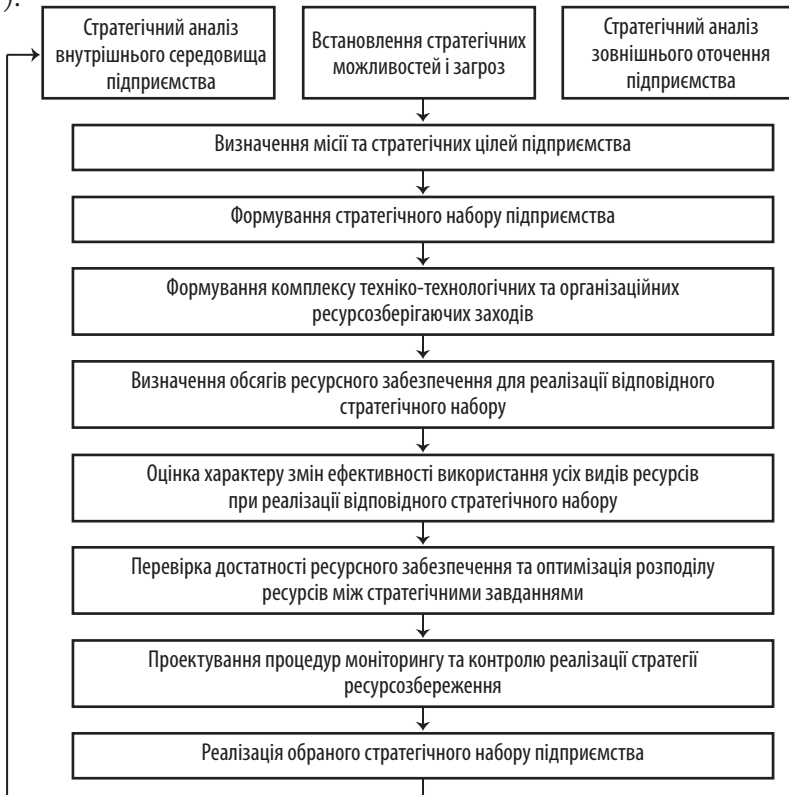


Рис. 1. Послідовність етапів формування ресурсозберігаючої стратегії підприємства

Стратегія ресурсозбереження підприємства повинна розроблятися на вищому рівні, враховувати специфіку діяльності підприємства і бути орієнтиром для всіх підрозділів підприємства.

Отже, планування забезпечення потреб виробництва у ресурсах певного якісного і кількісного складу здійснюється у двох часових площинах: стратегічній та тактичній. На стратегічному рівні головним результатом стає формування ресурсозберігаючої стратегії підприємства, яка дозволить підприємству залишатися конкурентоспроможним на ринку та у довгостроковій перспективі.

Література

1. Сотник І. М. Управління ресурсозбереженням: соціо-еколого-економічні аспекти: [монографія] І. М. Сотник. – Суми : Вид-во СумДУ, 2010. – 499 с.
2. Ліпич Л. Г. Сучасні підходи до трактування сутності поняття «ресурсозбереження» / Л. Г. Ліпич, В. М. Свистун // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – 2013. – № 21. – С. 56–59.
3. Рибалко Л. П. Сучасні підходи до трактування сутності поняття ресурсозбереження / Л. П. Рибалко // Бізнес Інформ. – 2012. – № 3. – С. 174–179.
4. Мельник Л. Г. Эколого-экономические основы ресурсосбережения: Монография / Л. Г. Мельник, С. А. Скоков, И. Н. Сотник. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 229 с.
5. Фаловська І. Д. Організаційно-економічне забезпечення процесу ресурсозбереження / І. Д. Фаловська // Сучасні проблеми економіки і менеджменту: тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 10-12 листопада 2011 р. / Національний університет «Львівська політехніка». – 2011. – С. 263 – 264.



УДК 657.2

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ РІВНЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кожушко Ольга Вікторівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри контролю і аудиту

Владімірова Наталія Петрівна, кандидат економічних наук,
аспірант кафедри контролю і аудиту

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
Mossy77777@rambler.ru

Вступ. Зміни, що виникають у зовнішньому та внутрішньому середовищі, розділення інтересів тих, хто безпосередньо займається управлінням суб'єктів господарювання, і тих, хто інвестує свої гроші в його діяльність обумовлюють загрози його фінансової безпеки. Але діяльність підприємств, установ та організацій не може здійснюватися безконтрольно. Тому для перевірки правильності звітної інформації та оцінки господарської діяльності підприємства при проведенні різного роду контрольних заходів необхідно оцінювати рівень фінансової безпеки суб'єкті господарювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Окрім питання забезпечення фінансової безпеки тієї чи іншої підсистеми визначені в роботах О. І. Барановського [1], В. М. Гейця [4], М. Єрмошенка [2], М. О. Кизима [4], М. В. Куркіна [3], В. Мунтіяна [5], В. С. Пономаренка [6], та ін. У роботах цих авторів багато уваги приділяється визначенню ризиків та потенційних загроз фінансовій безпеці окремих суб'єктів ринкової економіки для забезпечення їх сталого та прогресивного розвитку. Проте постійної уваги вимагають підходи до оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання, що й визначає актуальність обраної теми дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка методичного підходу до оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання.

Результати дослідження. У результаті проведеного дослідження визначено, що в цілому діагностика фінансової безпеки суб'єктів господа-

рювання має бути спрямована на встановлення ознак і оцінювання його внутрішнього стану. Призначенням діагностики є також виявлення проблем розвитку й ефективного функціонування підконтрольного об'єкта. Дані діагностики є джерелом розробки заходів з усунення потенційних і наявних загроз фінансовій безпеці підприємства.

Впровадження в економіку України ринкових методів господарювання іноді призводить до того, що багато суб'єктів господарювання не можуть підтримувати задовільним свій фінансовий стан і часто стають банкрутами. Тому саме фінансова безпека є критичною сферою у забезпеченні економічної безпеки підприємств, оскільки у цій сфері формується оптимальний перерозподіл фінансових ресурсів, створюються об'єктивні умови для забезпечення розвитку відтворювальних процесів капіталу підприємства, ефективної структурної перебудови економічного базису та формуються передумови майбутнього прогресивного розвитку. Тобто фінансова безпека регулює питання фінансово-економічної заможності суб'єктів господарювання та їх стійкості до банкрутства. Фінансова безпека суб'єкта господарювання, на думку автора, може бути визначена як: ступінь захищеності фінансових інтересів усіх пов'язаних з його діяльністю суб'єктів зовнішнього середовища та працівників підприємства; достатній рівень забезпечення фінансовими ресурсами процесів задоволення потреб підприємства та всіх пов'язаних з його діяльністю суб'єктів; високий професіоналізм і кваліфікація фінансових менеджерів та виконавців функцій контролю діяльності суб'єкта господарювання.

Питання забезпечення та підтримки фінансової безпеки суб'єктів господарювання в умовах конкурентного ринку набувають винятково важливого значення. Тому сьогодні кризові явища ставлять нові завдання перед системою внутрішнього контролю щодо визначення та оцінки критеріїв фінансової безпеки й забезпечення сталої роботи підприємств, установ та організацій. В умовах ринкової економіки саме сталість роботи суб'єктів господарювання є основною умовою їх розвитку та життєдіяльності.

Причому для ефективного ринкового господарювання істотне значення має встановлення оптимального рівня фінансової безпеки для кожного конкретного підприємства, установи, організації.

Що стосується оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання, то варто зауважити, що вона передбачає розрахунок комплексу індикаторів. Причому для досягнення та підтримання фінансової безпеки важливим є не тільки абсолютний обсяг прибутку, а й рівень витрат, тобто рентабельність. Значний практичний інтерес має вирішення питання про кількісні характеристики фінансової безпеки суб'єктів господарювання, іншими словами, при яких саме показниках фінансовий стан можна вважати стійким.

Для оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання пропонується методичний підхід, який включає до себе чотири етапи (рис. 1):

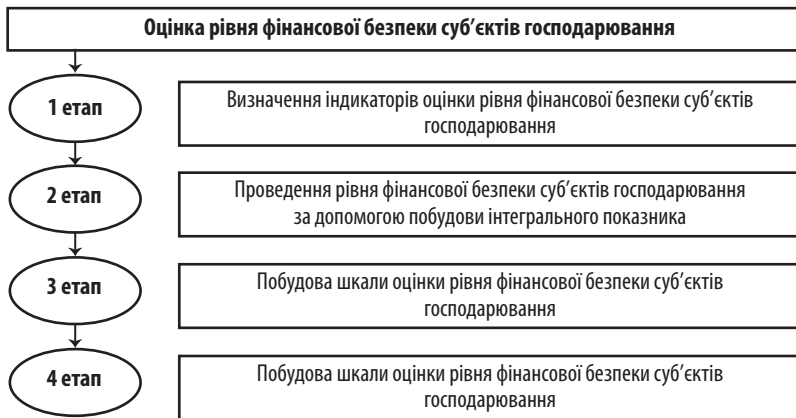


Рис. 1. Етапи методичного підходу до оцінки рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання

Необхідно зауважити, що реалізація запропонованого методичного підходу дозволить: визначити рівень фінансової безпеки різних суб'єктів господарювання (підприємств різних форм власності та організаційно-правових форм, бюджетних установ тощо); збільшити обґрунтованість та якість управлінських рішень щодо підвищення рівня фінансової безпеки суб'єктів господарювання.

Висновки. Таким чином, застосування запропонованого методичного підходу дозволить сформулювати та посилити рівень фінансової безпеки

суб'єктів господарювання і створити сприятливі умови для їх функціонування в умовах мінливого середовища.

Література

1. Барановський О. І. Фінансова безпека: монографія. Інститут економічного прогнозування. – К.: Фенікс, 1999.
2. Єрмошенко М. Фінансова безпека держави і національні інтереси, реальні загрози, стратегія забезпечення. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2001. – 309 с.
3. Куркін М. В. Контроль та захист економічної безпеки діяльності підприємств / М. В. Куркін, В. Д. Понікаров – Харків: ФОП Павленко О. Г., 2010. – 388 с.
4. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон підприємство / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, І. О. Черняк та ін.; За ред. В. М. Гейця: Монографія. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 240 с.
5. Мунтян В. І. Економічна безпека України. – К.: КВІЦ, 1999. – 464 с.
6. Пономаренко В. С. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование / В. С. пономаренко, Т. С. Клебанова, Н. Л. Чернова – Харьков.: ИД «ИНЖЕК». – 2004. – 144 с.



УДК 338.27

ДЕРЖАВНИЙ ВНУТРІШНІЙ ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНИМИ ФІНАНСАМИ

Кривцова Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри контролю і аудиту
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: krivcova.tatyana@mail.ru

Функціонування в Україні ефективного державного внутрішнього фінансового контролю (далі – ДВФК) є базовою потребою модернізації віт-

чизняної системи управління державними фінансами. Інноваційним механізмом такої модернізації в Україні є гармонізація національної системи ДВФК із стандартами Європейського Союзу, а саме: приведення у відповідність тієї моделі ДВФК європейського зразка, яка визначена у Главі 32 *Acquis communautaire* (Плану заходів «Україна – ЄС») [1].

Європейська модель ДФК базується на відповідальності керівника державного органу (міністерства, відомства, організації, установи, що є розпорядником або отримувачем бюджетних коштів), в тому числі, на повній відповідальності керівника за управління фінансовими ресурсами, і включає три складові: внутрішній контроль (далі – ВК), внутрішній аудит (далі – ВА) та їх гармонізацію з міжнародними стандартами. Виходячи з цього, слід зазначити, що національна система ДВФК знаходиться у процесі реформування, яке полягає в поступовому адаптуванні існуючої вітчизняної моделі системи ДВФК до європейського зразка.

Слід зазначити, що реформування системи ДВФК у відповідності із стандартами ЄС покликана підвищити рівень прозорості діяльності державних органів, зміцнити їх інституційну спроможність та покращити функціональну ефективність. Об'єктивна потреба у формуванні такої системи, як одного з інноваційних механізмів стратегії управління державними фінансами, отримала офіційне підтвердження після прийняття в 2005 р. Концепції розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 р. [2]. Відповідно до цієї Концепції реформування системи ДВФК з урахуванням досвіду країн – кандидатів у члени ЄС передбачено провести протягом дванадцяти років трьома етапами: перший (до 2011 року), другий (2012–2016 роки) та третій (2017 рік).

Щодо першого етапу, то слід зазначити, що із впровадженням нової редакції Бюджетного кодексу (2011 рік), відповідно до якої було закріплено нове бачення бюджетної системи, питання обов'язковості побудови в органах державного сектора базових компонентів європейської моделі ДВФК – ВК і ВА – знайшли більш чітке відображення в законодавстві України. Відповідно до Бюджетного кодексу персональна відповідальність за впровадження та ефективне функціонування цих компонентів покладено на керівників усіх рівнів – від головного розпорядника (міні-

стра, керівника органу виконавчої влади і т. п.) до розпорядників нижчого рівня та керівників окремих підрозділів у бюджетній установі [3].

Слід зазначити, що побудова ефективної системи ДВФК (відповідно до існуючої в Україні Концепції розвитку ДВФК на період до 2017 року) є не лише базовою потребою удосконалення вітчизняної системи управління державними фінансами, а й ключовою передумовою вступу України до ЄС.

Відтак, укладення Угоди про асоціацію з ЄС (2014 рік) знаменує новий етап реформування вітчизняної системи ДВФК та передбачає обмін інформацією, досвідом і найкращою практикою в цій галузі задля підтримки зусиль України щодо забезпечення розвитку цієї системи шляхом її гармонізації з міжнародно визнаними стандартами (ІІА, INTOSAI) й методологіями, а також найкращою практикою ЄС із ВК та ВА у державних органах [4].

Так, до заходів, які на сьогодні вдалося реалізувати у сфері побудови ВК та ВА за європейським зразком, можна віднести: прийняття пакету законодавчих та нормативно-правових актів, які дозволили започаткувати практичну реалізацію реформ, а також базові методологічні засади ВК та ВА; підготовку кадрового потенціалу для започаткування фактично нової для України професії – «державний внутрішній аудитор»; проведення (з 2012 року – на рівні центральних органів виконавчої влади, а з 2013 року – і на регіональному рівні) організаційно-структурних змін щодо утворення служб ВА.

Але, незважаючи на певні здобутки у ході адаптування системи ДВФК до норм та вимог ЄС, на даному етапі його розвитку існує коло проблемних питань, а саме: нерозуміння керівників органів державної влади глибинної сутності реформ, неусвідомлення ними персональної відповідальності за ефективне функціонування системи ВК, а, отже, недостатнє сприйняття ролі ВА; постійні кадрові ротації керівників та працівників підрозділів ВА, які на початковому етапі фактично зводили нанівець усі зусилля з професійної підготовки та не давали можливості досягати високих результатів від реалізації аудиторської функції; слабкість фахової підготовки новопризначених внутрішніх аудиторів та їх постійні намагання компенсувати прогалини аудиторського досвіду [5].

У результаті на сучасному етапі реформування ДВФК основними завданнями мають стати: запровадження в органах державного і комунального сектора нової моделі системи ВК; утворення служб ВА в органах державного і комунального сектора з поступовою заміною інспектування на ВА; удосконалення кадрового забезпечення служб ВА; удосконалення методології ВА; утворення на базі підрозділу Державної фінансової інспекції (з 28.10.2015 – Державної аудиторської служби України) з питань гармонізації ВК і ВА окремого органу у складі Міністерства фінансів та інші [6].

Отже, реформування ДВФК у напрямку активного розвитку внутрішнього контролю і внутрішнього аудиту, а також впровадження їх у діяльність бюджетних установ, що сьогодні активно відбувається, і формує один з ключових інноваційних механізмів розвитку системи управління державними фінансами в сучасних умовах господарювання. До того ж, реформування вітчизняної системи ДВФК та переорієнтація управління державними фінансами в Україні на принципи і стандарти ЄС не можливі без зміни пріоритетів та ідеології у підходах до роботи чиновників в органах державного сектора. На сьогодні це має бути одним з ключових завдань при формуванні інноваційних механізмів розвитку системи управління державними фінансами та їх використання для реформування складових цієї системи (перш за все, ДВФК) в Україні.

Література

1. Іванова І. І. Державний фінансовий контроль: Парадигми розвитку: монографія / І. І. Іванова. – К. : Академвидав, 2010. – 168 с.
2. Концепція розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 травня 2005 р. № 158 [Електронний ресурс] : Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua>.
3. Бюджетний кодекс України від 09.07.2010 № 2478-VI [Електронний ресурс] : Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.
4. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.09.2014 № 847-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine_EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine_EU_Association_Agreement_(body).pdf)

5. Сидоренко Д. Лідія Гаврилова: «Побудова ефективної системи державного внутрішнього фінансового контролю є базовою потребою удосконалення вітчизняної системи управління державними фінансами» / Д. Сидоренко // Фінансовий контроль. – 2015. – № 9. – С. 5 – 9.

6. Про утворення Державної аудиторської служби України: Постанова Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 2015 р. № 868 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=248594452>



УДК 332.1

СПИРАЛЬНАЯ ДИНАМИКА СОЗНАНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИАГНОСТИКИ «ЦЕННОСТНОГО ЯДРА» УКРАИНЦЕВ

Леванда Олена Михайлівна, соискатель, заведующий аспирантурой
Научно-исследовательского центра индустриальных проблем развития НАН Украины,
levanda2008@rambler.ru

Украинское общество проходит стадии модернизации, появляются новые формы экономического взаимодействия – «экономика сервиса», «экономика инновационного развития», «экономика знаний». В связи с этим появляются повседневные вопросы, каким образом разные группы населения поддерживают свое субъективное благополучие качества жизни, взаимодействуют в хозяйственной деятельности, реализуют свой человеческий потенциал в условиях интеграции. В основе любых общественных взаимоотношений (экономических, политических, социальных, духовных) присутствует поведение населения как субъекта экономики. Именно применяемая модель поведения населения при взаимодействии на экономической платформе отражает уровень сознания индивида, его ценности, интересы и желания. С помощью поведения, субъект демонстрирует свою вовлеченность в экономические процессы, свое занимаемое положение в обществе, свою идентичность той или иной группе

населения. Проблема сегодняшнего дня состоит в том, что основной фактор экономики, как поведение субъектов не учитывается на практике стратегами и аналитиками, а также звеном управленцев. Грамотное управление возможностями потенциала человеческих ресурсов и учета возможных угроз со стороны внешнего окружения, способствует обеспечению устойчивого регионального развития и решения социально-экономических задач. Этому содействует система прогнозирования, как финансовых показателей, которые являются индикаторами выполненных результатов, так и учет опережающих индикаторов, в виде оценки внутреннего субъективного ресурса. Учитывая показатели индивидуального внутреннего потенциала, можно определить тенденцию доминирующего экономического поведения представителей различных социальных групп населения. Выявить интересы, потребности и ценности каждой группы населения, что даст возможность эффективней использовать человеческий потенциал в условиях трансформации общества. Рассмотрение сознания в экономической среде, становится необходимой категорией сегодняшнего дня.

Согласно разработанной стратегии Харьковской области 2020, определен комплекс мероприятий направленный на интеграцию ресурсов региона. Основной ресурс социума, есть субъект экономики. Устойчивое социально-экономическое развитие конкурентоспособности региона, должно выполнять главную цель – изменение условий жизни населения. Качество жизни субъекта зависит от эффективной реализации его психологического потенциала при взаимодействии. Знание тенденции экономического поведения субъектов взаимодействия, позволит эффективнее использовать человеческий ресурс в социально-экономической сфере. Экономическое поведение – это комплекс повторяющихся действий/бездействий субъекта, которые связывают его внутренний мир (мотивация, ценности, интересы, потребности) с внешними условиями, возможностями социально-экономической среды. Регулятором экономического поведения является сознание. Специфика экономического сознания состоит в том, что оно формируется позже других видов сознания, когда субъект включается во все стадии воспроизводственных отношений. Оно устойчиво, имеет в основе некоторую иерархию ценностей, в которых присут-

ствуют так называемые базовые ценности, которые являются регулятором активности человека. Ценности формируются у субъекта к 18–20 годам и остаются относительно стабильными на протяжении всей жизни. Однако, в кризисные периоды человека и социальной среды, они могут претерпевать изменения. Айсбергом структуры иерархии является «ценностное ядро», которое является доминирующим в обществе, а также в сознании каждого субъекта. В совокупности эти ценности объединяют людей в целое общество или ассоциации.

Чтобы управлять массовым сознанием, необходимо знать ценности, желания, интересы и потребности субъективных сознаний личностей. Наше общество состоит из разносторонних групп – экономических, социальных, религиозных, спортивных, культурных, расовых, образовательных, учебных, по месту жительства и прочих. Чтобы привлечь нового субъекта в какую-либо группу, необходимо, чтобы интересы группы совпадали с субъективным интересом.

Человек выстраивает модели своей будущей жизни, формирует стратегии, совершенствует поведение в соответствии с определенным этапом жизни. На основе этих моделей и представлений о состоянии сознания человека, можно спрогнозировать модель экономического поведения трудоспособного населения.

В качестве инструмента такого прогноза, можно использовать методику «Спиральная динамика» (Грейвз). Эта методика была практически использована в США, как метод усовершенствования социально-экономического развития общества и формирования устойчивого механизма его жизнедеятельности. Она предполагает шесть условий изменений, на которых строится гармония общественной жизни:

1. Потенциал индивидуального/коллективного. На этой ступени необходимо выявить ядро ценностей или доминирующий тип мышления.
2. Субъективные проблемы «сегодняшнего дня», отдельных групп общества в координатах: сфера профессии, образование, доход семьи.
3. Условия диссонанса: минимизировать расхождение между отдельным гражданином и обществом. Государство должно создавать усло-

вия для развития населения, а личность в свою очередь должна соблюдать правила и законы государства, в котором она развивается.

4. Условие барьеры прошлого – заменить старые шаблоны, новыми, Государство должно внедрить новый миф в сознание общества, с помощью ассоциирования мышления с их уже устоявшимися знаковыми и общепринятыми ценностями.
5. Условие формирования инсайтов – члены социума должны научиться видеть картину перемен у себя внутри сознания. То, что необходимо внушить населению, надо внедрить в массовое сознание и закрепить с помощью традиций и привычки.
6. Условие консолидации общества – создать благоприятную культуру общества, государство должно консолидировать его.

Выполненная в Украине пилотная проверка методики диагностики условий гармонизации общественной жизни показала, что произошла модернизация системы ценностей. Ее ядром стали «комфорт для себя и своей семьи», ориентация на отказ от прежних традиций в пользу рациональных аргументов, коммуникация.

По сути в нашем обществе сложились тенденции примитивизации жизни, где основной ценностью стала потребность выжить.

Экспериментальная проверка технологии спиральной динамики показала, что на сегодняшний день наиболее экономически активную часть населения Украины можно условно разделить на две группы. Первая состоит из субъектов, которые отказались от удовлетворения высших духовных и социальных запросов и свою жизнь выстраивают через удовлетворение потребностей и интересов физиологического уровня, уровня выживания и удовлетворения товарами первой необходимости. Вторую группу образовали предприниматели, которые ориентируются на индивидуальные достижения в экономической сфере.

Литература

1. Бек Д. Э., Кован К. К. Спиральная динамика: управляя ценностями, лидерством и изменениями / Д. Э. Бек, К. К. Кован – BestBusinessBook, 2010. – 419 с.

2. Шабунова А. А., Белехова Г. В. Экономическое поведение населения: теоретические аспекты / А. А. Шабунова, Г. В. Белехова. – Вологда: ИСЭРТ РАН., 2012. – 160 с.

3. Барабанов А. С. Управление региональной конкурентоспособностью: монография / А. С. Барабанов ; под науч. рук. д. э. н. Т. В. Усковой. – Вологда : ИСЭРТ РАН, 2014. – 160 с.



УДК 37.072:65

МАРКЕТИНГОВЕ УПРАВЛІННЯ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Мілевська Тетяна Сергіївна, старший викладач
кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: milevskats@mail.ru

На сьогоднішній час в систему освіти ввійшло не тільки поняття «менеджмент», а також і «маркетинг». З появою в світі нових професій почав змінюватись ринок освітніх послуг, що спонукає вищі навчальні заклади конкурувати між собою в наданні якісних послуг. Це проявляється в наданні можливостей навчання за новими спеціальностями, які будуть затребувані в майбутньому, розширенні матеріально-технічної бази, а також істотному розвитку й зміцненні іміджу ВНЗ.

У сучасних умовах теорія інтегрованого маркетингу стає ключовим каркасом ефективного менеджменту освітніх закладів. Для цього потрібно створювати у вищих навчальних закладах відділи маркетингових досліджень (технологій) нового типу.

Підрозділ маркетингових досліджень ВНЗ нового типу повинен вирішувати ряд завдань:

- 1) швидко й уважно реагувати на все, що відбувається на ринку освітніх послуг;

2) бачити незадоволену поки ще потребу і реагувати на неї [3].

Впровадження маркетингового управління освітніми послугами пов'язано зі зміною підходів у загальній організації менеджменту ВНЗ, що припускає проходження ряду принципів:

- ▶ необхідності забезпечення єдності наукового й освітнього процесів, їхньої спрямованості на інноваційний розвиток суспільства;
- ▶ сполучення державного регулювання й самоврядування у ВНЗ;
- ▶ забезпечення внутрішньої конкурентності (конкурсності) при формуванні планів і програм у ВНЗ [2].

Таким чином, основною умовою використання моделі маркетингового управління освітніми послугами у ВНЗ є (рис. 1) забезпечення тісних зв'язків між виробництвом, наукою, ВНЗ і споживачами освітніх послуг, а також інноваційний настрій структур управління всіх рівнів ВНЗ, нейтралізація внутріорганізаційного опору змінам, стимулювання ініціативності працівників ВНЗ, ефективна організаційна структура ВНЗ.

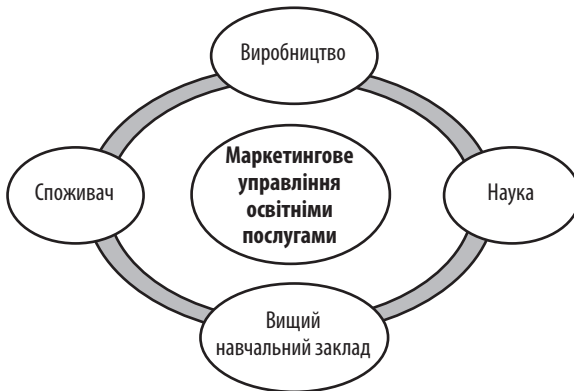


Рис. 1. Взаємозв'язок маркетингу управління освітніми послугами

Виконання цієї умови припускає наявність висококваліфікованого професорсько-викладацького й управлінського персоналу, які здатні забезпечити систематизоване маркетингове дослідження ринку освітніх послуг, ринку праці, зовнішнього й внутрішнього середовища, створити

передову наукову базу вузу, що випереджає конкурентів, використати нові ресурси вузу [2].

В освітніх закладах, де маркетинг став складовою частиною стратегічного планування, робота будується в такий спосіб:

1. Вище керівництво (ректор, проректори) знаходять розуміння й підтримку в лінійних керівників (директорів інститутів, деканів і зам. деканів) основних цілей і цінностей у виконанні вищої корпоративної мети – місії освітнього закладу.
2. Ретельно проводиться аналіз сильних і слабких сторін основних сил і ресурсів організації.
3. Вивчається зовнішнє середовище навчального закладу: політичні, економічні, демографічні, культурні, соціальні, правові фактори й умови.
4. Аналізу й оцінці піддається найближче оточення, мікросередовище: фінансові й адміністративні ресурси, зусилля адміністративно-го й викладацького складу, очікування й потреби студентів.
5. Оцінюється платоспроможність основних цільових сегментів, особливості стратегії інших вузів-конкурентів, їх цінові й рекламні підходи й заходи [1].

Головна й кінцева мета освітнього закладу складається в позитивному впливі на поведінку цільової аудиторії й досягненні лояльності до пропозицій освітніх послуг. Це досягається зміною їхніх поглядів і уявлень шляхом доведення до них відповідної інформації, використання комплексу маркетингових комунікацій.

У цілому, застосування маркетингових технологій при здійсненні освітнього процесу у вищому навчальному закладі є основою його цілеспрямованого й ефективного функціонування, які повинні приносити блага не тільки їхнім учасникам, але й суспільству в цілому.

Література

1. Амблер Т. Практичний маркетинг. – Спб.: Питер, 1999.
2. Сергєєв В. Ю. «Методика маркетингового управління розвитком освітніх послуг вищих навчальних закладів» Автореферат, 2006.

З. Хруцкий В. Е. Що вибрати: три види маркетингу для успішного розвитку вашого бізнесу. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.elitarium.ru/vid-marketinga-razvitie-biznesa-potrebitel-rynok-prodvizhenie/>



УДК 37.072:65

ЗАЛУЧЕННЯ ДОДАТКОВИХ РЕСУРСІВ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Мілевський Станіслав Валерійович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: milevskiysv@yandex.ru

У сучасному світі ключовими поняттями при вивченні й оцінці діяльності будь-якої організації є конкуренція й конкурентоспроможність. Особливість сучасної освіти характеризується більшим вибором освітніх послуг, а також високим рівнем конкуренції. Ефект конкуренції істотно підсилюється розвитком глобалізаційних процесів. Наслідком цього є необхідність пошуку нових шляхів для підвищення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів. В умовах фінансової кризи, коли знижується купівельна спроможність населення, а конкуренція на ринку праці значно підсилюється, освітнім установам як ніколи необхідні відчутні конкурентні переваги. З огляду на значне зниження обсягу державного фінансування, вищим навчальним закладам необхідно інтенсифікувати пошук додаткових джерел ресурсного забезпечення.

Однією із тенденцій сучасності є те, що сфера освіти стає предметом підприємницької діяльності. Наслідком цього є той факт, що конкурентні переваги складаються в єдиний комплекс, що визначає конкурентоспроможність вищого навчального закладу (ВНЗ).

Конкурентоспроможність ВНЗ – це його здатність [4]:

- 1) готувати фахівців, що витримують конкурентну боротьбу на конкретному зовнішньому або внутрішньому ринку праці;
- 2) розробляти конкурентоспроможні нововведення в цій області;
- 3) проводити ефективну відтворювальну політику у всіх сферах своєї діяльності.

На підвищення конкурентоспроможності ВНЗ впливають внутрішні і зовнішні фактори. Під зовнішніми факторами розуміється все те, що задає формальні правила діяльності ВНЗ на регіональному, національному або світовому ринку. Внутрішні фактори – це можливості ВНЗ із забезпечення власної конкурентоспроможності (стратегічний потенціал) [2].

Завдання ВНЗ полягає в тому, щоб на основі аналізу факторів зовнішнього середовища перетворити внутрішні фактори на реальні конкурентні переваги у вигляді конкурентоспроможної продукції. Реалізація даного завдання можлива через партнерство вищої школи із зовнішнім середовищем, зокрема, з іншими освітніми установами, органами державної й муніципальної влади і представниками бізнес-співтовариства, що виступають як суб'єкти освітнього простору.

Отже, можна виділити форми інтеграційної взаємодії ВНЗ в наступних напрямках (рис. 1) [2].



Рис. 1. Форми інтеграційної взаємодії ВНЗ

Для успішної реалізації інтеграційних взаємодій, необхідно враховувати принципи успішного розвитку ВНЗ в умовах конкуренції [1]:

Принцип 1. Орієнтація вузу на споживача.

Принцип 2. Принцип сильного лідера.

Принцип 3. Принцип кооперації керівництва й колективу.

Принцип 4. Принцип унікальності.

Принцип 5. Принцип постійного розвитку.

Принцип 6. Принцип системного контролю.

Принцип 7. Принцип управління, заснованого на використанні актуальної фактичної інформації.

Для забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ на сучасному ринку освітніх послуг необхідно постійно виконувати ряд умов [3]:

1. Використання у процесі управління вищим навчальним закладом сучасного інструментарію менеджменту.
2. Здійснення постійного моніторингу ефективності функціонування вищого навчального закладу у всіх сферах його діяльності.
3. Створення і впровадження в систему управління вищим навчальним закладом механізму управління конкурентоспроможністю ВНЗ шляхом виявлення та розвитку основних конкурентних переваг.
4. Внесення необхідних корегувань у стратегію і принципи функціонування ВНЗ відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності ВНЗ у сучасних умовах необхідним стає вибудовування ними продуктивної мережної взаємодії з усіма зацікавленими сторонами, у першу чергу, з освітніми установами, науковими центрами, галузевими бізнес-структурами та державою. При цьому бажано, щоб ВНЗ виконував роль центрального вузла такої мережної структури, що повинна бути вибудована на основі довгострокового партнерства з усіма групами впливу. Це дозволить підвищити ефективність роботи ВНЗ, якість освітніх послуг, а також створить можливості безперервної багатоступінчастої підготовки фахівців.

У наведеному аспекті розробка науково обґрунтованої стратегії управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу буде сприяти ефективному функціонуванню і розвитку конкурентних переваг ВНЗ, які б підвищували конкурентоспроможність самого закладу та його випускників на внутрішньому і міжнародному ринках праці та освітніх послуг.

Література

1. Барыбин А. В., Рогинко Е. В. О мерах повышения конкурентоспособности современного вуза в условиях изменяющегося рынка образовательных услуг // Креативная экономика. – 2013. – № 12 (84). – С. 89–94
2. Моисеева И. В. Повышение конкурентоспособности высшего учебного заведения через механизм партнерства // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 6–2. – С. 421 – 425.
3. Чеглакова А. В. Проблемы повышения конкурентоспособности вуза в современных экономических условиях / Чеглакова А. В., Чмышенко Е. В. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sibac.info/12800>
4. Шамонов П. А. Повышение конкурентоспособности высшего учебного заведения // Маркетинг в России и за рубежом. – № 1. – 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/articles/2011/1/5738.html>



УДК 65.012.34

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВІТЧИЗНЯНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ НА ОСНОВІ ЕКОЛОГО-ОРІЄНТОВАНОГО ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ

Письмак Вікторія Олексіївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: Vicky-st1@rambler.ru

У зв'язку із сучасними євроінтеграційними прагненнями України та додержанням європейських орієнтирів, сучасні підприємства повинні

здійснювати пошук шляхів до досягнення конкурентоспроможності на міжнародній арені з урахуванням екологічних чинників при здійсненні основної діяльності. До того ж слід зазначити, що на просторі Європейського союзу висунутий значний перелік екологічних вимог до функціонуючих підприємств, тому формування системи управління вітчизняним підприємством на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу є нагальною потребою.

Під управлінням підприємством на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу розуміється цілеспрямована діяльність щодо планування, організації та контролю основної діяльності підприємства з урахуванням екологічних чинників на основі логістичного підходу. Застосування логістичного та еколого-орієнтованого підходу в основному вважається не сумісним, адже логістичний підхід, що орієнтований на оптимізацію витрат підприємства часто спричинює підвищення екодеструктивного впливу на зовнішнє середовище. Тому саме імплементація екологічних чинників у загальний менеджмент підприємства, що здійснюється на основі логістичного підходу є вирішенням основної проблеми в стратегічному масштабі.

Основними принциповими вимогами при управлінні підприємством на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу є такі:

- ▶ досягнення конкурентоспроможності підприємства на основі застосування соціально-орієнтованої поведінки [1];
- ▶ використання сучасних інформаційних технологій щодо моніторингу екологічних чинників;
- ▶ використання інноваційних технологій щодо зменшення впливу негативних факторів на екологічний стан довкілля;
- ▶ врахування екологічних витрат у складі логістичних витрат підприємства [2].

Основними елементами системи управління підприємством на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу є:

- 1) постачальницька діяльність (визначення оптимальних розмірів закупівлі з урахуванням еколого-економічних факторів, вибір еколого-орієнтованих постачальників, тощо);

- 2) виробнича діяльність (визначення оптимальних режимів роботи обладнання з урахуванням еколого-економічних факторів, контроль внутрішньої складської транспортної мережі, втілення системи контролю якості з урахуванням екологічних чинників, утилізаційна діяльність);
- 3) збутова діяльність (робота з екологічно-відповідальними клієнтами, здійснення сервісного обслуговування);
- 4) транспортно-складська діяльність (екологізація транспорту, управління транспортною діяльністю з урахуванням логістичного підходу та екологічних чинників, контроль параметрів функціонування складських об'єктів).

Таким чином, система управління підприємством на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу – це сукупність взаємопов'язаних елементів, спрямована на оптимальне перетворення людських, фінансових, грошових та інших ресурсів у межах логістичного ланцюга з урахуванням екологічних чинників.

Основною платформою реалізації системи управління підприємством на основі еколого-орієнтованого логістичного підходу є логістична концепція, що повинна бути прийнята керівництвом як основний принцип, на основі якого організуються потокові процеси у логістичній системі.

Важливим етапом при здійсненні управління діяльністю підприємства є виконання контрольної функції, яка можлива при наявності системи оцінки основних показників. З позиції екологічного орієнтування логістичної діяльності необхідна розробка еколого-економічної оцінки діяльності, а також оцінка розвитку логістичної системи, в тому числі рівень залучення ресурсозберігаючих технологій.

Застосування логістичного управління з урахуванням екологічних чинників можливе у випадку застосування певного інструментарію на державному рівні, а саме [3]:

- ▶ «вуглецеві» податки, тобто такі податки, які сплачуються у разі спалювання невідновлюваного палива;

- ▶ сприяння інвестування у транспортну та логістичну інфраструктуру;
- ▶ введення стандартів паливної ефективності;
- ▶ створення конкурентних умов щодо досягнення найбезпечніших для екології умов;
- ▶ економічні програми з лімітом викидів (частково введені в Україні).

Таким чином, формування системи керівництвом підприємством, яка передбачає екологічно-орієнтоване логістичне управління, є основною умовою інтеграції сучасних вітчизняних підприємств у європейський простір. Основним пріоритетним завданням керівництва підприємств є усунення конфліктності між досягненням екологічно безпечної діяльності та оптимізації логістичних витрат.

Література

1. McKinnon A. Green logistics: Improving the environmental sustainability of logistics / A. McKinnon, S. Cullinane, A. Whiteing, M. Browne. – India : Replika Press Pvt Ltd. – 2010. – 372 p.
2. Кизим А. Современные тренды «зеленой» логистики в условиях глобализации / А. Кизим, Д. Кабертай // Логистика. – 2013. – № 1. – С. 46 – 49.
3. Мішенін Є. В. Стратегія реалізації еколого-орієнтованого логістичного управління виробничою системою підприємства/ Мішенін Є. В., Коблянська І. І., Мішеніна Н. В. // Часопис XXI. – 2015. – №3-4 (1). – С. 64 – 67.



ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК КАТЕГОРІЇ АВТОНОМНІСТЬ

Погасій Сергій Сергійович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: Pogasiy2000@rambler.ru

Традиція академічної автономії має давнє коріння. Гносеологічно її витоки сягають платонівської ідеї про братерство філософів (мудреців) як еліти світу, які в силу їх інтелектуальної і моральної досконалості можуть встановлювати власні правила поведінки. Однак поняття університету як автономного соціального інституту сформувалося на основі європейської моделі університетської автономії, що еволюціонувала від традиційної (середньовіччя), до повністю підпорядкованої и контрольованої державою [1].

Ідея університетської автономії виникла в XII ст. практично одночасно з народженням середньовічного університету. Болонський університет, який має вагомі підстави вважатися першим, був заснований 1088 р. в якості юридичної школи, а вже у 1158 р. німецький імператор Фрідріх I Барбаросса дарували Болонському університету хартію *Authentica Habita*, що мала забезпечувати правовий захист студентів. У цьому документі вперше в історії була зафіксована незалежність університету від місцевої влади. Університет являв собою сукупність двох корпорацій (*Universitas*) – студентської та професорської.

Студентська – *Universitas Scholarium* – будучи організацією, могла ефективніше домовитися з міським урядом і контролювати управління школою [2].

Професорська утворила власну асоціацію – *Universitas Magistrorum*, яка мала право екзаменувати, присвоювати докторський ступінь, брати плату за іспит. Керівним органом університету була генеральна рада, що обиралася студентами, яка, у свою чергу, обирала ректора.

Жак Ле Гофф вважає, що період стагнації університетів, починаючи з XIII ст., обумовлений перетворенням університетської корпорації

на привілейовану касту, яка живе за рахунок бенефіціарів, була пов'язана з ринковою практикою функціонування середньовічних університетських викладачів, змушених добувати засоби для існування шляхом поширення своїх знань [3]. У 1231 р. Римський Папа Григорій IX видав буллу *Parens Scientiarum*, яка, по суті, стала хартією паризького університету. Він надав університету Папський захист, свободу від місцевої церковної та міської влади і дозволив йому приймати власні закони для самоврядування [4].

Надалі гільдія паризьких вчених за підтримки Папства отримала ще ширше право - закон *Ubique docendi*. Цей привілей уповноважив університет присуджувати академічні ступені, які б визнавалися в усьому християнському світі. Григорій IX спочатку надав це право заснованому ним 1233 р. університетові в Тулузі, а пізніше поширив його на інші університети, в тому числі в Болоньї (1291) та Парижі (1292).

У Середні століття французькі університети вважалися незалежними від світської влади, перебуваючи при цьому під контролем католицької церкви. Однак у XVI Луї XIV залишив за королем призначення професорів, які повинні були давати освіту за королівським розпорядженням і французькими традиціями [5].

Отже, можна зробити висновок, що середньовічний університет отримував і відстоював автономію як привілей, який міг би забезпечити правову, політичну, економічну, але не академічну незалежність.

Лише у XIX ст. з ініціативи німецьких Університетів від професорів стали вимагати проваджувати наукові дослідження, щоб створювати й поширювати нові знання, саме під гаслом «відданість науці» 1809 року.

В. Гумбольдт заснував в Берліні новий університет, що став прототипом сучасного дослідницького університетського закладу. Гумбольдтівській університет було створено як державну інституцію (університет фінансував пруській уряд), він відрізнявся найвищими стандартами у сфері навчання й досліджень, втілені в навчальну та дослідницьку діяльність принципи академічної свободи та інституціональної автономії робили цей університетський заклад надзвичайно престижним.

Гумбольдтова модель полягає в тому, що університет – це центр освітньої системи, оскільки тут поєднуються навчання і дослідження, і, таким чином, «розплідники науки» стають також «установами загальної культури», в яких здійснюється синтез навчання та дослідження, процесу і результату, історії і розуму, філології та критики, історичної вченості і естетичного досвіду, інституційного та індивідуального [6].

Гумбольдтова модель університету закріплена у Всесвітній декларації про вищу освіту для XXI ст. (Париж, 9 Окт. 1998 р. ст. 2), – відповідно до Рекомендації про статус викладацьких кадрів закладів вищої освіти, прийнятої Генеральною конференцією ЮНЕСКО в листопаді 1997 року, являє собою основу, на якій базуються сучасні світові концептуальні моделі розвитку автономії університетів.

Література

1. Ньюмен Д. Христианство и научные изыскания // Отечественные записки. – 2003. – № 6(15.)
2. Берман Г. Дж. Западная традиция права: эпоха формирования. – М., 1994, С. 127–153.
Rashdall H. The universities of Europe in the Middle Ages. Oxford, 1936. Vol. 1. P. 87–267.
3. Ле Гофф Ж. Средневековая цивилизация // <http://vf.narod.ru>
4. Ле Гофф Ж. Интеллектуалы в Средние века. – Долгопрудный, 1997. – С. 90.
5. Денжуа Ж. Истоки централизации и абсо/ лютной власти в государстве // Логос. – 2003. – №6 (40). – С. 155.
6. Гельмгольц Г. Об академической свободе в немецких университетах // Отечественные записки. 2003. № 6 // www.yandex.ru



УДК 338.45.01

ПРОЦЕС РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Поклонська Лілія Сергіївна, аспірант,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: poklonskaya_lilia@mail.ru

Вибір інструментів реклами залежить від споживачів на яких націлена рекламна стратегія промислового підприємств. Головною відмінністю промислового споживача від інших споживачів є мета купівлі продукції. Продукція та послуги купуються з метою продажу, переробки та отримання додаткового прибутку. Промислові споживачі є більш раціональними, ніж емоційними споживачами, прийняття рішення про покупку приймається колективно після детального розрахунку вигідності договору з кожним із потенційних постачальників. Основними видами споживачів продукції виробничо-технічного призначення є такі [1]: виробничі підприємства, приватні підприємці, некомерційні установи, торгівельні організації, об'єднання підприємств.

Основними відмінностями споживачів продукції виробничо-технічного призначення є:

- ▶ їх відносно невелика кількість. Як правило, в рамках регіонального ринку кількість споживачів продукції виробничого призначення обмежена числом зареєстрованих на даній території суб'єктів господарської діяльності, в той час як потенційними покупцями споживчих товарів можуть бути все населення даного регіону, що має певний дохід;
- ▶ покупці продукції виробничо-технічного призначення в більшості випадків є кваліфікованими фахівцями технічного профілю. У теорії маркетингу такі категорії осіб носять назву «професійні покупці», ці споживачі висувають підвищені вимоги до продукції;
- ▶ у прийнятті рішення про покупку, як правило, бере участь кілька людей, включаючи керівних працівників, причому рішення обмір-

ковується протягом певного проміжку часу. Це практично виключає спонтанний попит на продукцію виробничо-технічного призначення, що вимагає додаткових збутових зусиль від виробника і продавця.

Продукція виробничо-технічного призначення відрізняється від більшості товарів споживчого попиту деякими характеристиками:

- ▶ закупка продукції виробничо-технічного призначення відбувається для виробничого споживання і бере участь у технологічному процесі, що здійснюється підприємством-споживачем, а це обумовлює необхідність оцінки якості та його відповідності пропонованим вимогам;
- ▶ продукція виробничо-технічного призначення характеризується високою ціною;
- ▶ ціна продукції виробничо-технічного призначення враховується у собівартість продукції, виробленої з її допомогою, саме тому потрібен більш ретельний аналіз цінової привабливості потенційної покупки;
- ▶ виробництво деяких видів продукції виробничо-технічного призначення має цільовий характер: виробник орієнтується на конкретного кінцевого споживача;
- ▶ товари виробничо-технічного призначення характеризуються досить низькою еластичністю попиту, що ставить виробника і продавця в більш вигідне становище порівняно зі споживачем [2].

Процес реалізації продукції виробничо-технічного призначення може бути умовно розділений на три етапи. На першому етапі потенційний покупець констатує наявність потреби в данній продукції виробничо-технічного призначення. На другому етапі приймається рішення про спосіб задоволення виниклої потреби. Аналізуються альтернативні можливості придбання продукції виробничо-технічного призначення, оцінюються існуючі продукти-аналоги і функціонує на ринку постачальники і вибирається контрагент, що пропонує оптимальні умови покупки. На цьому етапі доречне застосування продавцем реклами приносить максимальний результат. Важливо враховувати, що поведінка «професій-

них покупців» продукції виробничо-технічного призначення на ринку більш раціональна, ніж поведінка споживачів товарів споживчого попиту. У зв'язку з цим використання у промисловій рекламі раціональних економічних аргументів є найбільш доцільним. Третій етап являє собою безпосереднє укладання угоди.

При виробництві продукції виробничо-технічного призначення підприємство орієнтується на конкретного кінцевого споживача. Це викликає необхідність встановлення безпосередніх прямих взаємин з покупцем продукції.

Отже, процес реалізації продукції виробничо-технічної призначення промислових підприємств складається з трьох етапів, на *першому* етапі з'являється потреба в даній продукції, на *другому* етапі приймається рішення про спосіб задоволення виниклої потреби, *третьий* етап являє собою безпосереднє укладання угоди. Цей процес залежить від: споживачів продукції виробничо-технічного призначення, а саме: виробничих підприємств, приватних підприємств, некомерційних установ, торговельних організацій, об'єднань підприємств; основних відмінностей та характеристик, які відрізняють продукцію виробничо-технічного призначення від більшості продукції споживчого попиту.

Література

1. Мироненко І. І. Управління взаємовідносинами промислових підприємств зі споживачами в системі маркетингу : дис. ... канд. екон. наук.: 08.00.04 / Мироненко Ірина Ігорівна; Харк. нац. екон. ун-т. – Х., 2013. – 204 с.
2. Веселова О. В. Специфика производственной рекламы и её эффективность в средствах массовой информации / О. В. Веселова // Вестник ЧелГУ. 2004. №1. – С. 71 – 75.



УДК 330.341.1 (477):316.323

**ПРЕДОПРЕДЕЛЯЮЩЕЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ
ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ НА РАЗВИТИЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ**

Полякова Яна Александровна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры международной экономики и менеджмента ВЭД
Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця
e-mail: ivaksonova@mail.ru

Формирование устойчивых конкурентных позиций предприятия в долгосрочной перспективе является одной из важнейших задач современного бизнеса. Проблемы конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе изучались множеством как отечественных, так и зарубежных исследователей [1 – 5]. Наряду с традиционным подходом М. Портера, в котором систематизированы основные конкурентные силы в отрасли, этой проблемой занимались А. Юданов и Л. Раменский, дополнившие характеристики конкурентных стратегий предприятия с учетом аналогий функционирования экологических систем [1; 3]. Х. Фризвинкель и Ф. Грайм рассматривали формирование конкурентоспособности предприятия с целью изучения поведенческих механизмов, в результате чего были сформулированы рудеральные, конкурентные и стресс-толерантные конкурентные стратегии развития предприятия в долгосрочной перспективе [2; 5]. Однако, по нашему мнению, недостаточно внимания уделено вопросам влияния инновационной составляющей на формирование и развитие конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе.

Конкурентоспособность предприятия в долгосрочной перспективе представляет собой некий вектор позитивной направленности, в основе которого находится проект руководства предприятия, где изложены: базовое видение развития предприятия и механизм достижения желаемых тактических целей и задач. Реализация предприятием данного век-

тора в долгосрочной перспективе предполагает цикличное прохождение основных этапов жизненного цикла в закономерной последовательности, каждый из которых сопровождается достижением определенных конкурентных позиций предприятия и характеризуется базовыми для каждой позиции результирующими показателями оценки конкурентоспособности (рис. 1).

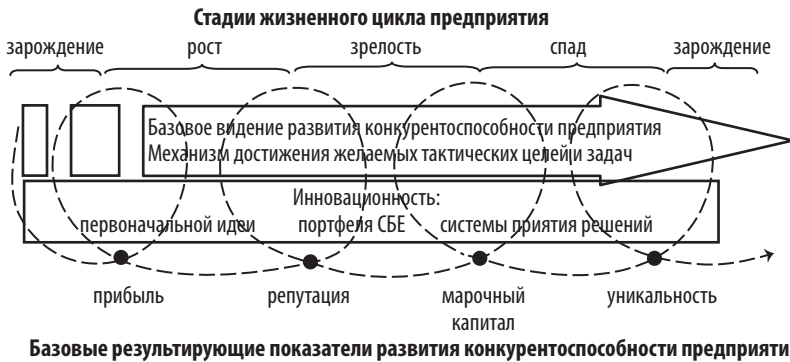


Рис. 1. Концептуальная модель воздействия инновационной составляющей на развитие конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе

Экономический оператор конкурентного рынка находится под системным воздействием общих экономических законов развития. Ввиду невозможности избежания цикличности своего развития он заинтересован в бесконечном повторении всего комплекса стадий жизненного цикла предприятия с преобладанием по продолжительности этапов, которые приносят предприятию наибольший экономический результат в каждой конкурентной позиции. Реализация данной идеи связана с необходимостью формирования концептуальной модели развития конкурентоспособности предприятия на основе включения в модель инновационной составляющей. На этапе зарождения базовыми элементами конкурентоспособности предприятия являются: ценности, на основе которых формулируется философия и миссия предприятия; внутренняя корпоративная культура, описывающая операционный механизм реализации внутренних процессов предприятия. Инновационность перво-

начальной идеи существования предприятия, ее уникальность, предопределяет развитие гибкости, а вследствие – адаптивности внутренней системы обучения, позволяющей предприятию во внешней среде осуществить качественный переход на новую стадию развития жизненного цикла предприятия – рост. Базовым результирующим показателем, характеризующим трансформацию предприятия в позиции стадии роста, является показатель устойчивой прибыльности основной и вспомогательной деятельности предприятия. Однако рост, продуцирующий высокую прибыльность предприятия, не может продолжаться бесконечно. Стадия роста предприятия предусматривает смещение акцентов активности на процессы формирования имиджа предприятия и сбалансированность диверсифицированного портфеля стратегических бизнес-единиц, что в результате обуславливает уникальность портфеля бизнес-деятельности предприятия и формирует позитивную рыночную репутацию. Переход предприятия на стадию зрелости характеризуется существенным усилением конкурентной борьбы и необходимостью удержания достигнутой конкурентной позиции. Удержание конкурентной позиции лидера рынка достигается за счет формирования властных рычагов влияния на остальных участников рынка, в частности, создания уникального (инновационного) предложения и создания властных коалиций, что является важнейшими составляющими при формировании входных барьеров. Конкурентная позиция «нишер» на данной стадии развития также достаточно защищена за счет инновационной составляющей, ориентированной на потребителя. Нишер формирует уникальное по выбранному критерию предложение, направленное на узкий целевой сегмент потребителей. Развитие конкурентоспособности претендентов на лидерство и последователей непосредственно связано с таким результирующим показателем, как марочный капитал. Именно состоятельность данного показателя характеризует возможность участников рынка, находящихся на стадии развития, продолжить конкурентную борьбу за возможность достижения цикличной смены стадий жизненного цикла развития. Стадия спада является вынужденной в деятельности предприятия, поэтому на данном этапе целесообразно сосредоточить усилия на оптимизации ее продолжительности и скорейшего перехода в стадии зарождение-рост.

Уменьшение длительности этапа «спад» происходит за счет сформированных ранее систем внутренней культуры и обучения, что способствует эффективному формированию харизматического лидера предприятия, способному взять на себя ответственность и предлагающему инновационную идею дальнейшего развития, или использованию инновационного инструментария для принятия управленческих решений на основе аккумулярованного предприятием опыта. Переход на новый этап развития жизненного цикла в очередной раз происходит на основе уникального инновационного решения, реализация которого в зависимости от его неповторимости другими участниками рынка обеспечит устойчивое развитие предприятия в долгосрочной перспективе.

Таким образом, включение инновационной составляющей в концептуальную модель формирования конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе позволяет выделить важные критерии управления конкурентоспособностью предприятия на различных стадиях жизненного цикла, разработать систему опорных показателей оценки результативности конкурентоспособности на каждой стадии жизненного цикла предприятия и разработать устойчивый механизм принятия управленческих решений в условиях интенсивной конкурентной борьбы.

Литература

1. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д. Школы стратегий. – СПб: Питер, 2000. – 330 с.
2. Юданов А. Ю. Типы конкурентных стратегий: «биологический» подход к классификации компаний //Мировая экономика и международные отношения. 1990. №10. – С. 54 – 61.
3. Гунин В. Н. Управление инновациями:17 модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 74 с.
4. Кондратьев Н. Д. Основные проблемы экономической статики и динамики. – М.: Наука. 1991. – 263 с.
5. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления / под. Ред. В. В. Попкова. – М.: Экономика, 2007. – 295 с.



УДК 378

МЕТОДОЛОГІЧНЕ ПІДГРУНТЯ ПОБУДОВИ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПОТРЕБОЮ У ФАХІВЦЯХ З ВИЩОЮ ОСВІТОЮ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Раєвська Олена Валентинівна, доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: olena.raev@gmail.com

Неубаєрова Еріка, кандидат економічних наук,
доцент, заступник декану народногосподарського факультету
Економічного університету Братислави
e-mail: erika.neubauerova@sk.euba

Наслідки всеохоплюючих глобалізаційних процесів кінця ХХ початку ХХІ століття знайшли прояви у світових та національних кризах, які створили передумови до зміни сучасної парадигми регулювання економіки та побудови нової світової економіки, яка базується на «економіці знань». Такі перетворення потребують суттєвого перегляду та удосконалення підходів, засобів і методів функціонування й розвитку всіх секторів та видів економічної діяльності національної економіки України як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі.

Ключовим елементом таких трансформацій є система вищої освіти. Вища школа зумовляє напрямки розвитку суспільства за допомогою впровадження наукових ідей, розробки новітніх технологій, вивчення та просування ефективних соціально-економічних механізмів розвитку країни, підтримує культурний рівень, інтелект і духовність суспільства [1 – 3]. Поряд з цим основною функцією системи вищої освіти є підготовка кваліфікованих фахівців з професійними компетентностями відповідно до потреб національної економіки [4]. В умовах комерціалізації вищої освіти, слабкорозвиненої інфраструктури ринку освітніх послуг, високого безробіття, особливо молодіжного, і напруженості на ринку праці, назріли серйозні суперечності між структурою випуску фахівців і реальними

потребами підприємств та організацій у кваліфікованих спеціалістах з вищою освітою.

У сучасних умовах система вищої освіти в Україні характеризується тим, що, з *одного боку*, вона достатньо розвинена в компоненті фундаментально-природничої, технічної, медичної, педагогічної, військової підготовки, а з *іншого* – надзвичайно нечутлива до змін ринкового середовища. На тлі цього перед державою постало завдання реформувати діяльність системи вищої освіти у нових соціально-політичних умовах, збалансувати її з потребами економіки і суспільства. Це передбачає вирішення низки важливіших завдань, а саме: розширення університетської автономії; розбудова системи вищої освіти в Україні на засадах загальноєвропейської системи обліку навчальної роботи студентів; посилення взаємодії вищої освіти і ринку праці; встановлення принципу рівності ВНЗ усіх форм власності та їх професорсько-викладацького складу; підвищення соціального захисту викладачів і студентів; побудова нової системи взаємовідносин між органами законодавчої влади та освітніми установами. Дієвим інструментом такого корегування є обґрунтована перебудова державного механізму управління потребою національної економіки у фахівцях з вищою освітою. Тому метою дослідження є формування елементів методологічного підґрунтя його побудови.

Виходячи з теорії управління, основними елементами методології дослідження виступають підхід, що має бути покладений в основу розробок, концепція, яка містить систему гіпотез та наукових положень дослідження, інструменти дослідження у вигляді різноманітних технологій, механізмів, моделей, методик тощо, на підставі яких здійснюється реалізація та впровадження у практику авторських розробок.

Формування адекватного світовим та національним змінам механізму державного управління потребою фахівців з вищою освітою, на наш погляд, повинен базуватися на наступних наукових підходах:

- 1) *концептуальному, процесно-функціональному* – для розробки та удосконалення методологічних засад побудови адаптивного механізму регулювання структури та якості навчання майбутніх фахівців з вищою освітою;

- 2) *системному* – для формування комплексного уявлення про існуючий досвід у вирішенні поставленої проблеми проекту та розробки авторських пропозицій;
- 3) *маркетинго-орієнтованому та ситуаційному* – для формування структури перерозподілу державного замовлення між напрямками підготовки фахівців у ВНЗ III-IV рівня акредитації;
- 4) *особистісно-орієнтованому та компетентнісному* – для розробки заходів щодо підвищення якості освіти у ВНЗ.

Поєднання виділених підходів забезпечить можливість комплексно вирішувати різноманітні проблеми системи вищої освіти у процесі її інтеграції та взаємовигідної взаємодії з суб'єктами ринку праці – споживачами особливого освітнього товару – фахівця з необхідними ринку праці компетентностями.

Критичний аналіз світових трендів розвитку системи освіти, дослідження тенденцій та специфіки розбудови системи освіти в Україні дозволили дійти до висновку, що дієвий механізм державного управління потребою у фахівцях з вищою освітою для національної економіки повинен базуватися на наступному комплексі гіпотез:

Гіпотеза 1. Стійкий соціально-економічний розвиток держави не можливий без своєчасної модернізації системи вищої освіти, спрямованої на посилення взаємозв'язку між ринком праці та ринком освітніх послуг, що є підґрунтям усунення диспропорцій між структурою випуску й якістю фахівців з вищою освітою та вимогами роботодавців, що перманентно змінюються;

Гіпотеза 2. Трансформаційні перетворення національної економіки зумовляють необхідність розробки нових чи удосконалення існуючих концептуально-методичних підходів, механізмів та модельно-інструментальних засобів усунення диспропорцій між потребами ринку праці у фахівцях з вищою освітою та їх випуском з ринку освітніх послуг;

Гіпотеза 3. Механізм управління потребою національної економіки у фахівцях з вищою освітою повинен формуватися за принципах цілеспрямованості, адаптивності, появи нових завдань, адекватності умовам господарювання, ефективності, що дозволяє сформувати спектр но-

вих інструментальних засобів, а саме: технологій, алгоритмів, методик, економіко-математичних моделей, що відбивають сучасні умови розвитку вищої школи;

Гіпотеза 4. Регулювання диспропорцій між випуском фахівців ВНЗ III–IV рівня акредитації та потребами в них з боку ринку праці має здійснюватися за допомогою дворівневої системи державного замовлення, що об'єднує зусилля Міністерства освіти та науки України та вищих навчальних закладів країни;

Гіпотеза 5. Формування компетентного фахівця, необхідного ринку праці передбачає необхідність своєчасного визначення ВНЗ поточних та стратегічних потреб працедавців відповідно до тенденцій трансформації світової та національної економіки, що дозволяє здійснювати ефективне корегування навчальних планів підготовки фахівців;

Гіпотеза 6. Корегування та перерозподіл державного замовлення між напрямками підготовки та спеціальностями в межах ВНЗ має базуватися на використанні сучасного економіко-математичного інструментарію з урахуванням освітньої спрямованості ВНЗ.

Наведені гіпотези зумовлюють основні функції та структуру механізму. Враховуючи, що процес управління потребою у фахівцях з вищою освітою безпосередньо торкається інтересів суб'єктів трьох взаємоз'язаних ринків – ринку праці, ринку освітніх уподобань населення та ринку освітніх послуг, в якості основних функцій, на що має бути спрямовано функціонування механізм державного управління виділено:

- ▶ функцію діагностики, тобто систематичний збір та обробка інформації про потреби у фахівцях з вищою освітою на ринку праці, виходячи зі зміни споживчих переваг в освіті населення, а також структурних змін економіки;
- ▶ функцію прогнозування, а саме, визначення перспективної потреби в кадрах з вищою освітою з урахуванням змін у структурі економіки, попиту на певні професії, демографічної ситуації у країні;
- ▶ функції регулювання, тобто розробка комплексу коригуючих заходів щодо усунення диспропорцій між попитом і пропозицією на фахівців з вищою освітою.

Завдяки ефективному виконанню цих функції має бути отримана своєчасна та достовірна інформація щодо зміни інтересів споживачів освітніх послуг, а саме, працевластців та населення, визначення тактичних та стратегічних пріоритетів розвитку національної економіки, зрушень та тенденцій зміни демографічної ситуації у країні, потенціальних та реальних можливостей реагування вищих навчальних закладів на ці трансформації тощо, тобто буде сформоване інформаційне підґрунтя для прийняття обґрунтованих й дієвих управлінських рішень з адаптації системи вищої освіти до потреб національної економіки та суспільства.

Структурно-функціональну модель механізму управління потребою у фахівцях з вищою освітою пропонується представити у вигляді наступного кортежу $M_{manag.} = \langle M_{Diagn.}, M_{Forecast.}, M_{Regul.} \rangle$, тобто як сукупність субмеханізмів, а саме, субмеханізму діагностики ($M_{Diagn.}$), субмеханізму прогнозування ($M_{Forecast.}$) та субмеханізму регулювання ($M_{Regul.}$) ринку праці, ринку освітніх уподобань населення та ринку освітніх послуг.

Таким чином, запропонований методологічний апарат дозволить лише сформуванню механізму управління забезпеченістю економіки України у фахівцях з вищою освітою, але й сприятиме розробці якісних та своєчасних рішень з усунення диспропорцій

Література

1. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні / Нац. акад. ред. наук України : [авт. В. П. Андрущенко, І. Д. Бех, М. І. Бурда та ін.]; за заг. ред. В. Г. Кременя. – К. : Пед. думка, 2011. – 303 с.
2. Освіта і наука в інноваційному розвитку сучасної Європи. Аналітична доповідь / С. І. Здіорук, М. М. Карпенко, І. В. Богачевська, С. О. Зубченко, А. Ю. Іщенко, В. С. Лозовий. – Київ: НІСД, 2013. – 103 с.
3. Красняков Є. Державна освітня політика: сутність поняття, системність, історико-політичні аспекти [Електронний ресурс] / Євген Красняков // Журнал Верховної Ради України «Віче», 2011. – №20. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/2757/>
4. Проблеми підготовки компетентних економістів та менеджерів в Україні: монографія / В. С. Пономаренко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2012. – 327 с.



УДК 37.005.33

АВТОНОМНІСТЬ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ УКРАЇНИ

Свидло Ганна Ігорівна, кандидат економічних наук,
викладач кафедри статистики та економічного прогнозування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: annanaumova84@mail.ru

У сучасних умовах розвитку держави та суспільства виникає гостра потреба у наданні конкурентних переваг випускникам вищих навчальних закладів України, які дадуть їм можливість бути рівноправними учасниками міжнародного ринку вакансій. Дана потреба може бути задоволена за умов створення конкурентоспроможної системи освіти, яка повинна ґрунтуватися на принципах єдності стандартів академічних кваліфікацій та національних стандартів якості освіти України.

Основним кроком у процесі модернізації та розвитку вітчизняної вищої школи є приєднання України до Болонського процесу, який ґрунтується на вищезазначених принципах. Затримка позитивного результату від впровадження Болонського процесу в систему освіти України пояснюється основними факторами впливу на вищі навчальні заклади, а саме: обмежена автономність та залежність від центральних органів влади. Базуючись на вищесказаному, можна стверджувати, що вивчення питання стосовно присвоєння автономності вищим навчальним закладам є актуальним.

Проблеми впровадження автономності у вищих навчальних закладах розглянуті у працях таких вчених: В. Виноградової, О. Гаращук, А. Здищук, А. Кольт, В. Сафоновой та ін. Однак дискусійним залишаються питання щодо прав та обов'язків вищих навчальних закладів у сфері самоврядування та фінансування.

Розвиток демократичних відносин у вищих навчальних закладах світу базується на їх автономності та обґрунтованій незалежності від дер-

жавних органів влади. Основні принципи діяльності вищої школи країн Європи та світу відображені у документі «Велика Хартія Університетів», який був підписаний 18 вересня 1988 року 388 ректорами та керівниками університетів, а саме [4]:

- ▶ університет є самостійною установою, що створює, вивчає, оцінює та передає культуру за допомогою досліджень і навчання морально й інтелектуально незалежно від політичної та економічної влади;
- ▶ викладання і дослідницька робота повинні відповідати потребам суспільства та досягненням у науковому знанні;
- ▶ гарантування свободи в дослідницькій та викладацькій діяльності;
- ▶ забезпечення досягнення універсального знання та задоволення потреби взаємного пізнання і взаємодії різних культур.

Таким чином, надання свобод у сфері науки та фінансування вищим навчальним закладам формує ринкові відносини та забезпечує конкурентну боротьбу між ними, що, у свою чергу, стимулює вдосконалення університетської освіти. Тобто ринкові механізми значніше сприятимуть підвищенню ефективності управління університету ніж органи державної влади.

Основні напрямки розвитку систем вищої освіти слід розглядати на прикладі розвинених країн світу.

Так, у Сполученому Королівстві Великобританії університети – це організації, що створені відповідно до королівської хартії і мають значну автономію.

Особливостями функціонування університетів у Великобританії є:

- ▶ власна структура управління;
- ▶ громадськість бере участь у вирішенні фінансових питань;
- ▶ наявність скарбника, який відповідає за фінансовий стан вищого навчального закладу;
- ▶ рішення, що приймаються університетським правлінням, повинні враховувати національні потреби та можливості.

Отже, побудова діяльності вищих навчальних закладів Великобританії спрямована на підвищення якості освіти за рахунок незаангажованості

професорсько-викладацького складу університету та зменшення впливу політичної та економічної влади на прийняття управлінських рішень в університеті в рамках чинного законодавства та національних інтересів.

Аналізуючи досвід розвитку автономії вищої школи Франції, слід звернути увагу на такі положення взаємодії держави та університетів:

- ▶ університет має статус юридичної особи, що є автономною у адміністративній та фінансовій діяльності, навчальній та науково-дослідній сферах;
- ▶ органи державного управління та університету регулюють відносини відповідно до угод (контрактів), що складаються між ними;
- ▶ держава контролює фінансування вищих навчальних закладів, а також виділення викладацьких вакансій;
- ▶ університет відповідає за якісний розвиток наукових досліджень та вищої освіти загалом;
- ▶ структура вищих навчальних закладів, навчальні плани та програми визначаються інструкціями міністерства національної освіти [3].

Виходячи з вищезазначеного, діяльність вищих навчальних закладів Франції значною мірою залежить від органів центральної влади. Однак істотною особливістю управління університетами є децентралізація. Сучасна побудова національної освіти Франції базується на наукових академіях, які включають у себе адміністративно-територіальні адміністрації, що в свою чергу забезпечує перерозподіл обов'язків та відповідальності між місцевими органами влади та державою.

Досвід Сполучених Штатів Америки (США) базується на наданні автономності вищим навчальним закладам.

Особливість автономності університетів США полягає у наданні академічних свобод, які досягаються за рахунок виконання своїх функцій вищим навчальним закладом та при наявності джерел фінансування (недержавних), що, у свою чергу, забезпечує університету повну свободу у здійсненні досліджень, обговорені та публікації їх результатів.

В Україні автономність передбачена Законом України «Про освіту» ст. 46 «Автономія вищого навчального закладу – це самостійність, не-

залежність і відповідальність вищого навчального закладу у прийнятті рішень стосовно розвитку академічних свобод, організації наукових досліджень, освітнього процесу, внутрішнього управління, економічної та іншої діяльності, самостійного добору і розстановки кадрів у межах, передбачених цим Законом» [2].

Врахування світового досвіду впровадження автономності у вищу школу та побудова національних принципів самоврядування в Україні сприятиме:

- ▶ реалізації курсу України на європейську інтеграцію;
- ▶ підвищенню якості підготовки фахівців, їх конкурентоспроможності та відповідальності перед суспільством;
- ▶ підвищенню стандартів інтелектуальної творчості;
- ▶ реальному зв'язку академічної та університетської науки.

Література

1. Закону України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page2>
2. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1060-12/page2>
3. Карпенко М. Проблеми і перспективи автономізації українських ВНЗ в контексті європейського досвіду університетської автономії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/7.htm>
4. Observatory Magna Charta Universitatum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.magna-charta.org/magna-charta-universitatum>



УДК 004:35.073.53

ВПРОВАДЖЕННЯ ЕЛЕКТРОННИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Севостьянова Ганна Сергіївна, аспірант

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

e-mail: anna1sevastjanova@gmail.com

Підписання 27 червня 2014 року Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом стало стартовою точкою для початку активного реформування вітчизняної економіки. Не осторонь залишилася і реформа державних закупівель, яка має для України макроекономічне значення. Вона не лише дозволить економити бюджетні кошти та запобігти корупції у сфері закупівель, але й наблизить Україну до кращої світової практики ведення бізнесу.

Реформа державних закупівель розпочалась зі створення пілотної системи ProZorro у лютому 2015 р. ProZorro – інноваційний пілотний проєкт реформи державних закупівель, який створений групою громадянських активістів у партнерстві із приватними електронними майданчиками, які увійшли до проєкту, та при підтримці Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

20 травня 2015 року прийнято розпорядження Кабінету Міністрів України № 501-р «Про реалізацію пілотного проєкту щодо впровадження процедури електронних закупівель товарів».

Пунктом 1 розпорядження Кабінету Міністрів України від 20 травня 2015 року № 501 «Про реалізацію пілотного проєкту щодо впровадження процедури електронних закупівель товарів» передбачається реалізація пілотного проєкту щодо впровадження процедури електронних закупівель товарів, вартість яких не перевищує суму, визначену Законом України «Про здійснення державних закупівель» [3].

На теперішній час до системи ProZorro приєдналося понад 300 державних замовників. Серед них ряд Міністерств України, Національний

Банк України, майже тринадцять областей України, державні підприємства, комунальні підприємства, установи тощо.

Кількість постачальників, які взяли участь у торгах, наближається до 1500, кількість зареєстрованих закупівель у системі майже 4500 на суму 1,2 млрд грн. При цьому очікувана економія по 1860 закупівлях складає майже 73 млн грн [4].

Не осторонь залишилось і місто Харків. Рішенням виконавчого комітету від 7 жовтня 2015 р. № 613 «Про участь у пілотному проекті щодо впровадження процедури електронних закупівель товарів» [5] було прийнято про приєднання апарату Харківської міської ради та виконавчого комітету до пілотного проекту щодо процедури електронних закупівель товарів, вартість яких не перевищує суму, визначеної статтею 2 Закону України «Про здійснення державних закупівель» [2].

На теперішній час підготовлено проект рішення виконавчого комітету Харківської міської ради щодо затвердження Положення про порядок придбання товарів у рамках пілотного проекту щодо впровадження системи електронних закупівель, який відповідно до статей 9, 13 Закону України від 11.09.2003 № 1160-IV «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [1] та з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань буде оприлюднено в газеті «Харьковские известия».

Впровадження електронних закупівель як для міста Харкова, так і для всієї України буде мати такі позитивні аспекти: підвищення рівня довіри бізнесу до влади; відкритість та прозорість використання бюджетних коштів; запобігання проявам корупції; підвищення рівня конкуренції серед суб'єктів господарювання, фізичних осіб; економії бюджетних коштів тощо.

Поряд з перевагами впровадження електронних закупівель існують ризики, пов'язані з їх інноваційним характером. Відсутність законодавчої регламентації електронних закупівель, закріпленого механізму їх проведення та вирішення спорів між суб'єктами господарювання, фізичних осіб як учасників, з *одного боку*, та замовників – з *іншого*, при проведенні закупівель гальмує процес переходу до електронних закупівель всіх регі-

онів України. Вирішальним чинником в цьому питанні відіграють виїзні навчальні семінари, які проводять Міністерство економічного розвитку і торгівлі разом з командою ProZorro.

Таким чином, для того щоб електронні закупівлі вийшли на ефективний рівень універсального застосування необхідно врегулювати цю сферу на законодавчому рівні, прийнявши окремий Закон України про електронні закупівлі, який буде враховувати результати використання як самої системи ProZorro, так і досвід всіх користувачів системи.

Література

1. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>
2. Закон України «Про здійснення державних закупівель» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1197-18>
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 20.05.2015 № 501-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/501-2015-%D1%80>
4. Офіційне інтернет-представництво Президента України Петра Порошенка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.president.gov.ua/news/reforma-derzhavnih-zakupivel-uvijshla-v-zakonotvorchu-fazu-d-35742
5. Реєстр актів Харківської міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reestr.tk/643996>



СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОГО УСТРОЮ

Семигуліна Ірина Борисівна, молодший науковий співробітник
Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
e-mail: ndc_ipr@ukr.net

Одним із головних напрямів усунення міжрегіональної диференціації та подолання проблем регіонального розвитку в Україні є реформа її адміністративно-територіального устрою (далі АТУ).

Недоліки сучасної системи адміністративно-територіального устрою України полягають у наступному:

- ▶ невідповідність АТУ України структурі, прийнятій в ЄС (4-х ступенева структура, наявність адміністративно-територіальних одиниць проміжних рівнів) [8];
- ▶ занадто велика подрібненість території (області поділяються на райони та міста обласного значення; райони поділяються на сільські ради, селищні ради та міста районного значення; міста обласного значення поділяються на районні міста, сільські ради, селищні ради та міста районного значення) (рис. 1);
- ▶ відсутність фінансового потенціалу для розвитку регіонів (частка міжбюджетних трансфертів у доходах місцевих бюджетів в 2013 –2014 рр. складала більше 50%, при нормі в розвинених країнах – до 40%) [9];
- ▶ значна між- та внутрішньорегіональна диференціація показників соціально-економічного розвитку території (наприклад, обсяг промислового виробництва м. Харкова в 25 разів перевищує обсяг промислового виробництва м. Лозової, що є промисловим біцентром області).

Ці негативні явища не можуть бути вирішені тільки шляхом впорядкування територіальної структури за принципом вирівнювання площі,



Рис. 1. Непропорційність адміністративно-територіального устрою України станом на 01.01.2014 [9]

чисельності населення з адаптацією до досвіду ЄС або інших країн. Головною проблемою, яка має бути вирішена в рамках модернізації АТУ, є створення умов для активізації їх саморозвитку.

Актуальність реформування системи АТУ України полягає у:

- ▶ необхідності децентралізації для забезпечення умов саморозвитку з використанням внутрішнього потенціалу та подолання соціально-економічних проблем регіонів;
- ▶ усуненні суперечностей у системі адміністративно-територіальних одиниць та упорядкування їх у відповідності до європейських стандартів;
- ▶ створенні базового рівня адміністративно-територіальних одиниць, наділених реальними повноваженнями у сфері управління територіальним розвитком;
- ▶ введенні системи NUTS та створенні фондів для фінансування потреб регіонального розвитку [8];
- ▶ збалансуванні функцій державного управління та місцевого самоврядування.

Ігнорування проблеми призведе до подальшої диференціації соціально-економічного розвитку регіонів країни та зростання соціальної на-

пруженості в них, а також ускладнить застосування досвіду ЄС у сфері регіонального розвитку.

Для вирішення завдань реформування адміністративно-територіального устрою Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, обласним державним адміністраціям, органам місцевого самоврядування із залученням наукових організацій НАН України та експертів необхідно забезпечити розробку та прийняття нормативно-правових актів щодо:

- ▶ внесення змін до Конституції України, Закону України «Про місцеве самоврядування», інших законодавчих актів у частині нової системи адміністративно-територіального поділу країни, визначення повноважень органів місцевого самоврядування, обласних і районних державних адміністрацій, фінансового забезпечення діяльності на основі бюджетно-податкової децентралізації [1–7];
- ▶ визначення оптимальності АТУ та просторової компактності кожного регіону, з урахуванням досвіду країн ЄС щодо системи регіонального поділу NUTS [8];
- ▶ визначення і оцінки потенціалу територіальних громад та пріоритетних напрямків його реалізації для розвитку;
- ▶ оцінки регіонального потенціалу, рівня економічного та соціального розвитку регіонів, для створення точок економічного зростання, зокрема в проблемних регіонах країни.

Література

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254/96-ВР / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
2. Закон України «Про місцеве самоврядування» від 21.05.1997 №280/97-ВР / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
3. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» від 23.03.2000 № 1602–III / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
4. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005 № 2850–IV / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
5. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 05.02.2015 № 156–VIII / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 6 серпня 2014 р. № 385 / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про розроблення прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку та складання проекту державного бюджету» від 26.04.2003 № 621 / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

8. Сайт Євростат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/europe_2020_indicators/headline_indicators.

9. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>



УДК 338.24

ПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ В МІЖНАРОДНИХ РЕЙТИНГАХ, ЯКІ ОЦІНЮЮТЬ СФЕРУ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Сеніна Анастасія Олександрівна, аспірант,
кафедри оподаткування
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: nastya_senina@mail.ru

Одним з показників ефективності регуляторної політики держави є місце, яке країна посідає в тій чи іншій сфері в порівнянні з іншими країнами світу за певними показниками. Оцінити результати, які є наслідком регуляторної політики держави у сфері адміністративних послуг, можна завдяки аналізу позицій України в цій сфері в міжнародних рейтингах та індексах. На *рис. 1* наведені міжнародні рейтинги та індекси, складовими яких є оцінка якості надання адміністративних послуг як суб'єктам господарювання, так і фізичним особам.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ



Рис. 1. Міжнародні рейтинги та індекси, які оцінюють сферу адміністративних послуг

Порівнявши позиції України за міжнародними рейтингами, за даними 2010 – 2015 рр., можна спостерігати різноспрямовані тенденції (рис. 2).

За Індексом глобальної конкурентоспроможності [3] на 2015 рік Україна займає 76 позицію зі 144 країн, що на 8 позицій краще, ніж у 2014 році. Однак Україна значно поступається рівнем конкурентоспро-

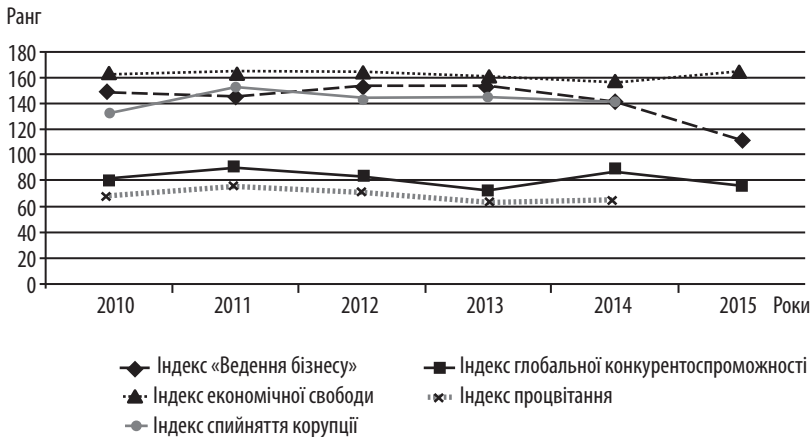


Рис. 2. Динаміка показників України за 2010 – 2015 рр. у міжнародних рейтингах

можності країнам-членам ЄС. За підсумками рейтингу «Ведення бізнесу 2015» [2] у порівнянні з результатами за 2014 р. Україна поліпшила свої позиції на 28 пунктів, що говорить про певний прогрес у сфері дерегуляції господарської діяльності. За Індексом економічної свободи [1] у 2015 році Україна посіла 162 місце серед 178 країн світу, що на 7 позицій гірше, ніж у 2014 році, і це найгірший показник серед країн ЄС. За Індексом процвітання [4] у 2014 році Україна посіла 63 місце серед 142 країн світу, що на 1 позицію краще, ніж у 2013 році, але це все-таки залишається найгіршим показником серед країн ЄС. За Індексом сприйняття корупції [5] у 2014 році Україна посіла 142 місце серед 175 країн світу, що на 2 позиції краще, ніж у 2013 році. Широке поширення корупції в органах державної влади не дає змогу наблизитись Україні за цим показником до країн ЄС.

Співставлення у світових рейтингах України з іншими країнами дозволило визначити наступні позитивні результати та проблемні аспекти у сфері адміністративних послуг (табл. 1).

Таблиця 1

Позитивні результати та невирішені проблеми регуляторної політики держави в сфері адміністративних послуг станом на 2015 р.

Сфера	Позитивні результати	Невирішені проблеми
Реєстраційна система	<ul style="list-style-type: none"> ▷ зниження вартості адміністративних послуг з реєстрації бізнесу та нерухомого майна; ▷ скорочення кількості процедур реєстрації бізнесу та власності; ▷ зменшення часу для здійснення зазначених реєстраційних дій; ▷ наближення адміністративних послуг з реєстрації бізнесу та права власності на майно до суб'єктів господарської діяльності через передачу повноважень щодо надання цих адміністративних послуг Центрам надання адміністративних послуг, які функціонують в режимі «єдине вікно» 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ значна тривалість та велика кількість процедур реєстрації бізнесу в порівнянні з країнами ЄС; ▷ значна кількість процедур для реєстрації власності; ▷ зменшення частки поверненого капіталу кредиторам та високі витрати підприємств під час процедури банкрутства
Дозвільна система та ліцензування	<ul style="list-style-type: none"> ▷ зниження вартості процедури підключення до мережі електропостачання на 14 долари; ▷ зниження кількості процедур для підключення до мережі електропостачання на 1 процедуру; ▷ скорочення терміну підключення до мережі електропостачання на 7 днів; ▷ зменшення кількості процедур для отримання дозволу на будівництво на 10 процедур; ▷ скорочення часу (в середньому на 302 дні) та вартості (на 65% від доходу на душу населення) отримання дозволу на будівництво 	<ul style="list-style-type: none"> ▷ значні часові витрати на отримання дозволу на будівництво; ▷ висока вартість процедури отримання дозволу на будівництво; ▷ низький рівень автоматизації, що проявлено великою кількістю процедур та значним терміном реалізації підключення до електроенергії

Першочерговими завданнями, які потребують вирішення, для зміцнення конкурентоспроможності України та підвищення її в міжнародних рейтингах залишаються завдання значного спрощення законодавства у сфері адміністративних послуг, удосконалення процедур надання ад-

міністративних послуг, прискорений розвиток електронного врядування для надання адміністративних послуг в електронному виді, подальша розбудова мережі інтегрованих офісів – центрів надання адміністративних послуг та передача до їх компетенції більшої кількості найпопулярніших адміністративних послуг.

Література

1. Рейтинг стран мира по уровню экономической свободы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/explore>.

2. Doing Business 2015 Going Beyond Efficiency [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2015>.

3. Global Competitiveness Report за даними World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2014-2015/>.

4. The Legatum Prosperity Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prosperity.com/#!/ranking>.

5. Индекс восприятия коррупции [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.transparency.org/cpi2014/>.



УДК 005.412:621

ОСНОВНІ ВИДИ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ

Сігасва Тетяна Євгенівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: sigaeva31@mail.ru

Результативність інвестиційних процесів багато у чому залежить від активності обміну інформацією між суб'єктом і об'єктом капіталовкладень. Узагальнюючи існуюче уявлення про інформаційну взаємодію, можна за-

значити, що вона є процесом обміну інформацією між двома або більше суб'єктами з метою зміни уявлень хоча б про одного з них, універсальною формою руху, розвитку й визначає існування суб'єктів, що обмінюються інформацією.

Вирішення соціально-економічних проблем програм дозволить партнерам скоротити підготовчі роботи при заключенні контрактів, тобто мінімізувати традиційні витрати, що в цілому здійснить позитивний вплив на показники економічної ефективності інвестиційного процесу. Даний аспект є надзвичайно важливим в сучасних умовах, коли економічне позиціонування великих фінансово значних інвесторів практично завершується, і вирішення проблеми максимізації економічної ефективності інвестиційної діяльності варто шукати не стільки в області економічної діяльності, скільки у сфері соціально-психологічних інновацій, що використовуються в усіх аспектах людської активності.

Моделювання поведінки партнерів у процесі підготовки та безпосереднього інвестування дозволить удосконалити взаємодію агентів інвестиційного ринку і на цій основі підвищити ефективність капіталовкладень.

Оскільки менеджери, власники підприємств та інвестори приймають управлінські рішення на основі моделей поведінки, типовими в інвестиційній ситуації є такі стратегії поведінки.

1. Вибір стратегії «відходу в тінь», що є оптимальною для формального лідера. Така стратегія припускає, що формальний лідер дає згоду на прояв лідерських якостей кожному. При цьому він бере участь в обговоренні всіх заходів щодо інвестиційної діяльності, ведення переговорів, на правах учасника середньої ланки. Однак санкціонована передача лідерства дозволяє йому підтримати репутацію лідера, зберегти імідж ліберала, який не заважає іншим суб'єктам інвестиційної діяльності виявляти свої переваги.

Таким чином, він ніби визнає, що головне – ефективний, тобто позитивний результат і участь всіх, хто вважає себе належним до групи. Він готовий на певний час «зійти з п'єдесталу», якщо це потрібно для справи. У реальній ситуації це завжди викликає повагу.

2. Друга стратегія – «перенос ролей». В кожному акторі, за твердженням Е. Берна, живе три «Я»: «дорослий, батько і дитина».

При правильному розподілі ролей для рішення конкретної ситуації інвестор може призначити відповідальним за проведення переговорів від своєї сторони того, хто більш за все підходить за двома ознаками:

- ▷ психологічній: акцент робиться на домінуванні ролі «дорослого, батька, дитини»;
- ▷ професійній: у даній ситуації найбільш значущою стає роль, наприклад, корпоративного психолога, іміджмейкера, головного бухгалтера, фахівця з комп'ютерних технологій і т. ін.

3. Третя стратегія – стратегія побудови «нового стереотипу». Під такою стратегією доцільно розуміти організацію поведінки на основі незвичайного стимулу, мотиву, враховуючи, що мотив – це «складне психологічне утворення, що спонукає до свідомих дій і вчинків і служить для них підставою».

Перш ніж пропонувати моделі нового стереотипу й описувати принципи їх побудови, слід зазначити, що важливо те, наскільки актори-суб'єкти інвестиційної діяльності є орієнтованими на себе, орієнтованими на досягнення цілей інвестування чи орієнтованими на взаємодію.

Самоорієнтовний актор більше піклується про свій успіх в якості лідера. Орієнтований на досягнення цілей актор – суб'єкт інвестиційної діяльності намагається проявити лідерські якості, тільки якщо задачі привабливі й обіцяють йому успіх і винагороду, яка може бути не тільки матеріальною, але й соціальною, наприклад, схвалення, гарна репутація або імідж професіонала і т. ін. Орієнтований на взаємодію актор виступить лідером, коли труднощі взаємодії виникнуть самі, і він побачить, що в змозі справитися з ними.

Моделі побудови «нового стереотипу» суб'єктів інвестування можуть бути такими.

1. «Зміна узагальненого соціального статусу».

Під статусом розуміється стійке положення всередині соціально-економічної системи, тобто інвестиційного ринку, пов'язане з певними

очікуваннями, правами й обов'язками. Для поліпшення соціального статусу пропонується підвищення відповідальності у процесі підготовки інвестиційних рішень.

2. «Дотримання передового досвіду».

Наведений стереотип привалює тільки на основі кількарізних експериментів і позитивних результатів участі в переговорах щодо інвестування або в самому процесі. Такий стереотип «ламається» при першій невдачі.

3. «Пропозиція неможливого».

У процесі проведення переговорів про участь в інвестиційному проєкті частим явищем стає неординарність, що проявляється в несумісності. Наприклад, висловлюється пропозиція виступити в якості інвестора, у той час як зайвих матеріальних коштів немає. Це може бути інтерпретовано як стратегічна ціль актора.

4. «Тренінг на основі конкретно заданих моделей під керівництвом корпоративного модератора, який виконує роль арбітра».

Такі тренінги доцільно проводити постійно з метою набуття передового досвіду в інвестиційній діяльності.

5. «Розвиток ігрової поведінки».

Такі моделі ігрової поведінки починаються з припущень на основі власного досвіду, досвіду групи, досвіду конкурентів, досвіду партнерів. В інвестуванні досвід є підґрунтям для оцінювання вигідності інвестиційних пропозицій.

Розробка й реалізація стратегій організаційної поведінки дає можливість не тільки зробити висновки з набутого професійного досвіду, передбачати та прогнозувати успіхи або невдачі заздалегідь, але й розвиває активність всіх акторів – суб'єктів інвестування. При цьому творча активність суб'єктів інвестування оцінюється колективно, що, з *одного боку*, вимагає значної відповідальності від кожного, хто виступає в ролі керівника інвестиційного проєкту або керівника зі статусом, а з *іншого боку*, згодом формує довіру кожного, хто буде використовувати досвід таких стратегій.

Література

1. Павленко А. Ф. Маркетинговые коммуникации: современная теория и практика : монография / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, Т. О. Примак. – К. : КНЕУ, 2005. – 408 с.
2. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – М. : Изд. «Рефл-бук»; К.: Изд. «Ваклер». – 2001. – 352 с.
3. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади : наукове видання. – Харків : Вид. ХДЕУ, 2004. – 472 с.



УДК 339.13

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ІННОВАЦІЯМИ У СФЕРІ ЕКОНОМІЧНОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Струпинська Наталія Василівна, кандидат економічних наук,
викладач кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства,
начальник відділу маркетингу та корпоративних комунікацій
e-mail: strupynska@hneu.edu.ua

Бардакова Еліна Валеріївна, заступник начальника
відділу маркетингу та корпоративних комунікацій
e-mail: daffy_angel@mail.ru

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

«В економіці все впливає на все, причому більш ніж в одному відношенні» [1].

Змагання України за визнання її конкурентоспроможності у сфері сучасної науки в останні роки поступово виснажується. За роки незалежності країни наука втратила функції впливу на її соціально-економічний розвиток, до критичного рівня знизився показник вітчизняного науково-технічного потенціалу, що стало загрозою національній безпеці України [5].

Сучасними тенденціями розвитку провідних країн світу є формування інноваційної економіки, заснованої на знаннях, новаціях, на доброзичливому сприйнятті нових ідей та технологій, на готовності їх практичної реалізації в різних сферах людської діяльності. За результатами дослідження індексу економіки знань, проведеного фахівцями Інституту Світового банку, Україна у 2012 р. посідала 56 місце (із 5,73 балами з 10) серед 145 країн [2]. Цей показник є значно нижчим у порівнянні з роками ХІХ ст. Проте, зважаючи на впровадження багатьох видів інновацій у сфері освіти та їх зростаючу кількість, постає проблема ефективності управління останніми. При цьому необхідне виокремлення маркетингових інновацій, як одного з головних чинників досягнення конкурентоспроможності економічної освіти [4].

На початку ХХІ століття проблема впровадження маркетингових інновацій у сфері освітніх послуг та управління інноваціями набуває все більшої актуальності та розглядається багатьма дослідниками та вченими. В Росії та країнах зарубіжжя це питання підіймали такі вчені та дослідники, як В. Алексунін, М. Бітнер, Н. Вудкок, В. Галкіна, П. Гембл, І. Глущенко, Н. Кельчевська, Ф. Котлер, І. Котляревська, Ф. Ніксон, Б. Санто, Д. Сондерс, Р. Уотерман, Й. Шумпетер та ін. В Україні висвітлювали дану проблему вчені та дослідники О. Євтух, В. Євтушевський, В. Кардаш, О. Кратт, Н. Кубишина, О. Олійник, О. Пашук, Н. Чухрай, О. Шаповалова та ін. Багато наукових дослідів акцентовано на теоретичні засади управління маркетинговими інноваціями у сфері освіти. Представлена інформація з різних джерел також є розрізною та не систематизованою. Тож перед нами існує проблема формування ефективного управління маркетинговими інноваціями у сфері економічної освіти.

Для успішного вирішення цієї проблеми було поставлено такі задачі: систематизувати наукові знання про управління маркетинговими інноваціями у сфері сучасної економічної освіти України; обґрунтувати сутність та окремі складники понять маркетингових інновацій у сфері економічних освітніх закладів України та управління маркетинговими інноваціями; проаналізувати ефективність управління маркетинговими інноваціями освіти у світі й визначити їх доцільність використання у галузі

економічної освіти України; визначити та обґрунтувати проблему формування ефективного управління маркетинговими інноваціями економічної освіти України.

Управління інноваційною діяльністю складається із взаємопов'язаних функцій, які залежно від обставин можуть здійснюватися одночасно або в певній послідовності. Під функціями управління розуміють вид діяльності, яка необхідна для реалізації загальних завдань управління інноваціями [6].

Згідно з функцією прогнозування, ефективне управління маркетинговими інноваціями економічної освіти значною мірою залежить від визначення актуальних маркетингових інновацій та якості їх використання у даній освіті. Такі умови повинні виступати чинником конкурентоспроможності галузі економіки держави [3].

На сучасному ринку освітніх послуг маркетингові інновації стосуються, в першу чергу, залучення потенційних абітурієнтів за допомогою новітніх комунікаційних технологій, що дозволять ефективніше охопити цільову аудиторію. До таких відносять Інтернет-маркетинг, який на сьогодні представлений великою різноманітністю методів просування освітніх послуг у мережі Інтернет [6]. Економічні вузи України широко використовують цей вид інновацій (кожен вуз має свій сайт, електронну пошту, сторінки у соцмережа, та ін.).

Event-маркетинг також широко використовують провідні економічні ВНЗ. України для ефективного просування освітніх послуг на ринок. Приклад цьому науковій прес-конференції, виставки, презентації, вечірки для партнерів і клієнтів.

Ще одним видом маркетингових інновацій на ринку освітніх послуг є краудсорсинг. Краудсорсинг (англ. *crowdsourcing*, *crowd* – натовп і *sourcing* – використання ресурсів) – передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб без заключення трудової угоди на основі публічної оферти. В Україні тільки починає розвиватися. Прикладом цьому може бути великий банк ідей – <http://biggggidea.com/> – сайт, на якому діляться ідеями у багатьох сферах, включаючи освіту та економіку України.

Також на сьогодні у практиці маркетологи часто використовують новий спосіб просування товарів на ринок, який називають вірусним маркетингом. Проте в освіті України він майже не зустрічається.

На нашу думку, у проблемі формування ефективного управління інноваційною діяльністю сфери економічної освіти на сьогоднішній час доцільно використати бенчмаркінг освітніх досягнень країн Європи та Заходу.

Бенчмаркінг (від англ. *Benchmarking*) – це процес визначення, розуміння й адаптації до існуючих прикладів ефективного функціонування організації з метою покращення власної діяльності. Він містить два процеси: оцінювання і співставлення. В Україні бенчмаркінг є новинкою, адже ще досить мало використовується в бізнесі, не кажучи вже про освіту, де відслідковуються лише перші кроки у цій сфері. Проте використання бенчмаркінгу може дати ряд переваг для ВНЗ: можливість проаналізувати свої сильні та слабкі сторони; цілеспрямоване вивчення ВНЗ-лідерів дозволить визначитися зі стратегічними орієнтирами для того, щоб знаходитися завжди попереду; отримання нових ідей як в організації навчального процесу, так і в сфері маркетингу освітніх послуг; регулярний бенчмаркінг дозволить відслідковувати дії конкурентів і відповідно діяти; бенчмаркінг представить альтернативу традиційному стратегічному плануванню, що дозволить перейти до планування на основі показників конкурентів [6].

Отже, сучасні маркетингові інновації на ринку економічної освіти в більшій мірі складаються з використання інтернет-маркетингу та event-маркетингу. На нашу думку, актуальним буде впровадження бенчмаркінгу в освіту економічних ВНЗ. Завдяки цьому процесу ми зможемо досягти ефективного управління маркетинговими інноваціями у сфері економічної освіти.

Література

1. A Dictionary of economic quotations / compiled by Simon James. – London: Croom Helm; Totowa, New Jersey: Barnes & Noble, 1981. – 244 p.
2. Knowledge Economy Index (World Bank), 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knoema.ru/WBKEI2013/knowledge-economy-index-world-bank-2012>

3. Євтух М. Забезпечення якості вищої освіти – важлива умова інноваційного розвитку держави і суспільства / М. Б. Євтух, І. С. Волощук // Педагогіка і психологія. – 2008. – № 1. – С. 70–74.

4. Про затвердження Положення про порядок здійснення інноваційної освітньої діяльності МОН України; Наказ, Положення від 07.11.2000 № 522 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0946-00>

5. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Про стан та законодавче забезпечення розвитку [...] Верховна Рада України; Постанова, Рекомендації від 11.02.2015 № 182-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/182-19>

6. Семенюк І. С. Розвиток інноваційного маркетингу на ринку освітніх послуг / І. С. Семенюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – №6(39). – С. 151–158.



УДК 338.246.025

ОЦІНКА РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ АКТІВ З УРАХУВАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ

Удовенко Анастасія Олексіївна, аспірант

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

e-mail: Stasya_9107@mail.ru

На сьогоднішній день у країнах ОЕСР, де реформа державного регулювання триває вже більше двох десятиліть, існує значний досвід в галузі оцінки регулюючого впливу. В багатьох країнах, таких як Великобританія, США, Канада, Австралія існують складні схеми організації системи такої оцінки.

Проблема розробки механізму оцінки якості нормативно-правових актів активно висвітлюється як в інструкціях по проведенню ОРВ у зарубіжних країнах, так і в роботах багатьох відомих дослідників. Серед держав, які застосовують процедуру оцінки якості і використовують її

в офіційних Керівництвах, можна виділити країни Європейського Союзу [2], Канаду, Австралію, Нову Зеландію і США. Найбільш якісні дослідження з даної тематики належать таким дослідникам, як Клаудіо Радаеллі (Radaelli), Андреа Ренда (Renda), Скотт Джекобс (Jacobs) та ін.

ОРВ пройшла тривалий еволюційний шлях розвитку: від ідей дерегуляції, коли вона давала можливість оцінити вплив нормативно-правового акта на підприємницьку діяльність та була спрямована на зниження адміністративного навантаження, до адаптації її методик, зокрема аналізу вигод та витрат, для використання в соціальному секторі.

Спільні та відмінні риси можна побачити, порівнявши вітчизняну та зарубіжні моделі ОРВ за критерієм вибору сфери регулювання. Так, Нідерландами [5] в 2004 році було прийнято «Аналіз ефектів впливу на бізнес». Чеська Республіка ухвалила «Аналіз фінансового впливу та впливу на економіку», який також охоплював інші соціально-економічні впливи.

В Україні, згідно зі ст. 8 Закону [1]: «Стосовно кожного проекту регуляторного акта, його розробником готується аналіз регуляторного впливу». Закон (ст. 1) та Методика (ст. 10) [4] через «обов'язкові прогнозні значення показників результативності регуляторного акта» виділяють такі напрями для оцінки, як: вплив на бюджет та державний сектор, контроль адміністративного навантаження на бізнес, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності. У Посібнику при проведенні аналізу вигод і витрат також використовуються сфери впливу на рівень конкуренції, навколишнє середовище та соціальний добробут [3]. Проте, даний перелік не є вичерпним, та, зважаючи на розвиток ОРВ, потребує пошуку нових сфер.

Таким чином, в українському законодавстві необхідно є розробка конкретного переліку сфер, в яких буде проводитися ОРВ, та методичних рекомендацій, які будуть мати відповідну специфіку. Проведення оцінки впливу в рамках одного процесу буде ефективнішим та дозволить уникнути помилок, пов'язаних із протиріччями, спричиненими різними галузевими особливостями.

Ключовим питанням ефективного функціонування системи ОРВ є вибір методу проведення оцінки, а також вимоги до інформації, яка використовується в процесі оцінки. Без них оцінка не буде достатньо обґрунтованою та не всі можливі альтернативи можуть бути розглянуті.

У практиці зарубіжних країн [2] в арсеналі оцінювання державних програм існує велика кількість методів, основними з яких є: аналіз витрат і вигод; аналіз ефективності витрат; аналіз витрат по дотриманню законодавства; тестування впливу на галузь (бізнес, екологію і т. д.); фіскальний (бюджетний) аналіз; оцінка ризиків. Вибір методу в істотній мірі залежить від цілей оцінки і галузі, яка підлягає регулюванню за допомогою цільових програм.

Згідно з п. 8 Методики [4] визначення очікуваних результатів прийняття регуляторного акту провадиться із застосуванням методу аналізу вигод та витрат у простій (перелік очікуваних позитивних та негативних факторів) або складній (із застосуванням різноманітних економічних моделей) формі.

Для проведення аналізу вигод та витрат установлюється певний період [5]. Розмір кожної вигоди та витрати обчислюється з використанням статистичних даних, даних наукових досліджень та опитувань, а також даних, одержаних з інших джерел. На підставі обчисленого розміру кожної вигоди та витрати підсумовується загальний розмір.

Незважаючи на те, що в п. 11 Методики закріплено, що текстовий опис результативності акту використовується лише у випадку, коли неможливо обчислити розмір окремих вигод / витрат, у більшості проектів НПА використовується саме такий варіант, що може спричинити неповну та необ'єктивну оцінку можливих наслідків від прийняття.

Узагальнюючи уявлення про практику проведення ОРВ у різних країнах, процедуру можна розділити на шість ключових етапів: формулювання і опис проблеми; постановка цілей оцінки; опис можливих варіантів досягнення поставленої мети; аналіз представлених альтернатив; консультації; висновки і результати; реалізація обраної альтернативи.

Алгоритм проведення ОРВ в Україні та зарубіжних країнах загалом є схожим. Незважаючи на те, що ОРВ переважно проводиться на стадії проектування та прогнозування (попереднє оцінювання), у ряді країн вона буде вважатися повноцінною, якщо буде застосовуватися і після прийняття НПА (супроводжуючий моніторинг, підсумкова оцінка).

В українській моделі законопроекти можуть розроблятися практично необмеженим колом осіб, проте офіційно вносити їх до Верховної Ради України на розгляд можуть лише суб'єкти законодавчої ініціативи.

Таким чином, оцінка регулюючого впливу проектів нормативно-правових актів є невід'ємною частиною проведення державної політики. Використання зарубіжних моделей ОРВ – обов'язкове для впровадження ефективної системи у країнах, що розвиваються, проте будь-який досвід має бути адаптований до конкретної держави, інакше результат може бути незадовільним.

Основними проблемами, які виникають в Україні при застосуванні зарубіжних методик, є недостатність кваліфікованих організаційних і матеріальних ресурсів для проведення оцінки; відсутність необхідної аналітичної інформації; конкуренція різних політичних сил та лобіювання інтересів, що сприяє прийняттю норм, які збільшують навантаження на суб'єктів.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на обґрунтування і впровадження запропонованих змін та побудову удосконаленої моделі ОРВ для конкретних сфер.

Література

1. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 № 1160-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>

2. Колегов В. В. Совершенствование системы оценки регулирующего воздействия в государственном управлении на региональном уровне [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FvaumyeEylgJ.vak2.ed.gov.ru//176418+&cd=2&hl=ru&ct=clnk&gl>

3. Механизмы проведения анализа качества оценки регулирующего воздействия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://regconf.hse.ru/uploads/8ba0ad2d27dda57c377fc5738583205f9f05ceda.pdf>

4. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта» від 11.03.2004 № 308 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/308-2004-%D0%BF>

5. Сборник методических материалов по проведению оценки регулирующего воздействия [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economy.udmurt.ru/prioriteti/orv/doc/SbornikMat.pdf>



УДК 332.14

ВПЛИВ ДЕРЕГУЛЮВАННЯ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРАЇНИ

Чечетова-Терашвілі Тетяна Михайлівна, кандидат економічних наук,
доцент Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
e-mail: ndc_ipr@ukr.net

В умовах формування новітніх підходів до соціально-економічного розвитку України, реформування всіх сфер суспільних відносин важливим аспектом досягнення конкурентоспроможності держави на світовій арені виступають процеси дерегуляції. У стратегії сталого розвитку «Україна – 2020» [3] дерегулювання економіки посідає вагомe місце у розвитку підприємництва та популяризації економіки України в європейському просторі.

Особливого значення політика дерегулювання економіки набуває в контексті євроінтеграційного вектора розвитку економіки нашої країни, що передбачає, в тому числі, і приведення у відповідність до європейських стандартів рівня, форм, принципів, методів і засобів державного втручання в економіку [1].

Процеси дерегулювання економіки спрямовані на сприяння розвитку підприємницької діяльності, регіонального розвитку та економіки в ціло-

му. Безперечним є прямиий взаємозв'язок процесів дерегулювання економіки та конкурентоспроможності країни.

Основними цілями дерегулювання економіки, що спрямовані на зміцнення конкурентоспроможності бізнесу, регіонів України та держави в цілому, є: зменшення адміністративних бар'єрів для населення, бізнесу, скорочення державного регулювання розвитку регіонів з метою забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни.

Результатами політики дерегулювання мають стати підвищення ефективності дерегулювання економіки, всебічне додержання законних прав громадян і суб'єктів господарювання, підвищення ролі малих підприємств та підвищення конкурентоспроможності регіонів і національної економіки в цілому.

Отже, основними об'єктами, на які спрямовані дерегуляційних процеси, є населення, підприємницька діяльність, регіони, галузі.

Ланцюжок взаємопов'язаних категорій конкурентоспроможності: «конкурентоспроможність підприємства – конкурентоспроможність регіону – конкурентоспроможність держави» доводить важливість процесів стимулювання підприємницької активності в досягненні кінцевої мети – конкурентоспроможності країни.

Покращення умов ведення бізнесу пов'язане з необхідністю дерегулювання в різних сферах: дерегулювання економіки в реєстраційній сфері, в дозвільній сфері, наданні адміністративних послуг та ліцензуванні, удосконаленні системи оподаткування та спрощенні адміністрування податків, дерегулювання економіки в бюджетній сфері, спрощення умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності, дерегулювання у сфері контрольно-перевірочної роботи.

Так, усунення бар'єрів для ведення підприємницької діяльності у вигляді запровадження електронної реєстрації суб'єктів господарювання, електронної звітності, скорочення процедур реєстрації, ліквідації підприємств, скорочення часу та витрат на реєстрацію підприємств, зниження корупційних ризиків ведення бізнесу в країні сприятиме покращенню бізнес-процесів на підприємствах, що впливає на їх конкурентоспроможність.

Соціально-економічний розвиток країни потребує інтенсифікації ділової активності суб'єктів господарювання як на внутрішніх, так і на міжнародних ринках з появою інноваційної продукції, технології, розширенням ринків, що передбачає введення необхідних правових регуляторів (законів, правил, умов, обмежень та ін.). З іншого боку, відбувається постійне відставання правової бази від прискорених процесів перетворення ринкового середовища, що вимагає лібералізації або дерегулювання економічної діяльності з метою забезпечення сталого розвитку ринку в умовах, що змінюються [2].

У свою чергу, дерегулювання підприємницької діяльності покращує соціально-економічні показники якості життя населення, а саме: зменшення рівня безробіття за рахунок появи нових робочих місць, підвищення якості надання адміністративних послуг за рахунок наближення суб'єктів надання адміністративних послуг до їх споживачів, забезпечення ефективної реалізації прав громадян при розширенні повноважень регіональних органів влади.

Дерегулювання на регіональному рівні пов'язано з декількома аспектами: по-перше, це децентралізація влади, що сприятиме розширенню прав органів місцевого самоврядування в межах сприяння підприємницькій діяльності та економічного розвитку регіону; по-друге, це створення мережі центрів надання адміністративних послуг з висококваліфікованими працівниками і т. ін.

Розуміння та втілення в реальність дій з балансування між посиленням чи послабленням державного регулювання, що має враховувати низку факторів (глобалізаційні перетворення, рівень соціально-економічного розвитку країни та її регіонів, політичне становище, зовнішньоекономічні відносини, розвиток підприємництва, інвестиційно-інноваційна активність у країні, пріоритетні напрями розвитку тощо), дозволить вчасно та ефективно розробляти та впроваджувати заходи з державного регулювання та дерегулювання економіки, які співвідносяться різним ступенем державного втручання в економіку.

Література

1. Дерегуляторна політика в Україні в 2014 році: тенденції та напрями розвитку: Науково-аналітична доповідь / Іванов Ю. Б., Власюк О. С., Ляпіна К. М., Четчова-Терашвілі Т. М. – Х: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 152 с.

2. Процессы дерегулирования в экономике некоторых стран // GIAC.Ru Глобальный информационно-аналитический центр [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.giac.ru/content/document_r_054D6FD4-0E3C-4BEF-8FF3-BFC86B61AFEE.html

3. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5/2015#n10>



УДК 658.5.012.7

КОНТРОЛІНГ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Яковенко Катерина Віталіївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: yakovenko.kate@gmail.com

Успішний розвиток підприємств та забезпечення конкурентних переваг в довгостроковій перспективі неможливі без інноваційної діяльності. Аналіз результатів господарювання сучасних підприємств свідчить про те, що невдала реалізація інноваційних проєктів, головним чином, зумовлюється використанням методів планування, організації та управління інноваційними процесами, що не відповідають сучасним умовам реалізації інновацій. Оптимальному управлінню інноваційної діяльності найбільше сприяє використання контролінгу, що являє собою вдалу технологію управління для забезпечення зростання конкурентоспроможності під-

приємств у сучасних динамічних умовах зовнішнього середовища, характерних для вітчизняного ринку.

На жаль, на сьогодні на багатьох підприємствах досі не існує єдиної, чітко обґрунтованої концепції формування й розвитку контролінгу інноваційної діяльності, що зумовлює актуальність проведення подальших досліджень цих питань.

Роль контролінгу в управлінні інноваційною діяльністю підприємства полягає у забезпеченні методичної та інформаційної підтримки процесу підготовки та прийняття рішень для усіх рівнів управління щодо здійснення такої діяльності. Впровадження контролінгу інноваційної діяльності на підприємстві допомагає забезпечити обґрунтованість, прозорість прийняття управлінських рішень, що сприяє підвищенню їх ефективності.

Функції контролінгу інноваційної діяльності доцільно розглядати з урахуванням особливостей побудови організаційної структури управління підприємством. Так, до функцій контролінгу інноваційної діяльності для суб'єктів господарювання, що мають інноваційні підрозділи, відносяться [1; 2]:

- ▶ комплексний моніторинг внутрішнього і зовнішнього середовища на основі індикаторів;
- ▶ розроблення та координація стратегії інноваційного розвитку підприємства;
- ▶ інформаційно-аналітична підтримка процесу прийняття управлінських рішень щодо інноваційної діяльності;
- ▶ методологічне забезпечення процесу прийняття управлінських рішень в інноваційній діяльності.

На підприємствах, що не мають інноваційних підрозділів, контролінг інноваційної діяльності виконує такі функції [; 2]:

- ▶ аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища залежно від управлінської ситуації;
- ▶ прийняття управлінських рішень щодо інноваційного розвитку на основі альтернативних варіантів;

- ▷ контроль за впровадженням інноваційних проектів;
- ▷ регулювання процесу реалізації інноваційних проектів.

Основні завдання контролінгу інноваційних процесів на підприємстві полягають у [3]:

- ▷ створенні та постійному оновленні інформаційної бази, що містить інформацію про розробки, аналоги, можливості підприємства щодо реалізації інновації;
- ▷ розробці методичної бази для проведення аналізу та здійснення оцінки досягнення стратегічних цілей підприємства за рахунок інновації, її вплив на діяльність підприємства та для створення ефективної системи управління інноваційним процесом;
- ▷ розробці системи показників для визначення інноваційного потенціалу, узгодження цілей інновації та стратегії підприємства, оцінки ефективності інновацій;
- ▷ розробці форм звітності для надання керівництву інформації про хід інноваційного процесу для прийняття управлінських рішень;
- ▷ координації всіх підрозділів підприємства, що залучені до інноваційного процесу.

Вирішення завдань контролінгу в управлінні інноваційною діяльністю реалізується за допомогою використання інструментів стратегічного та оперативного контролінгу. Використання інструментів стратегічного контролінгу допомагає менеджерам відсіювати стратегічно неперспективні інноваційні ідеї. Стратегічний контролінг дозволяє створити умови для довгострокового утримання конкурентних переваг підприємства на ринку. Використання інструментів оперативного контролінгу забезпечує, перш за все, інформаційну підтримку процесів планування, контролю, регулювання процесу реалізації інноваційних проектів.

Звичайно, залучення контролерів для підтримки процесу управління інноваційними проектами потребує додаткових витрат на реалізацію проекту, але, як свідчить практика реалізації проектів, здійснення ефективного управління цим процесом на основі використання контролінгу дозволяє в середньому скоротити ризики перевищення фактичних строків та ви-

трат над плановими приблизно на 50 % [4]. Вже сам цей факт змушує більш відповідально ставитися особам, уповноваженим на прийняття рішень найбільш високого рівня, до застосування контролінгу на підприємстві.

Тож, впровадивши контролінг на підприємстві, його керівництво отримує низку переваг щодо управління інноваційною діяльністю, зокрема, можливість підвищення загального якісного рівня керованості інноваційними процесами, координація управлінських впливів у межах єдиного інформаційного поля, скорочення часу на прийняття управлінських рішень та зниження ризиків прийняття рішень, що не відповідають меті такої діяльності.

Література

1. Панас Я. В. Концепція контролінгу інноваційної діяльності підприємства / Я. В. Панас // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 197 – 205. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VNULPP_2013_754_30.pdf

2. Панас Я. В. Функції контролінгу інноваційної діяльності підприємства / Я. В. Панас // Інноваційна економіка. – 2013. – № 2. – С. 76 – 78. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2013_2_18.pdf

3. Александрова А. В. Контроллинг - важнейшая составляющая инновационного развития предприятий металлургического комплекса / А. В. Александрова // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 4. – С. 166 – 168. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2856>

4. Карминский А. М. Контроллинг: Учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. - М. : Финансы и статистика, 2006. – 336 с.



УДК 332.145

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇХ ВИРІШЕННЯ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ

Ярошенко Ігор Васильович, кандидат економічних наук,
завідувач відділу проблем розвитку регіональної економіки
Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
e-mail: ndc_ipr@ukr.netu

Протягом останніх років в Україні зростає диференціація регіонів за рівнем соціально-економічного розвитку, збільшується кількість проблемних серед них.

До проблем соціально-економічного розвитку регіонів України належать:

- ▶ щорічне зростання розриву між регіонами-лідерами та іншими регіонами країни (в 2013 р. різниця по загальному ВРП складала 28,2 рази з м. Київ та 14,9 рази без м. Київ, по ВРП на одну особу дорівнювала 7,2 рази з м. Київ та 3,1 рази без м. Київ) (рис. 1);
- ▶ зростання соціальної напруженості (в 2013 р. відхилення наявного доходу населення (всього) регіонів складала 15,5 разів з м. Київ та 12,3 рази без м. Києва, наявний дохід на одну особу відрізнявся в 3,1 рази з м. Київ та 1,7 рази без м. Київ; рівень безробіття (з та без м. Київ) відрізнявся в 1,8 разів) (рис. 1);
- ▶ відсутність точок економічного зростання в більшості регіонів країни (в 2013 р. різниця в обсязі капітальних інвестицій регіонів складала 33,1 рази з м. Київ та 13,1 рази без м. Київ, обсяг промислової продукції (з та без м. Київ) відрізнявся в 51,2 рази) (рис. 1);
- ▶ невідповідність системи адміністративно-територіального устрою країни стандартам ЄС (незбалансована 4-х рівнева структура, наявність проміжних рівнів; невідповідність системі NUTS, що не дозволить отримувати фінансування з фондів ЄС) [8].



Рис. 1. Нерівномірність соціально-економічного розвитку регіонів України у 2013 р. (без м. Київ) [9]

Імпульс збалансованому та рівномірному регіональному розвитку мають дати точки економічного зростання. Їх створення передбачає:

- ▶ структурну перебудову та диверсифікацію регіональних виробництв на якісно новій інноваційній основі;
- ▶ активізацію інвестиційного процесу в регіонах;
- ▶ подолання замкнутості регіонів, посилення міжрегіональних зв'язків і інтеграційних процесів.

Соціально-економічне значення формування «точок економічного зростання» на сільських територіях полягає в наступному:

- ▶ формування нового економічного укладу в сільській місцевості, формування середнього класу на селі;
- ▶ будівництво доступного і комфортного житла на селі, можливість для молоді отримання житла в оренду з правом викупу;
- ▶ покращення демографічної ситуації в сільській місцевості, отримання житла та високий рівень доходів для молоді, що сприятиме зростанню народжуваності;
- ▶ будівництво сучасної розвинутої інфраструктури в сільській місцевості: школи, дитячі садки, торгово-розважальні центри, стадіони тощо;
- ▶ забезпечення продовольчої безпеки країни, виробництво вітчизняної якісної продовольчої продукції за цінами, нижче ринкових;

- ▷ створення агрокластера з повним циклом «виробництво – переробка – реалізація», включає до себе сучасні високотехнологічні міні-ферми, переробні підприємства і широку мобільну мережу реалізації продукції.

Для вирішення питань, пов'язаних із соціально-економічним розвитком України та її регіонів, зокрема проблемних (депресивних) територій, питань із створенням точок економічного зростання Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, іншим органам влади, органам місцевого самоврядування, із залученням наукових організацій та експертів необхідно забезпечити розробку та прийняття нормативно-правових актів щодо:

- ▷ створення систем аналізу, оцінки, моніторингу та прогнозування соціально-економічного розвитку України та її регіонів і окремих територій;
- ▷ ідентифікації проблемних (депресивних) регіонів України та визначення пріоритетних напрямів їх розвитку, зокрема за рахунок створення точок зростання в них;
- ▷ створення та функціонування структурних фондів регіонального розвитку, що відповідає головним цілям регіональної політики, зокрема підтримки розвитку проблемних (депресивних) регіонів;
- ▷ бюджетної та податкової децентралізації із створенням реально діючого механізму та інструментів її функціонування, яке б дало змогу реального розширення повноважень органів місцевого самоврядування і забезпечило необхідним фінансовим ресурсом для реалізації завдань регіонального розвитку;
- ▷ формування та функціонування точок економічного зростання, в першу чергу на сільських територіях і в проблемних (депресивних) регіонах (стратегії, цільові програми, проекти, методичних рекомендацій тощо);
- ▷ концепції та стратегії розвитку сільських територій на основі точок економічного зростання як базису для формування нового економічного укладу в сільській місцевості та підвищення рівня якості життя громадян;

- ▷ стимулювання розробки та реалізації інвестиційних проектів на інноваційній основі в точках економічного зростання.

Для реалізації поставлених задач внести відповідні зміни до Конституції України, Законів України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики», «Про стимулювання розвитку регіонів», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про місцеві державні адміністрації», «Про транскордонне співробітництво», «Про регулювання містобудівної діяльності», «Про державні цільові програми», «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України», «Про Генеральну схему планування території України», «Про засади державної регіональної політики», Бюджетного та Податкового Кодексів та інших законів України, актів Президента України, Кабінету Міністрів України, а також міжнародних договорів України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України та інші [1 – 7].

Література

1. Конституція України від 28.06.1996 № 254/96-ВР / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
2. Закон України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» від 23.03.2000 № 1602–III / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
3. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005 № 2850–IV / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
4. Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 05.02.2015 № 156–VIII / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
5. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 6 серпня 2014 р. № 385 / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про розроблення прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку та складання проекту державного бюджету» від 26.04.2003 № 621 / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції вдосконалення системи прогнозних і програмних документів з питань соціально–економічного розвитку України»

від 04.10.2006 р № 504–р. / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua

8. Сайт Євростат [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/europe_2020_indicators/headline_indicators

9. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>



Секція 2

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНЦІЯ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ

УДК 656.062 (075.8)

ФУЛФІЛМЕНТ-ЦЕНТРИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Авраменко Олена Володимирівна, кандидат економічних наук,
доцент економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: avramenkoEV@mail.ru

Ефективне задоволення масового попиту завжди передбачає поділ праці і вузьку спеціалізацію. На ринку набирає обертів електронна комерція, тому з'являються компанії, які надають послугу фулфілменту. Дана послуга стає затребуваною для більшості власників інтернет-магазинів, адже із зростанням обсягів торгівлі аутсорсинг непрофільних функцій стає важливою умовою конкурентоспроможності.

Фулфілмент (англ. *fulfilment* – виконання замовлення) – це комплекс бізнес-процесів, спрямований на виконання замовлення. Іншими словами, це прийом товару на склад, зберігання, обробка замовлень, комплектація, упаковка, відправка, прийом платежів і рекламаций, робота з поверненнями.

Ще п'ять років тому про послугу фулфілменту в Україні знали тільки компанії, що займаються традиційною дистанційною торгівлею (каталоги і телемагазини), і найбільші інтернет-магазини. Крупніші фулфілмент-центри в Україні – це «Vineks», «United business corporatoin», «Zammler», а також «Нова пошта». Поняття фулфілменту прийшло до нас зі Заходу, в

першу чергу, з США. Там цим словом позначають повний цикл обробки товарів, включаючи прийом на склад, зберігання, комплектацію замовлень, відправку покупцю і роботу з відмовами. При цьому управління замовленнями залишається у веденні інтернет-магазину. На ринку інтернет-торгівлі, частка електронної комерції у США та Європі складає від 10 до 13 % по відношенню до загального обсягу роздрібною торгівлі.

Приймання товарів, їх розміщення на складі, виконання вантажно-розвантажувальних робіт, обробка заявок та комплектація замовлень – все це потребує відповідних фінансових витрат, що йдуть на оплату праці працівників. Обладнання й техніка також вимагають регулярного вкладення коштів. Іноді витрати більше, ніж прибуток, що одержуваний від бізнесу. У такому разі фулфілмент стає своєрідним компромісом, що дозволяє компаніям вести свій бізнес, не відволікаючись на додаткові клопоти. Для багатьох компаній у нашій країні послуги фулфілменту є нововведенням. Однак ті підприємці, які вже встигли оцінити його користь, істотно досягли успіху у веденні своєї професійної діяльності.

Багато фахівців стверджують, що система по роботі з клієнтами в регіонах країни практично не налагоджена. В якості вирішення цієї проблеми онлайн-рітейлерам пропонується передати частину бізнес-процесів аутсорсинговим фулфілмент-операторам. За їх допомогою інтернет-магазини зможуть надсилати свої замовлення по всій країні, кількість провінційних торгових майданчиків зростає.

Основні переваги фулфілмент-центрів:

- ▷ *по-перше*, це скорочення витрат на фулфілмент. Власний фулфілмент – це ваші постійні витрати. Це оренда складських приміщень, це купівля обладнання та ІТ-рішень. Щоб не бути гальмом розвитку бізнесу, власний комплекс фулфілменту повинен працювати з піковими навантаженнями без зниження якості, що припадають на сезони продажу, наприклад, на передноворічний період. Це означає, що більшу частину року складські площі і обладнання простоюють. Ще гірше, коли виявляється, що в піковий сезон стає замовлень більше, ніж власний фулфілмент здатний обробити. Передавши процеси фулфілменту на аутсорсинг, компанія сплачує тільки той

обсяг замовлень, з яким працює на даний час. Отже, можна бути впевненими, що будь-який обсяг прийнятих замовлень буде виконано якісно і в строк;

- ▶ *по-друге*, це можливість сконцентруватися на розвитку бізнесу. Побудова ефективних процесів фулфілменту вимагає значних витрат часу і коштів. Ці вкладення окупаються тільки на великих обсягах оброблюваних замовлень;
- ▶ *по-третє*, це підвищення якості обслуговування клієнтів. Передаючи процеси фулфілменту професіоналам, ви можете бути впевнені, що замовлення ваших клієнтів будуть виконуватися точно і швидко. Фулфілмент-центри щодня відправляють десятки, сотні тисяч замовлень, а це означає, що у процесах усунені найменші недоліки, що здатні вплинути на виконання замовлення. Стабільна якість виконання замовлення не буде залежати від сезонних піків і несподівано результативних рекламних компаній.

При роботі з оператором підприємства отримують колосальну економію часу. Звичайно, частина прибутку залишається у нього, але зекономлений час дозволяє сконцентруватися на більш важливих завданнях, вирішення яких приносить підприємствам більше прибутку, ніж вони б витрачали на фулфілмент. Ринок фулфілмент-центрів буде зростати з кожним роком, адже багато власників інтернет-магазинів досі намагаються вирішити питання зберігання і логістики своїми силами.

Очевидно, що розвиток фулфілменту стане додатковим розвитком ринку електронної комерції. Недорозвиненість логістичної інфраструктури та відповідних компетенцій основної маси учасників ринку гальмує розвиток української онлайн-торгівлі та електронної комерції в цілому. Чим більше буде якісних фулфілмент-центрів, тим більше магазинів будуть передавати фулфілмент на аутсорсинг професійним компаніям.

Література

1. Брагин Л. А. Электронная коммерция: учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. – 192 с.
2. Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции: учебное пособие / Л. П. Гаврилов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 238 с.

3. Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли: учебное пособие / Н. И. Денисова. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2011. – 480 с.

4. Иванов Г. Г. Коммерция: Учебное пособие / Г. Г. Иванов, С. Л. Орлов. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 160 с.

5. Сибирская Е. В. Электронная коммерция: учебное пособие / Е. В. Сибирская, О. А. Старцева. – М.: ИД Форум, 2008. – 288 с.

6. Электронный ресурс. – [Режим доступа]: <http://www.logistic.ru>

7. Яковлев Г. А. Основы коммерции: учебное пособие / Г. А. Яковлев. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 224 с.



УДК 368.027330.14

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЗАПРОВАДЖЕННЯ ВИМОГ ДО ДОСТАТНОСТІ КАПІТАЛУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Ачкасова Світлана Анатоліївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління фінансовими послугами
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: svitlana.achkasova@m.hneu.edu.ua

Вимоги до капіталу страховиків є інструментом державного регулювання та нагляду, оскільки капітал є умовою забезпечення фінансової стійкості страхової компанії, створюючи можливість для покриття непередбачуваних збитків, а у разі виникнення таких збитків дає змогу страховій компанії продовжувати виконувати свої зобов'язання.

Доцільність використання міжнародного досвіду впровадження вимог до капіталу страховиків є актуальною для вдосконалення вітчизняного режиму регуляторного впливу та нагляду.

Особливо актуальним питанням є адаптація міжнародного досвіду встановлення вимог до капіталу до вітчизняних умов функціонування вітчизняного страхового ринку.

Міжнародний досвід забезпечення виконання зобов'язань страховиками свідчить про необхідність дотримання достатнього рівня капіталу, оскільки в сфері страхування саме на міжнародному рівні Міжнародна асоціація органів нагляду за страховою діяльністю (*International Association of Insurance Supervisors, IAIS*) у принципах та стандартах уперше запропоноване поняття достатності капіталу. Відповідно до IAIS достатність капіталу повинна відображати ризики діяльності страхової компанії [5].

У 2003 році IAIS прийнято світові норми нагляду за страховим ринком «Основні принципи страхування та методологія». У даному документі дотримання вимог достатності капіталу визначається одним з принципів ефективної системи нагляду за страховими компаніями, а самі вимоги – невід'ємною частиною режиму платоспроможності [3].

На заміну даним принципам IAIS прийняла у 2011 році «Основні принципи, стандарти, рекомендації та методики оцінки у страхуванні» (ICP), що описує основні елементи, яке повинні бути присутні у наглядовому режимі для створення фінансово ефективного страхового ринку та забезпечення адекватного рівня захисту прав страхувальників [4]. Ці зміни стосувались упровадження в процес управління страховими компаніями системи власної оцінки ризику та платоспроможності (Own Risk and Solvency Assessment, ORSA).

Крім того, у ICP зазначено, що наглядовий орган встановлює вимоги до достатності капіталу для цілей регулювання платоспроможності, для того щоб страхові компанії були здатні покривати значні непередбачувані втрати, а наглядові органи здійснювати відповідні заходи впливу [4].

Іншим прикладом запровадження вимог достатності капіталу страхових компаній є розроблений Управлінням пруденційного регулювання Австралії (Australian Prudential Regulation Authority, APRA) внутрішній процес оцінки адекватності капіталу (Internal Capital Adequacy Assessment Process, ICAAP) [1].

Згідно із документом APRA достатність капіталу відіграє роль буфера для покриття ризиків, що пов'язані з діяльністю страховиків. APRA висуває основні вимоги до достатності капіталу страховиків:

- ▶ підтримувати мінімальний рівень капіталу визначений із використанням внутрішньої моделі або запропонованим стандартним методом;
- ▶ визначати мінімальні вимоги до капіталу з урахуванням факторів ризику, що можуть загрожувати спроможності страховика виконати свої зобов'язання (у запропонованому методі передбачено три фактори ризику: страховий ризик, інвестиційний та ризик концентрації);
- ▶ надавати публічно інформацію щодо дотримання нормативів достатності капіталу;
- ▶ отримувати згоду від APRA на зменшення капіталу.

У Пруденційному стандарті також зазначається, що важливу роль у фінансовому стані страховика відіграє капітал, а оцінка достатності капіталу страховика ґрунтується на ризик орієнтованому підході.

Ґрунтуючись на назві самого документа, ICAAP – це процес, при якому страхова компанія гарантує, що її діяльність повністю відповідає рівню капіталу. А отже, вимоги, що містяться в ICAAP є еквівалентними системі ORSA, оскільки вимоги до страховиків об'єднують діяльність з управління ризиками та капіталом для підтримки бізнес-рішень.

У європейському фінансовому просторі концепція встановлення вимог достатності капіталу страхових компаній втілена у Директиві ЄС Solvency II [2]. Основними завданнями при впровадженні цієї Директиви є встановлення загальноєвропейських вимог до капіталу, стандартів управління ризиками, єдиних вимог до звітності та системи розкриття інформації, а отже ця система контролю достатності капіталу враховує принципи ORSA.

У США Національною асоціацією страхових організацій США (NAIC) встановлена система визначення капіталу із урахуванням ризику (RBC) при запровадженні стандарту достатності капіталу, що забезпечує безпеку страховиків, а також надає можливість регулюючому органу вживати своєчасні заходи при регулюванні діяльності страховиків. Результати розрахунку RBC не є публічною інформацією, однак їх загальні результати публікуються у Статутному Річному Звіті [6; 7].

У вітчизняному законодавстві відсутнє поняття достатності капіталу страхових компаній. Проте у проекті Закону України «Про страхування» достатність капіталу визначається перевищенням розміру наявного регуляторного капіталу над розміром, установленим законодавством.

Отже, процеси запровадження вимог до достатності капіталу страхових компаній в Україні залишаються недостатньо дослідженими, саме тому існує потреба приведення національного законодавства стосовно регуляторного нагляду за діяльністю страховиків у відповідність до стандартів, принципів, моделей та рекомендацій найкращої міжнародної практики державного регулювання та нагляду для забезпечення достатності капіталу.

Література

1. Capital Adequacy [Electronic resource] : Prudential standard GPS 110 of APRA, July 2010 // Australian Prudential Regulation Authority: official website. – Mode of access : <http://www.apra.gov.au/GI/Documents/GPS-110-final-June-2010.pdf>.

2. Directive 2009/138/EC of the European Parliament and of the Council of 25 November 2009 on the taking-up and pursuit of the business of Insurance and Reinsurance (Solvency II) (recast) [Electronic resource]. – Mode of access : <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:335:0001:0155:en.pdf>.

3. Insurance Core Principles and Methodology [Electronic resource] IAIS principles № 1, October 2003 // International Association of Insurance Supervisors: official website. – Mode of access : http://www.iaisweb.org/__temp/-Insurance_core_principles_and_methodology.pdf.

4. Insurance Core Principles, Standards, Guidance and Assessment Methodology [Electronic resource]: Standard IAIS, October 1, 2011 // International Association of Insurance Supervisors : official website. – Mode of access : http://www.iaisweb.org/__temp/Insurance_Core_Principles_Standards_Guidance_and_Assessment_Methodology__October_2011.pdf.

5. On Solvency, Solvency Assessments and Actuarial Issues An IAIS Issues Paper (Final Version) [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.iaisweb.org/view/element_href.cfm?src=1/201.pdf.

6. Risk - Based Capital General Overview [Electronic resource]. – Mode of access : http://www.naic.org/documents/committees_e_capad_RBcoveroverview.pdf.

7. Solvency II Standard Formula and NAIC Risk-Based Capital (RBC) [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.casact.org/pubs/forum/12forumpt2/RBC-DCWPRpt3.pdf>.



УДК 332. 341.1

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Бестужева Світлана Василівна, кандидат економічних наук,
доцент міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: s-bestugeva@mail.ru

На сучасному етапі розвитку світової економіки посилюється взаємодія між країнами, яка супроводжується підвищенням рівня і зміною характеру міжнародної конкуренції, виникненням локальних економічних та політичних конфліктів як прояву глобалізації. В цих умовах основою ефективного соціально-економічного розвитку країни є державна зовнішньоекономічна політика, основним пріоритетом якої є розвиток експорту. Провідна роль експорту з реалізації зовнішньоекономічної політики держави у міжнародному поділі праці і системі господарських зв'язків визначається постачанням конкурентоспроможної продукції та послуг; можливістю одержання країною іноземної валюти, необхідної для модернізації і структурної перебудови економіки на базі новітніх технологій і видів техніки, оплати імпорту тих товарів, для виробництва яких держава не має достатніх ресурсів і сприятливих умов; досягненням позитивного сальдо платіжного балансу країни.

Реалізація європейського інтеграційного вектора зовнішньоекономічної політики України обумовлює необхідність формування нових підходів щодо удосконалення як товарної, так і географічної структури експорту, а також державних заходів його підтримки і стимулювання [1]. З огляду на те, що проблема удосконалення державного регулювання експортної сфери України залишається відкритою, додаткового вивчення та аналізу потребують сучасні умови розвитку українського експорту, існуючі проблеми та перешкоди на шляху завоювання міцних позицій на світовому ринку з метою пошуку оптимальних державних управлінських рішень та шляхів подолання цих перешкод у контексті формування потужного та конкурентоспроможного експортного сектора економіки.

Аналіз товарної структури експорту України показав, що найбільшими товарними групами у структурі експорту у I півріччі 2015 року є продукція агропромислового комплексу (АПК) – 35,3%, недорогоцінні метали та вироби з них (23,20 %), мінеральні продукти (8,7 %), машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання (9,9%), продукція хімічної промисловості (6,5%), засоби транспорту (1,5%), деревина (4,5%) тощо. У 2015 році порівняно з 2014 роком частка продукції АПК збільшилась 4,4%, а порівняно з 2013 р. – на 8,2%. Частка металургійної продукції, навпаки, зменшилась – порівняно з 2014 р. – 5,1%, а порівняно з 2013 р. – на 4,9%. Незначною мірою скорочуються обсяги експорту машинобудівної продукції – на 0,6% порівняно з 2014 р. та на 1,1% порівняно з 2013 р. [3]. Структурна динаміка українського експорту промислової продукції свідчить про переорієнтацію експортної сфери з продукції металургії на сільськогосподарську продукцію, що відповідає сучасним тенденціям кон'юнктури світових товарних – скорочення імпорту Китаєм продукції металургійної промисловості, що обумовлює зниження світових цін на неї, та щорічне неухильне збільшення попиту на продовольчі товари у світі.

В той же час у товарній структурі українського імпорту у I півріччі 2015 року є мінеральні продукти – 32,1%, продукція АПК (10,1%), недорогоцінні метали та вироби з них (5,3 %), машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання (14,8%), продукція хімічної промисловості (14,1%), засоби транспорту (4,1%), деревина (2,8%) тощо. У 2015 році порівняно з 2014 роком частка мінеральних продуктів у загальному обсязі імпорту збільшилась на 2,5%, а порівняно з 2013 р. – на 3%. Обсяги імпорту продукції хімічної промисловості також мають тенденцію до збільшення у 2015 р. порівняно з 2014 р. на 1,6%, а порівняно з 2013 р. – на 3,1% [3]. Структурна динаміка українського імпорту промислової продукції свідчить про відсутність реалізації стратегії зменшення сировинної імпортозалежності, оскільки частка імпорту сировинних продуктів з року в рік неухильно зростає.

Для поглиблення зовнішньоекономічних зв'язків України з країнами Європейського Союзу у 2014 році були введені автономні торговельні

преференції для українських товарів, що сприяло зростанню експорту української продукції до ЄС. За 2014 рік зростання експорту до країн ЄС становило 2,6%, а частка експорту України до ЄС збільшилася до 32% від загального обсягу експорту. Однак за результатами січня 2015 року обсяг експорту товарів до країн ЄС становив 1071,7 млн дол. та зменшився порівняно із січнем 2014 р. на 31,0% [3].

Слід зазначити, що за відсутності коштів для здійснення модернізації виробничих потужностей, сертифікації продукції, інформації щодо особливостей виходу вітчизняних товаровиробників на ринок ЄС багато вітчизняних підприємств не спроможні скористатися торговельною преференцією ЄС. За 2014 року багато тарифних квот на поставку української продукції в ЄС не були використані (квоти із постачання продукції тваринництва, харчових продуктів, грибів, цукрової кукурудзи, етанолу, а також обробленої продукції з молока і молочних продуктів, зернових, солоду та крохмалю). Повністю були використані квоти лише по кукурудзі, пшениці, меду, фруктовим сокам. Причиною неповноцінного використання квот є недотримання європейських стандартів безпечності продукції та недостатній обсяг попиту на вітчизняну продукцію в ЄС.

Отже, державна експортна політика повинна спрямовуватись на розширення ринків збуту української продукції шляхом розробки та впровадження системи стимулів для підвищення якості продукції і збільшення експорту продукції із високою доданою вартістю [2]. В якості основних напрямів удосконалення державної експортної політики слід виокремити:

- 1) диверсифікацію товарної та географічної структури експорту шляхом розробки заходів з адаптації технічних регламентів, стандартів до норм ЄС;
- 2) розробку заходів державної фінансової підтримки експорту шляхом здійснення експортного кредитування імпортера-покупця на оплату закупівель;
- 3) розробку механізму страхування експортних кредитів для захисту майнових інтересів експортера-кредитора від комерційних і некомерційних ризиків. Слід вказати, що в Україні досі не створена не-

обхідна інфраструктура для здійснення експортного кредитування та страхування експортних кредитів;

- 4) відновлення роботи торговельно-економічних місій, діяльність яких спрямована на сприяння розвитку торговельно-економічних зв'язків, просування вітчизняної продукції на територіях інших держав;
- 5) налагодження співпраці з економічними відділами дипломатичних місій України за кордоном з метою пошуку альтернативних ринків збуту української продукції. Особливу увагу необхідно приділяти країнам Середньої та Південно-Східної Азії, а також переліку країн, з якими в нашої держави сформувалося від'ємне торговельне сальдо.

Для успішної реалізації визначених напрямів державної експортної політики необхідно забезпечити зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції; зниження відставання технологічного рівня забезпеченості української промисловості порівняно з міжнародними стандартами; забезпечення розвитку фінансової, технічної та інформаційної інфраструктури, що стимулюватиме розвиток високотехнологічної продукції.

Література

1. Указ Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015 «Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020» // Урядовий кур'єр. – 2015. – № 6.
2. Мовчан В. Політика сприяння експорту в Україні після адміністративної реформи / В. Мовчан. – К.: ПРООН, 2012. – 43 с.
3. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.



УДК 339.1.658.81

СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Бондаренко Людмила Миколаївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: bonlu27@gmail.com

Структурні зрушення в економіці України та її орієнтація на пріоритети світового розвитку потребують розробки і формування нових підходів в галузі управління економічним розвитком. Забезпечення економічного зростання України – умова її успішної інтеграції в Європейське співтовариство.

З огляду на це, пріоритетними напрямками розвитку управління вітчизняними підприємствами, що ведуть зовнішньоекономічну діяльність, є формування моделі менеджменту, яка враховує загальноєвропейські та світові тенденції розвитку. У середовищі європейського ринку управлінські рішення щодо планування, організації, мотивації та контролю приймаються з урахуванням сукупності економічних, екологічних та соціальних ефектів. Удосконалення управління для сучасних українських підприємств має бути засноване на впровадженні принципів сталого розвитку із застосуванням комплексного дослідження стану загроз і можливостей його розвитку в середньо- і довгостроковій перспективі, враховуючи прогресивний досвід вирішення подібних проблем у підприємницькому секторі розвинених країн [1].

Поняття стійкості прийшло в економічні науки з теорії систем, в той момент, коли економічні об'єкти стали розглядатися як складні системи. У системному аналізі стійкість використовується як комплексна характеристика складного об'єкта, яка відображає його взаємодію із зовнішнім середовищем, організаційну структуру і поведінку. Таким чином, стійкість – одна з первинних властивостей будь-якої системи.

Стійкість розвитку економічної системи є індикатором ступеня надійності ділового співробітництва з підприємствами, її утворюючими, оскільки підтверджує їх можливість стабільно виконувати зобов'язання та здійснювати свої основні функції в умовах змін внутрішнього і зовнішнього середовища, при збереженні своєї цілісності та досягненні поставлених стратегічних цілей [2].

«Під стійким розвитком підприємства слід розуміти особливу управлінську концепцію, яка передбачає, що будь-яке управлінське рішення приймається з урахуванням і економічного, і екологічного, і соціального ефекту. Для її реалізації підприємствам необхідний стратегічний бізнес-підхід до управління економічною, соціальною та екологічною стійкістю, який дозволяє виявити і сформулювати коло своїх зобов'язань і напрямків відповідальності і реалізовувати їх за принципом постійного поліпшення в рамках загальної стратегії бізнесу» [3, с. 43].

Однак для забезпечення переходу та реалізації управління на принципах стратегії сталого розвитку з боку держави недостатньо тільки економічних змін [4]. Ці зміни також мають супроводжуватися політичними складовими, які будуть націлювати розвиток суспільства і на формування цінностей, відповідних даній стратегії.

Понад 20 років Україна в рамках переходу до стратегії сталого розвитку робила недостатньо, щоб наблизитись до світових стандартів життя та ведення бізнесу. Однак, незважаючи на складні обставини та події останніх років, 12 січня 2015 року був схвалений Указ Президента України «Про Стратегію Сталого Розвитку-2020», який визначив вектори руху, дорожню карту, першочергові пріоритети та індикатори належних змін із урахуванням соціальної, економічної та екологічної складової, за допомогою яких буде відбуватися становлення та розвиток України [4].

Відповідно до цього Указу, в рамках векторів безпеки, відповідальності, гордості та розвитку передбачається проведення 62 реформ та програм розвитку держави [4].

Даний документ є першою спробою українського керівництва затвердити свої наміри щодо впровадження доктрини сталого розвитку в якості державної політики за прикладом європейських партнерів та довести до

рівня окремого підприємства, що їхня діяльність, а особливо ведення міжнародного бізнесу, повинно бути орієнтоване на руйнування існуючої прямо пропорційної залежності економічного розвитку і несприятливого впливу на зовнішнє середовище. Таким чином, світове суспільство прагне домогтися зниження несприятливого екологічного впливу в сукупності зі зростанням виробництва товарів і послуг, що в контексті концепції сталого розвитку можна вважати «стійким розвитком» [5].

Впровадження принципів сталого розвитку у процес життєдіяльності українських підприємств з боку держави має супроводжуватись розвитком нормативно-правового середовища та культури підприємництва. Тому діяльність державних структур насамперед повинна бути націлена на адаптацію та зміну існуючої нормативно-правової бази держави у розрізі трьох складових концепції сталого розвитку. Іншими словами, підприємництво є одним із головних ресурсів розвитку держави за умови формування нових стандартів ведення бізнесу, відповідних європейським.

Управління підприємством на основі концепції сталого розвитку є організаційно-економічним засобом, який адекватно відповідає мінливим, нерівновагим умовам сучасного ринкового середовища. Стійкість розвитку підприємства поєднує економічне зростання, захист навколишнього середовища та соціальну відповідальність, охоплює внутрішню складову – вдосконалення та запозичення, і зовнішню складову – економічну, соціальну, морально-етичну збалансованість [6 – 8].

Із прийняттям Стратегії Сталого розвитку України-2020 був зроблений великий крок, який орієнтує вітчизняне економічне суспільство на удосконалення системи управління з позиції відповідності європейському ринку. Отже, перебудова економіки України в контексті стратегії сталого розвитку має ґрунтуватись на необхідності визначення ролі вітчизняних підприємств в якості основного носія культури ведення бізнесу на світовому ринку.

Література

1. Лапченко О. А. Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності / О. А. Лапченко // Наукове товариство Івана Кушніра. – 2012. – вересень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=32288>

2. Ефимова О. В. Анализ устойчивого развития компании: стейкхолдерский подход / О. В. Ефимова // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 45. – С. 41-51.
3. Кириченко О. А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О. А. Кириченка. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 518 с.
4. Указ Президента України Про Стратегію Сталого розвитку-2020. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
5. Социально-экономический потенциал устойчивого развития: Учебник / под. ред. проф. Л. Г. Мельника и проф. Л. Хенса. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2007. – 1120 с.
6. Заєць І. Про інституційне забезпечення сталого розвитку України / І. Заєць // Відповідальна економіка. – 2010. – Вип. 2. – С. 32 – 35.
7. Марушевський Г. Б. Інституційні проблеми державного управління збалансованим розвитком в Україні / Г. Б. Марушевський // Державне управління: теорія та практика. – 2013. – № 2. – С. 14 – 23.
8. Європейський проект та Україна: Монографія / А. В. Єромалаєв, Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська, О. О. Резнікова та ін.] – К.: НІСД, 2012. – 192 с.



УДК 338.242.2

РОЗВИТОК КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Веретенникова Ганна Борисівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: a.veretennikova@mail.ru

Для формування цивілізованих ринкових відносин конкуренція має велике значення. Особливу увагу, що приділяється економічній конкуренції, обумовлено її ключовою позицією як у системі ринкової економіки, так і в системі демократичної держави. Вільне змагання підприємців з метою

отримання за рахунок власних досягнень переваг над іншими забезпечує: а) в економічній сфері: найбільш ефективний розподіл обмежених суспільних ресурсів; максимально ефективне використання кожним виробником частки суспільних ресурсів, яким він володіє; створення і впровадження нових товарів, послуг, технологій, сприяння науково-технічному прогресу; б) в соціально-політичній сфері: підвищення сукупного суспільного добробуту як основи для формування добробуту та особистої свободи кожного члена суспільства; свободу вибору кожним членом суспільства своїх господарських і міжособистісних зв'язків; недопущення концентрації ринкової і, як наслідок, суспільної влади в окремих осіб або груп осіб.

З розвитком ринку в Україні відбувається посилення конкуренції, внаслідок чого керівники бізнесу знаходяться в постійному пошуку нових інструментів управління підприємствами і важелів підвищення конкурентоспроможності.

Аналіз існуючих методологічних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства дозволяє встановити сутність цього поняття, визначити і уточнити склад його елементів, які необхідні для розробки методів оцінки конкурентоспроможності підприємства та прийняття управлінських рішень з моделювання її рівня. На підтвердження наведемо ряд визначень конкурентоспроможності підприємства, що зустрічаються у вітчизняній економічній літературі:

- ▶ здатність підприємства випускати конкурентоспроможну продукцію, а також конкурентостійкості підприємства і можливість його адаптації до мінливих умов конкуренції;
- ▶ здатність підприємства приносити прибуток на вкладений капітал в короткостроковому періоді не нижче заданої прибутковості;
- ▶ здатність підприємства виробляти товари, що користуються попитом, при ефективному використанні виробничого, кадрового та фінансового потенціалів;
- ▶ здатність фірми випускати конкурентоспроможну продукцію, перевага фірми по відношенню до інших фірм даної галузі всередині країни і за її межами;
- ▶ реальна і потенційна здатність підприємства, а також наявних у ньо-

го для цього можливостей проектувати, виготовляти та збувати товари, які за своїми ціновими та неціновими характеристиками в комплексі більш привабливі для споживачів, ніж товари конкурентів;

- ▶ властивість суб'єкта ринкових відносин виступати на ринку нарівні з присутніми там конкуруючими суб'єктами ринкових відносин;
- ▶ узагальнююча характеристика діяльності підприємства, що відображає рівень ефективності використання економічних ресурсів щодо ефективності використання економічних ресурсів конкурентами.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства, будучи комплексним поняттям, не тільки включає якісні і цінові параметри промислової продукції, але залежить від рівня менеджменту, сформованої системи управління фінансовими потоками, інвестиційної та інноваційної складовими його діяльності. Крім того, на конкурентоспроможність впливає кон'юнктура, що складається на тому чи іншому ринку, ступінь конкуренції, випробовувана учасниками з боку інших учасників ринку, технічна оснащеність, ступінь впровадження інновацій, мотивація і кваліфікація персоналу, фінансова стійкість.

Успіх підприємства на ринку в довгостроковій перспективі можливий тільки при розумінні його керівництва необхідності постійного розвитку всіх складових бізнесу. Розглядаючи підприємство як систему (штучний організм), діяльність якого регламентується загальними та спеціальними закономірностями, доцільно приділяти увагу аналізу і розвитку його властивостей, які формують компетентності підприємства.

Поняття компетентності в науковій літературі використовується досить часто, однак переважно в якості характеристики персоналу. Компетентність більшістю авторів розглядається як індивідуальна характеристика ступеня відповідності вимогам професії, психічний стан, що дозволяє діяти самостійно і відповідально, володіння людиною здатністю й умінням виконувати певні трудові функції. Адаптуючи дане подання «компетентності» для підприємства, слід охарактеризувати її як здатність організації на базі накопичених знань, досвіду, можливостей досягати поставлених

стратегічних цілей шляхом реалізації тактичних функціональних завдань в умовах постійного впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища. Розглядаючи компетентність підприємства як сукупність його компетенцій, слід виділяти основні, наявність яких забезпечує високий рівень конкурентоспроможності підприємства. Для кожної компетенції доцільно визначити перелік завдань, реалізація яких дозволить максимально ефективно розкрити ту чи іншу характеристику підприємства.

Крім того, досліджуючи стан сучасного ринку, можна з упевненістю сказати, що зараз найгострішими проблемами конкуренції в Україні залишаються: нерівність умов конкуренції за рахунок впливу адміністративних чинників; спотворення конкуренції через «тінізацію» економіки; недобрросівісна конкуренція. Отже, у переліку основних компетенцій доцільно особливу увагу приділити розвитку здатності підприємства формувати систему його економічної безпеки, що враховує негативний вплив зовнішнього середовища.



УДК 658.7

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

Возненко Наталя Іванівна, викладач

кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

e-mail: voznenko@mail.ru

Ясько Владислав Ігорович, студент 4 курсу факультету міжнародних економічних відносин

e-mail: yasikvlad@gmail.com

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

Для надбання та утримання конкурентних переваг для вітчизняних підприємств постає питання пошуку та використання ефективних та мінімальних з позиції витрат ресурсів. Багато вітчизняних вчених [1 – 8] займались розробкою теоретичних та практичних рекомендацій застосування маркетингової компоненти в управлінні підприємством, та головну роль маркетингове забезпечення продовжує відігравати при виході підприємства на зовнішні ринки, що обумовлено великими ризиками та великими витратами на дослідження ринків та просування продукції за кордоном.

Аналіз представленої наукової літератури [4 – 8] дозволив стверджувати, що відсутня єдина оцінка продуктивності маркетингового забезпечення підприємства та його зв'язок із стратегічними цілями підприємства. Тому вважаємо за доцільне скласти ланцюжок ефективності маркетингового забезпечення, що впорядковує рішення та кроки, від короткострокових та реальних до довгострокових та потенційних результатів, які є ключем до надбання конкурентних переваг та розвитку конкурентоспроможності підприємства (рис. 1).

Найбільш поширений зараз вид маркетингу на вітчизняних підприємствах – це єдиний інтегрований маркетинг, який органічно поєднує в собі і розвиток маркетингового забезпечення підприємства, і втілює командний підхід. Інтегрований маркетинг передбачає створення спільних

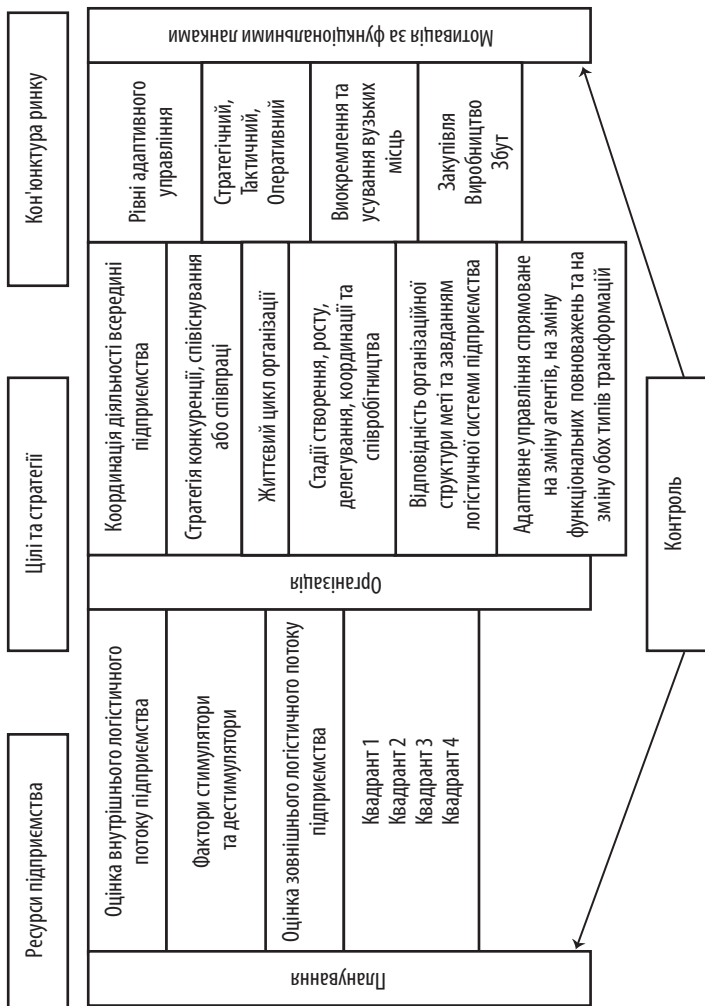


Рис. 1. Ланцюжок співвідношення маркетингового забезпечення підприємства та рівнів його конкурентоспроможності [узагальнено авторами на підставі 1 – 8]

команд із управлінців – маркетологів і спеціалістів щодо конструювання і створення продукції (інженерів та ін.), творчу взаємодію різних управлінських підрозділів і служб. Очолює таку команду керівник із всебічною міждисциплінарною підготовкою. Завдяки цьому розробляється комплексна програма діяльності фірми щодо проведення маркетингових досліджень, розробки нових видів товарів, їх виробництва, вибору методів встановлення цін, транспортування, маркірування тощо і збуту на ринку, здійснюється координація різних служб і підрозділів. Це дає змогу швидко реагувати на зміни у зовнішньому економічному середовищі, на ринкову кон'юнктуру, отримувати достовірні прогнози про ринки товарів і послуг. Звичайно, і в умовах інтегрованого маркетингу не можна уникнути окремих недоліків у маркетинговій діяльності. Передусім це ускладнення структури організації та управління (а звідси і зростання витрат на їх утримання); певні погіршення знань номенклатури товарної продукції маркетологами, деяке дублювання їх функцій [3].

До зовнішнього середовища маркетингу, яке необхідно постійно моніторити, належать споживачі (зміни в їх споживній поведінці, доходах, діяльність організацій з охорони прав споживача тощо), конкуренти, загальна економічна кон'юнктура в країні, політична обстановка, державне регулювання, постачальники, посередники та ін. Саме за цими факторами маркетингова служба підприємства повинна вести постійне спостереження та розробляти прогнози стосовно зміни поведінки одного із учасників середовища підприємства.

На практиці в процесі реалізації маркетингових планів підприємства виникає безліч непередбачених обставин. Тому одним із завдань маркетингового забезпечення підприємства виступає оцінка ефективності маркетингових дій підприємства та ототожнення їх із загальним впливом на конкурентоспроможність підприємства як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Від своєчасної та якісної оцінки результатів маркетингових заходів, що проводяться компанією, залежить її становище на внутрішньому ринку, потенційний та реальний розвиток міжнародних ринків підприємства та в цілому рівень його конкурентоспроможності.

Література

1. Раєвнєва О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
2. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. – М.: Прогресс, 1989. – 528 с.
3. Соболев Ю. В., Дикань В. Л., Дейнека А. Г., Позднякова Л. А. Стратегия и стратегический менеджмент. – Х.:ООО «Олайт», 2002. – 416 с.
4. Сумець О. М., Сомова О. Є., Пеліхов Є. Ф. Оцінка конкурентоспроможності сучасного промислового підприємства. Навч.-практ. посібник. – К.: Професіонал, 2007. – 208 с.
5. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства/ Монографія / За заг. ред. Ю. Б. Іванова і О. М. Тищенко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 384 с.
6. Тищенко А. Н., Кизим Н. А., Догадайло Я. В. Экономическая результативность деятельности предприятий: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2005. – 144 с.
7. Управління підприємствами: сучасні тенденції розвитку: Монографія / Н. П. Гончарова, О. С. Федоніч, Г. О. Швиданенко та ін. / За заг. ред. проф. О. С. Федоніна. – К.: КНЕУ, 2006. – 288 с.
8. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.



УДК 65.011.4 (477.54)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Геращенко Інна Миколаївна, викладач,
кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: inno4ka_1986@mail.ru

Представнику будь-якої професії доводиться володіти відповідною конкурентоспроможністю. Вона визначається не в порівнянні з «ідеалом» – взірцем, а в конкретному порівнянні двох специфічних товарів або їх сукупностей. Тобто працівники, які мають кращі характеристики для реалізації здатності до праці, можуть об'єктивно вважатися більш конкурентоспроможними. У зв'язку зі специфікою працівників виникають певні труднощі у визначенні поняття «конкурентоспроможність працівника». Конкурентоспроможність працівника – це його фізіологічний та професійно-кваліфікаційний стан, що дає можливість брати участь у процесі ринкового обміну робочої сили з орієнтацією на максимальну ціну праці. Таким чином, рівень конкурентоспроможності працівника, з *одного боку*, визначається його психофізіологічними особливостями, з *іншого* – всією системою формування професійно-кваліфікаційного рівня, причому останнє залежить від ступеня особистісного та професійного розвитку і взаємодії елементів ринку праці та його інфраструктури.

Оцінка конкурентоспроможності кожного працівника має значення не тільки з точки зору його професійних якостей, але й особистісних, з притаманними їй індивідуальними особливостями і потребами. В основі оцінки лежать критерії:

- ▶ внутрішньофірмовий попит на працівників різних професійних груп, що визначається за результатами ранжування;
- ▶ індивідуальний рівень конкурентоспроможності працівника і т. п.

Дана оцінка проводиться в наступній послідовності:

- ▶ ранжування професій працюючих з позицій внутрішньофірмової значущості;

- ▶ розмежування професій робітників і посад керівників, фахівців і службовців на однорідні групи за сферами діяльності: виробництво, управління, обслуговування;
- ▶ визначення ознак конкурентоспроможності працівників. Для всіх груп працюючих перелік повинен включати кваліфікацію, освіту, вік і стаж роботи за професією;
- ▶ затвердження в кожному працівнику ознак конкурентоспроможності має 5–7 градацій;
- ▶ експертна оцінка за 10-бальною шкалою градацій ознак конкурентоспроможності за однорідними групами працівників;
- ▶ експертна оцінка значимості ознак конкурентоспроможності;
- ▶ розрахунок суми балів, відповідної оптимальної моделі працівника аналізованої професійної групи;
- ▶ розрахунок суми балів, набраної конкретним працівником;
- ▶ розрахунок індивідуального рівня конкурентоспроможності працівника;
- ▶ співвіднесення результатів розрахунку з оптимальними градаціями рівнів конкурентоспроможності працівників

На основі проведених методик необхідно розробити внутріфірмові професійні стандарти і ввести сертифікацію персоналу як механізму підвищення якості праці та конкурентоспроможності.

Таким чином, рівень конкурентоспроможності працівника, з *одного боку*, визначається його психофізіологічними особливостями, з *іншого* – всією системою формування професійно-кваліфікаційного рівня. Носієм інформації про рівень конкурентоспроможності працівника є проведення анкетування. Експертним шляхом, використовуючи думки співробітників підприємства, визначається середньозважене значення ділових якостей працівників.

Процес трудової діяльності співробітників тісно пов'язаний і з інформаційно-технологічним процесом, і з його кінцевими результатами, і з соціальним розвитком організації. Відповідно, методика оцінки заснована

на виборі критеріїв ефективності роботи організаційної, економічної та соціальної підсистем комплексної системи.

Очевидно, що існування значної кількості критеріїв ефективності використання кадрового потенціалу зумовлює необхідність застосування комплексного підходу для її оцінки з позицій значимості кінцевих результатів діяльності підприємства, продуктивності та якості праці й організації роботи персоналу як соціальної системи.

За таких умов комплексний показник ефективності розраховується шляхом підсумовування окремих показників, заснованих на тій чи іншій системі критеріїв. Окремі показники визначаються за результатами виконання планових економічних і соціальних показників шляхом множення процентів їх виконання на вагові коефіцієнти, що характеризують важливість того чи іншого показника в загальній сукупності критеріїв ефективності. Отримане значення переводиться в бальну шкалу виміру і свідчить про внесок кожного окремого показника в загальну ефективність використання кадрового потенціалу підприємства.

Література

1. Бурр В. Концепция устойчивого конкурентного преимущества // Проблемы теории и практики управления, №3. – 2003.
2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики: Монография. – Х.: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
3. Портер Майкл Е. Стратегия конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. – К.: Основи, 1997. – 390 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.
5. Шинкаренко В. Г., Бондаренко А. С. Управление конкурентоспособностью предприятия. – Харьков: Изд-во ХНАДУ, 2003. – 186 с.



УДК 338.48-6:502/504:303.722.4

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Голуб Марія Олексіївна, аспірант кафедри туризму
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: mary.may@list.ru

Зараз безсуперечним фактом є те, що традиційно певні країни є привабливішими для туристів, які віддають перевагу екологічному туризму, ніж інші. Раціональне використання туристських ресурсів дозволило б створити позитивне сприйняття нашої країни, хоча цей процес є довготривалим, він вкрай необхідний для України. Звісно, штучне обмеження виїзних туристичних потоків не є правильним, проте чи не є кращим було б доцільно запропонувати в Україні послуги, які приваблюють наших туристів за кордоном, а також послуги екологічного туризму, які споживають іноземні туристи. Однак постає питання потенціалу розвитку екологічного туризму в Україні. Зараз наша країна знаходиться на стані, який характеризується зниженням майже усіх показників розвитку. Більш того, слід зазначити, що майже всі регіони України почали обслуговувати менше туристів [1]. Прикладом можуть служити Одеська та Херсонська області, яких у 2014 році відвідало менше половини туристів, порівняно з 2010 роком. Виключенням серед негативних тенденцій є тільки Івано-Франківська область, яка характеризується позитивними темпами росту упродовж 5 років. Звідси виходить, що, незважаючи на ряд негативних факторів та проблем, які заважають розвивати туризм в позитивній динаміці, необхідно використовувати існуючі негаразди в потрібне русло. Своєчасне та адекватне реагування на негативні тенденції соціально-економічного розвитку та подолання потенційних загроз є необхідною умовою створення нових можливостей для розвитку регіонів та підвищення життєвих стандартів.

Питання потенціалу розвитку екологічного туризму є предметом постійних дискусій як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Значний вне-

сок у вирішення окремих аспектів оцінки розвитку внесли О. Любіцева, О. Дмитрук, В. Храбовченко, Р. Шарплей, Р. Картер, М. Ханей та ін. Однак проблема оцінки потенціалу екологічного туризму в Україні не була розглянута раніше.

Вчена О. Любіцева [2] зазначає, що екологічний туризм є одним із перспективних напрямів розвитку туризму. Він передбачає тісні взаємовідносини не тільки з природним середовищем, а також з еколого-просвітницьким і виховним процесом. Для оцінки потенціалу розвитку туризму О. Любіцева [2] зауважує на якісних параметрах.

За думкою О. Дмитрук [3], екологічний туризм в Україні можна розвивати шляхом створення у природо-господарських смугах спеціальних екотуристичних економічних зон, де діяльність місцевих жителів з реалізації відпочиваючим та туристам послуг з розміщення і харчування продуктами домашнього господарства мала б пільги і стимулювалася на всіх рівнях.

Зарубіжні вчені, наприклад М. Ханей [4], проводять оцінку екотуризму з точки зору економічного та культурного впливу на місцевих жителів, а також на екологічну систему дестинації. Р. Шарплей [5] оцінив потенціал екологічного туризму шляхом соціологічного опитування, за результатами якого була розроблена ієрархія потреб, яким віддають перевагу при екологічному відпочинку.

Питання оцінки потенціалу екологічного туризму в Україні лишається відкритим. Більшість розробок стосується якісного аналізу, без урахування негативних чинників, які суттєво впливають на розвиток екотуризму. Для початкової оцінки потенціалу розвитку екологічного туризму був обраний кластерний аналіз. Для аналізу був використаний Метод Уорда, через те, що цей метод «прагне» створювати кластери приблизно рівних розмірів, які мають форму гіперсфер, що відповідає критерію якості кластеризації. Мірою подібностей було обрано Евклідову відстань. Отримані результати були представлені у вигляді кластерів за допомогою програми STATISTICA 10.0 (рис. 1).

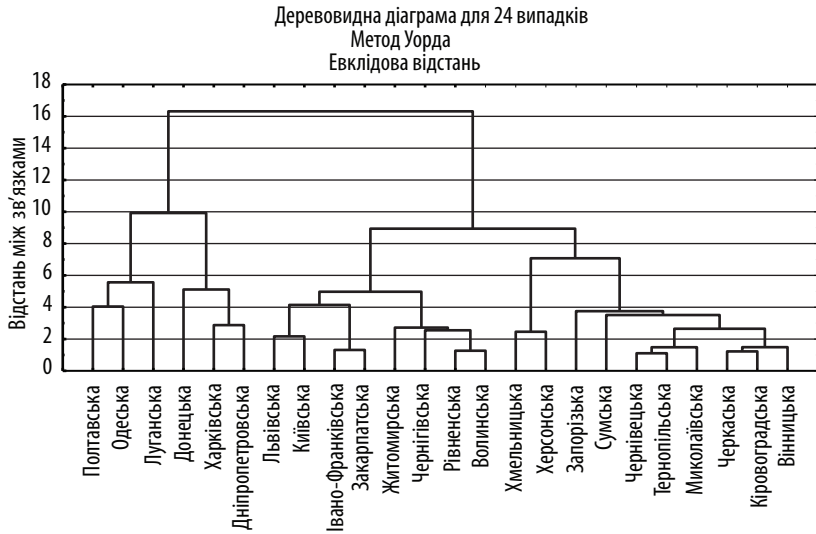


Рис. 1. Дендограма областей України за методом Уорда

За результатами проведеного дослідження можна сформулювати гіпотезу про існування п'яти кластерів із наступним складом областей України:

1. Полтавська, Одеська, Луганська;
2. Харківська, Донецька, Дніпропетровська;
3. Львівська, Київська, Івано-Франківська, Закарпатська, Житомирська, Чернігівська, Рівненська, Волинська;
4. Хмельницька, Херсонська;
5. Запорізька, Сумська, Чернівецька, Тернопільська, Миколаївська, Черкаська, Кіровоградська, Вінницька.

Для перевірки гіпотези був проведений кластерний аналіз за допомогою k -середніх, а також використаний метод дендритів. Після проведеного дослідження було виявлено, що всі області України раціонально поділяти на п'ять кластерів, оскільки більшість методів доводить саме цей результат. Однак склад цих кластерів відрізняється від того, що ми отримали, ви-

користовуючи метод Уорда, тому кінцевий склад кластерів має наступний вигляд:

1. Донецька; Луганська
2. Полтавська; Одеська
3. Харківська; Дніпропетровська
4. Волинська; Кіровоградська; Львівська; Київська; Івано-Франківська; Закарпатська; Житомирська; Чернігівська; Рівненська
5. Запорізька; Вінницька; Миколаївська; Сумська; Чернівецька; Тернопільська; Черкаська; Хмельницька; Херсонська

Подальше вивчення характеристик кожного кластера необхідне для розробки державної програми розвитку екологічного туризму в залежності від специфіки кожного регіону. Отже, вищезазначеним фактом обумовлена необхідність дослідження кожного кластера як окремої одиниці, тому що кожний регіон має свій рівень факторів негативного та позитивного впливу, тому подальші дослідження щодо оцінки потенціалу екологічного туризму в регіонах України за допомогою кластерного аналізу та методу дендритів дадуть можливість уточнення специфіки розвитку кожного регіону для підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку туристичних послуг.

Література

1. Офіційний сайт Головного управління статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Любіцева О. О. Розвиток екологічного туризму в Україні / О. О. Любіцева, К. Сташук // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. /Ред. кол.: С. І. Іщук (відп. ред.) та ін. – К.: – Вип. 53. 2002.– С.189 – 196.
3. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.
4. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? (Second ed.). – Washington DC: Island Press, 2008. – 568 p.
5. Sharpley R. (2006). Ecotourism: a consumption perspective / R. Sharpley // Journal of Ecotourism. – 2006. – № 5. – P. 7–22.



УДК 330.163

ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ МЕЖДУНАРОДНУЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ БРЕНДА

Гуржий Наталья Григорьевна, кандидат экономических наук,
преподаватель кафедры международной экономики и менеджмента
внешнеэкономической деятельности
Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнецца
e-mail: moy_mosg@mail.ru

В современных условиях функционирования предприятия, при замедлении экономического роста, сокращении потребительской платежеспособности и насыщенной борьбе производителей за спрос, создание бренда и успешное управление им является одним из наиболее эффективных процессов по обеспечению конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке. В настоящее время под брендом понимают совокупность как материальных, так и нематериальных категорий, формирующих у потребителя положительный имидж товара (услуги) или компании и вызывающих желание приобрести товар с конкретной маркировкой, сделав такой выбор из многообразия предложений, то есть бренд – это уникальное торговое предложение вашего товара или фирменный стиль [1, с. 16].

Конкурентоспособность бренда на международном рынке является его свойством, а степень или уровень конкурентоспособности выступает показателем этого свойства, дающим относительную характеристику способности бренда удовлетворять требованиям конкретной целевой аудитории или сегмента международного рынка в некий промежуток времени по сравнению с конкурирующими брендами.

Одним из показателей конкурентоспособности бренда на международном рынке является степень лояльности потребителей при выборе товара того или иного производителя, что гарантирует стабильность продаж и доходов предприятия. Таким образом, необходимым элементом успешного долгосрочного функционирования предприятия на мировом рынке является определение всей совокупности факторов, влияющих на международную конкурентоспособность бренда (рис. 1).



Рис. 1. Факторы, влияющие на международную конкурентоспособность бренда

Корректность определения международных стратегий маркетингового комплекса – товарной, ценовой, коммуникативной, сбытовой обеспечивает эффективное развитие бренда на определенном внешнем рынке. При этом первоочередным является разработка товарной стратегии, в основе которой лежат функциональные характеристики товара, что определяет стандартизацию или адаптацию товара к локальным условиям рынка [2, с. 93 – 94]. Международная товарная стратегия подразумевает оптимизацию товарной номенклатуры, определение ассортимента товара, который наиболее предпочтительный на международном рынке и обеспечит предприятию успешное и длительное функционирование. Макрохарактеристики внешнего рынка и свойства товара, определяющие товарную стратегию, дают возможность разработать оптимальную стратегию охвата рынка (интенсивный, селективный, эксклюзивный) и коммуникационную стратегию (вталкивания или втягивания). Инструментом информирования потребителей касательно товара является реклама, которая на внешнем рынке играет более важную роль, чем на внутреннем. Ученые в сфере международной рекламы не достигли одного мнения, какой подход более приемлем: стандартизированная реклама или дифференцированная. Факторы, которые влияют на уровень стандартизации при разработке международной рекламной кампании [3, с. 109 – 110]: культурная

среда, языковой барьер, наличие средств информации, законодательные ограничения, цвета, символы, структура семьи, социальные роли, традиции. Также существенным аспектом при развитии международной конкурентоспособности бренда является комплекс взаимоотношений предприятий с участниками сбытовой системы на внешнем рынке. Интенсивность сбытовой деятельности, знания о товаре и умение подчеркнуть его позитивные характеристики, уровень сервиса до и после продажи влияет на мнение потребителя и увеличивает вероятность покупки товара.

Важной задачей управления торговыми марками является обеспечение защиты марки от подделок и имитации. Безусловно, юридическую защиту должны обеспечивать соответствующие службы, однако наблюдение за рынком и фиксация фактов появления товаров-имитаторов является задачей отдела внешнеэкономической деятельности или маркетинга.

Также, согласно исследованию Country Brand Index 2014 – 2015, проведенному FutureBrand [4], успешность функционирования предприятия и брендовая узнаваемость коррелируют со страной происхождения товаров, то есть их национальной принадлежностью. В методологии исследования предлагается новый подход классификации стран, что помогает группировать страны по силе восприятия (статусу) и ассоциативности (имиджевой узнаваемости). Такое деление предназначено для уточнения текущей позиции в каждой стране по отношению к аналогам. Выделяют четыре типологии стран:

- ▶ ниже средних в восприятии статуса и отсутствии ассоциаций с конкретным брендом или отраслью функционирования;
- ▶ «статус страны» – восприятие которых связано к атрибутам, связанных с системой ценностей, качеством жизни и бизнес-потенциалом.
- ▶ «страны-ассоциации» – страны, сила восприятия которых смещается к особенностям, связанным с историческим наследием и культурой, туризмом и постулатом «Изготовлено в».
- ▶ «страны-бренды», восприятие которых выше среднего по обоим характеристикам – и по статусу, и по ассоциативности. Они имеют измеримые конкурентные преимущества вне зависимости от отрасли.

Также важным фактором влияния на конкурентоспособность бренда на внешнем рынке является социально-культурная макросреда, которая влияет на успешность становления бренда и выбор типа и инструментов коммуникативной стратегии. Так, Е. Холл в зависимости от соотношения информационной насыщенности сообщения и контекста культуры делит их на высоко- и низкоконтекстные [5, с. 66]. В низкоконтекстных культурах ответственность за успех коммуникации в большей степени несет тот, кто передает информацию. Он должен обладать мастерством точного и детального описания. Культурными предпосылками такого типа коммуникаций являются высокая степень индивидуализма, свободы, мобильности людей. Типичной высококонтекстной культурой является японская, в которой создание мнения о продукте или формирование лояльности в новой марке будет более долгосрочной задачей и, соответственно, более трудной.

Таким образом, идентификация и систематизация факторов, влияющих на восприятие и приверженность определенному бренду, а значит и на его конкурентоспособность на внешнем рынке, дает возможность предприятию формировать эффективную международную стратегию брендинга и обеспечивать стабильность спроса на продукцию.

Литература

1. ЛеПла Ф. Дж., Паркер Л.М. Интегрированный брендинг: Пер. с англ. /Под ред. С. Г. Божук. – СПб.: ИД «Нева»; М.: «Олма-Пресс Инвест», 2003. – 320 с.
2. Симовьян С. В. Экономический успех: пути его достижения / С. В. Симовьян – Х.: Рубикон, 1996. – 382 с.
3. Притыченко Т. И. Международный маркетинг : Учеб. пособие / Т. И. Притыченко; ХНЭУ. - Х., 2005. – 207 с.
4. Country Brand Index 2014-2015. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.futurebrand.com/cbi/2014>
5. Пушных В. А. Межкультурный менеджмент: учебное пособие / В. А. Пушных, М. С. Ерёмченко. – 2-е. изд., перераб.; НИТПУ. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 180 с.



УДК 658.589(477.54)

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ ВИКОРИСТАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Демченко Ганна Володимирівна, аспірант
кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: onemeer@rambler.ru

Вибір ефективної стратегії в умовах кризи, економічне зростання та посилення конкурентоспроможності багато в чому залежать від інноваційної політики підприємств. Сучасні економічні дослідження в галузі інновацій все більше значення приділяють освоєнню організаційного потенціалу та розробці систем управління інноваціями. Формування сприятливого інноваційного клімату та відповідної корпоративної культури мають вагомий вплив на активізацію інноваційної діяльності на підприємствах, що, у свою чергу, являє собою одну з найбільш затребуваних галузей менеджменту.

Дослідженню методів активізації інноваційної діяльності присвячено роботи багатьох закордонних і вітчизняних науковців, особливої уваги заслуговують праці вчених: В. О. Василенка [1], С. Д. Ільєнкової [2], Р. А. Фатхутдінова [5], В. С. Шовкалюка [6] та інших, разом з тим, питання інноваційної компоненти корпоративної культури, як фактора впливу на активізацію інноваційної діяльності, є недостатньо опрацьованим.

Корпоративна культура – сукупність моделей поведінки, які придбані компанією в процесі адаптації до зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, що показали свою ефективність і розділяються більшістю членів компанії [3, с. 12]. Тобто це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства [4, с. 9].

Корпоративна культура є одним із головних чинників, що забезпечують реалізацію стратегії підприємства. Культура є продуктом внутрішніх соціальних сил і проявляється у системі цінностей та принципах веден-

ня справ, що визначаються керівництвом компанії, в етичних нормах та офіційній політиці, у традиціях організації, в міжособистісних стосунках, практиці контролю за роботою персоналу, в чітких настановах і кредо компанії, в особливому внутрішньому середовищі організації [3, с. 21]. Проектування корпоративної культури обов'язково повинно відбуватися з урахуванням заданих параметрів та відображати аспекти місії, цілей, цінностей та очікувань керівництва підприємства. Наскільки всі компанії і стратегії їх розвитку індивідуальні, настільки індивідуальними є і корпоративні культури.

Виділяють три рівні корпоративної культури. При цьому кожен наступний рівень є все менш очевидним. *Перший* – поверхневий рівень корпоративної культури, його складають видимі об'єкти, а саме: манера вдягатися, правила поведінки, фізичні символи, організаційні церемонії, розташування офісів. Все це можна побачити, почути або зрозуміти, спостерігаючи за поведінкою працівників підприємства.

Другий рівень корпоративної культури складають виражені в словах і справах працівників підприємства загальні цінності і переконання, що свідомо поділяються і культивуються членами підприємства, які виявляються в їхніх розповідях, мові, використовуваних символах.

Але деякі цінності закладені у корпоративній культурі настільки глибоко, що робітники просто їх не помічають. Ці базові, основні переконання і складають сутність корпоративної культури. Саме вони керують поведінкою і рішеннями людей на підсвідомому рівні [4, с. 64].

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Таким чином, процес активізації інноваційної діяльності необхідно розпочинати з впровадження в корпоративну культуру елементів, сприяючих розвитку інтелектуального потенціалу та креативності співробітників. В такому контексті корпоративна культура буде являти собою носій закодованої інформації щодо етапів розвитку компанії, її інноваційної політики та відношення співробітників компанії до інновацій.

Корпоративна культура, що сприятиме активізації інноваційної діяльності, повинна формувати у співробітників підприємства уявлення щодо:

- ▶ місії та стратегії в області інноваційної діяльності;
- ▶ проголошуваних цінностей інноваційної політики;
- ▶ колективного уявлення щодо часу розробки, реалізації та впровадження інновацій.

А також, повинна виконувати такі функції:

- ▶ мотивація співробітників сприймати, підтримувати та впроваджувати інновації;
- ▶ заохочення до навчання, інтелектуального розвитку, збільшення внутрішнього потенціалу та креативності;

Це дозволить зробити інноваційну політику фірми більш адаптованою та значно вплинути на економічне зростання організації, збільшити інноваційний потенціал підприємства, як на рівні окремого співробітника, так і на рівні підприємства в цілому, Вплив корпоративної культури, спрямований на персонал, дозволяє підвищити ступінь готовності співробітників до прийняття, розробки та впровадження інновацій.

Більшість вчених [3; 4] констатують факт зростання потреби в розробці комплексної системи управління інноваціями, що буде зорієнтована на посилення залученості кадрів підприємства в інноваційну діяльність. Це може бути досягнуто шляхом впровадження інноваційних компонентів, сприяючих активізації інноваційної діяльності до корпоративної культури підприємства.

Література

1. Василенко В. О., Шматько В. Г. Інноваційний менеджмент : навчальний посібник. Видання 3-є, вип. та доп. / За редакцією Василенко В. О. – Київ : Центр навчальної літератури, 2005. – 230 с.
2. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент / С. Д. Ильенкова. – М. : ЕАОИ, 2008. – 240 с.
3. Клещев А. Г., Бородин О. В., Бражна З. В. Развитие корпоративной культуры фирмы: Монография. – Кострома: Знание, 2002. – 300 с.
4. Менеджмент корпораций и корпоративное управление: Монография / Асаул А. Н., Павлов В. И., Бескиер Ф. И., Мышко О. А. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 250 с.

5. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов. 5-е изд. / Фатхутдинов Р.А. – СПб : Питер, 2005 – 340с.

6. Шовкалюк В. С. Інноваційний розвиток України: особливості 2012 року / Шовкалюк В. С. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www1.nas.gov.ua/publications/books/serii/academy/1102010/Documents/2013_7/Nauka_Ukr_V7_4.pdf



УДК 005.332.4(477)

PRESENT OBSTACLE COURSE ON THE WAY TO COMPETITIVENESS OF UKRAINE

Dzenis Oleksiy Oleksandrovich, Ph.D. in economics, associate professor
of international economy and management of international economic activity department
e-mail: oleksiy_82@mail.ru

Shestakova Olena Andriivna, Ph.D. in economics, lecturer
of international economy and management of international economic activity department
e-mail: elena_shestakova@rambler.ru

Simon Kuznets Kharkiv national university of economics

Today Ukraine is going through one of the most difficult periods since its establishment, with multiple challenges facing policy-makers. Ukraine is not only struggling to recover from the worst financial and economic downturn and is even facing sovereign default, but is still suffering from hostilities, that deminish country's stability from inside.

As a result, political discontent is mounting. Electorates increasingly judge their political leaders unable or unwilling to adopt measures to place local economy on firmer ground, potentially placing the entire project of country's economical growth and European collaboration in jeopardy. Some gloomy forecasts portend a lost decade for growth unless decisive action is taken at

scale and speed to address the bottlenecks to reform that are strangling economic development.

It is clearly understandable that every country is struggling to reach high levels of economic prosperity which cannot be sustained without high levels of competitiveness. By the World Economic Forum «competitiveness» is defined as the set of institutions, policies, and factors that determine the level of productivity of a country. The level of productivity, in turn, sets the level of prosperity that can be reached by an economy. The productivity level also determines the rates of return obtained by investments in an economy, which in turn are the fundamental drivers of its growth rates. In other words, a more competitive economy is one that is likely to grow faster over time.

The fact is despite all unfavourable aspects that have been already mentioned above, according to The Global Competitiveness annual report Ukraine has moved up from 84th to 76th position during the year arguably reflecting expectations associated with its transition to a new government following the Euromaidan protests. The conflict in the eastern part of the country and in Crimea did not affect the results of the exercise in a substantial way, because it was still localized at the time when the Survey was conducted, yet it will most likely affect the country's competitiveness going forward.

The 76th position of Ukraine in The Global Competitiveness Index list and results of precise analyses of its competitiveness indicates efficiency-driven stage of development, which means countries develop more efficient production processes and increase product quality because wages have risen and they cannot increase prices. At this point, competitiveness is increasingly driven by higher education and training, efficient goods markets, well-functioning labor markets, developed financial markets, the ability to harness the benefits of existing technologies, and a large domestic or foreign market.

In this connection, defining a comprehensive reform agenda that identifies key measures to address the main country's competitiveness weaknesses and strengths is needed (figure 1). Hence, it is necessary to outline that improvements in the GCI reflect more positive perceptions of institutions and the efficiency of markets. Other improvements reflect better educational outcomes, seen in a higher primary enrollment rate and more ICT use by individuals and business.

Секція 2. Міжнародна конкуренція та конкурентоспроможність

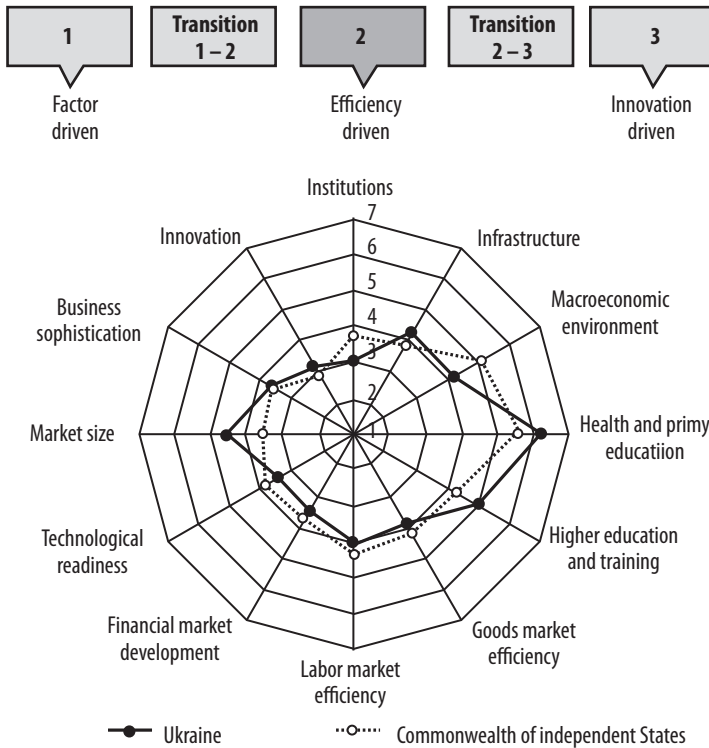


Figure 1. The radar of competitiveness [2]

Restoring peace in Eastern Ukraine is undoubtedly the country's highest priority. However, far-reaching reforms will be necessary in order to put economic growth on a sustainable footing. These include an overhaul of the institutional framework (130th), along with measures to reduce the dominance of large companies in domestic markets (129th) and to make markets more competitive (125th) and hence more efficient (112th). A strengthening of financial markets would further help stabilize the economy and enable Ukraine to better take advantage of its numerous competitiveness strengths, such as its well-educated population and its market size, which is fairly large in the European context.

References

1. The Europe 2020 Competitiveness Report: Building a More Competitive Europe. – World Economic Forum. – Geneva, 2012. – 40 p.
2. The Global Competitiveness Report 2014–2015. World Economic Forum. – Geneva, 2014. – 548 p.



УДК 658.8.21:339.564

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Іванієнко Карина Вікторівна, аспірант
кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: karyna.ivaniienko@yandex.ru

Сталий розвиток машинобудівного підприємства та його експортної діяльності в існуючих мінливих економічних, соціально-політичних умовах в галузі, у країні, у світі визначається ефективністю стратегії розвитку його експортного потенціалу.

Проблемі формування стратегії управління та розвитку експортного потенціалу підприємств України присвячені роботи таких вітчизняних науковців, як В. С. Пономаренко, С. В. Князь, А. І. Піддубна, С. М. Ілляшенко, М. О. Кизим, І. Ю. Кривецький, Ю. В. Федулова, О. П. Чукурна, О. М. Чупир та інші. Аналіз стану розроблення теоретичних засад формування стратегії розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства дає підстави визначити його як такий, що знаходиться у стадії формування і потребує подальшої розбудови.

Оскільки сталий розвиток експортної діяльності може бути досягнуто здатністю системи експортного потенціалу підприємства своєчасно та адекватно реагувати на зміни внутрішніх факторів конкурентоспроможності і факторів зовнішнього середовища, існує потреба у подальшому дослідженні проблеми формування стратегії розвитку експортного потенціалу машинобудівних підприємств, що володіє властивістю адаптивності. Принциповою відмінністю адаптивної стратегії розвитку є її готовність до змін внутрішнього та зовнішнього середовища у широкому спектрі значень у вигляді готового набору можливих варіантів. Такий набір готових рішень, як реакції на широкий діапазон впливу можливих дестабілізуючих факторів на експортний потенціал підприємства, забезпечується структурою і методом формування формули адаптивної стратегії.

На підставі [1, с. 4] формула стратегії може бути визначена як один з можливих варіантів напрямків діяльності підприємства з розвитку його експортного потенціалу, «являє собою формалізований опис використуваних для досягнення обраної мети видів і напрямків діяльності, ресурсів, інструментів, методів».

Оскільки експортний потенціал машинобудівного підприємства є відкритою динамічною системою, поведінка якої залежить від комплексного, синергетичного впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, то множину завдань, що наповнюють перший етап концептуального підходу, можна структурувати по наступних напрямках: формування гіпотези про систему показників, які відбивають зміст та структуру експортного потенціалу машинобудівного підприємства, тобто формування вхідного простору діагностичних індикаторів; вибір та обґрунтування методів економіко-математичного моделювання фільтрації потоків інформації оцінки розвитку експортного потенціалу; інтерпретація результатів та формування фінальної системи діагностичних індикаторів.

Другий етап призначений для побудови моделей діагностики стану та рівня розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства. Діагностика є невід'ємною складовою системи стратегічного управління експортним потенціалом, оскільки вона націлена на ідентифікацію поточного стану, а також розробку альтернативних превентивних та реак-

тивних управлінських рішень щодо розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства. Пропонується підхід, заснований на формуванні рейтингу рівня розвитку експортного потенціалу машинобудівних підприємств на базі синтетичного інтегрального показника, що характеризується (описується) інформаційним простором діагностичних індикаторів. Таким чином, результати першого етапу концептуального підходу є підґрунтям для рішення завдань другого етапу концептуальної моделі. У свою чергу, результати, отримані на другому етапі, створюють підґрунтя для формування стратегічних альтернатив розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства. Результати застосування запропонованого підходу до діагностики експортного потенціалу промислового підприємства дають ключовий матеріал не для остаточного вибору оптимального напрямку розвитку експортного потенціалу, а для формування набору рішень даної проблеми і також для формування набору критеріїв їх ефективності.

Третій етап спрямований на розробку системи управлінських рішень щодо вибору стратегії розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства. Даний етап передбачає вирішення трьох завдань: розробка стратегічних альтернатив розвитку експортного потенціалу підприємства; оцінка стратегічних альтернатив за певними критеріями; генерування найкращого цілісного варіанта стратегії розвитку експортного потенціалу промислового підприємства. Реалізація поставлених завдань є можливою завдяки розробці та апробуванню логіки застосування методу морфологічного моделювання, який є одним з прикладів реалізації системного підходу в творчому процесі [2, с. 370], в поєднанні з методом аналізу ієрархій як інструменту прийняття управлінських рішень щодо формування стратегії розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства. В основі морфологічного методу розробки і трансформації стратегії – аналіз і синтез безлічі альтернатив, що характеризують функціональні підсистеми розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства, і вибір оптимального портфелю альтернатив відповідно до певних критеріїв. Завдяки діям на цьому етапі відбувається формування альтернативних сценаріїв розвитку експортного потенціалу підприємства, спрямованих на усунення або попередження виявлених відхилень

шляхом зміни параметрів розподілу ресурсів та визначення можливостей їх більш ефективного використання.

Особливістю даного підходу по відношенню до наведених у літературі є формулювання на основі результатів моніторингу та діагностики рівня розвитку експортного потенціалу підприємства безлічі можливих варіантів стратегії його розвитку, вибір оптимального з яких визначається реально сформованими конкретними обставинами, тобто управлінською ситуацією. Використання розробленого концептуального підходу дозволяє сформулювати стратегію розвитку експортного потенціалу машинобудівного підприємства, враховуючи потенційні та реальні можливості підприємства.

Реалізація даного підходу на підприємстві підвищить якість та ефективність управлінських рішень з формування стратегії розвитку експортного потенціалу завдяки використанню системи економіко-математичних моделей та методів при їх обґрунтуванні. Можливість використання інформаційних технологій в процесі розробки безлічі варіантів стратегії та вибору оптимального з них забезпечують підтримку об'єктивності прийняття рішень керівництвом підприємства.

Література

1. Сидорин А. В. Адаптивная стратегия организации // Интернет-журнал «Науковедение». – М., 2013. – №2(15). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naukovedenie.ru/PDF/25tvn213.pdf>
2. Чечетова-Терашвілі Т. М. Рационалізація управління стратегічним вибором підприємства / Т. М. Чечетова-Терашвілі // Бізнесінформ. – 2013. – №13. – С. 368 – 372.



УДК 658.45

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК З УРАХУВАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Колодізева Тетяна Олександрівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: kolodizeva@ukr.net

Важливою умовою підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності вітчизняних підприємств є формування ними ефективних ланцюгів поставок (ЛП) та впровадження в свою діяльність принципів управління ланцюгами поставок (УЛП, SCM – Supply Chain Management) – найсучаснішої концепції управління підприємствами, яка є результатом розвитку менеджменту, маркетингу та логістики та відповідає вимогам сучасного етапу розвитку економіки, що характеризується розвитком мережевого виробництва, є економікою компетенцій та взаємодії. Це обумовлює актуальність удосконалення теоретичного підґрунтя концепції SCM та уточнення основних теоретичних положень цієї концепції.

Визначенню поняття УЛП приділяли увагу вітчизняні і закордонні вчені, міжнародні логістичні організації (Європейська логістична асоціація – ELA, Рада логістичного менеджменту – CLM, Рада професіоналів в галузі управління ланцюгами поставок – CSCMP та ін.). Серед вчених, які досліджували сутність цього поняття – Є. В. Крикавський, В. І. Сергеев, Дж. Сток, Д. Ламберт, Д. Менцер, Р. Хендфілд, М. Купер, Г. Стівенс та ін. Але, незважаючи на значну кількість визначень поняття УЛП, його сутність залишається все ж таки не в повній мірі зрозумілою, що обумовлюється існуванням певних теоретичних суперечностей.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних підходів до визначення поняття управління ланцюгами поставок та уточнення цього поняття з урахуванням сучасних тенденцій розвитку національної економіки.

Перший теоретичний підхід до визначення УЛП акцентує увагу на координації та інтеграції логістичних процесів між учасниками ланцюгів поставок. Так, Д. Ламберт і Дж. Сток підкреслюють, що УЛП - це інтегрування ключових бізнес-процесів, починаючи від кінцевого користувача та охоплюючи всіх постачальників товарів, послуг та інформації, що додавають цінність для споживачів та інших зацікавлених осіб [3]. Автори розглядають УЛП як інтегровану бізнес-концепцію міжфункціональної та міжорганізаційної координації. Так Д. Менцер визначає УЛП як систематичну і стратегічну координації традиційних бізнес-функцій і тактики при реалізації цих бізнес-функцій в конкретній компанії і у всіх фірмах ланцюга поставок з метою покращення довгострокової діяльності окремих компаній і ланцюгів поставок в цілому [6]. Хендфілд Р. Б. також визначає УЛП як концепцію, головним завданням якої є інтеграція постачання та контролю над матеріальним потоком [4].

Другий теоретичний підхід фокусується на функціях управління та визначає УЛП як філософію або метод менеджменту. М. Купер та ін. [5] трактують УЛП як інтегративну філософію управління загальним потоком у каналі від початкового постачальника сировини до кінцевого споживача й за його межі, включаючи процес утилізації. В збірнику «Стандартів з логістики та управлінню ланцюгами поставок» наведено визначення УЛП як організації, планування, контролю і виконання товарного потоку, від проектування і закупівель через виробництво і розподіл до кінцевого споживача відповідно з вимогами ринку до ефективності за витратами [8].

Третій теоретичний підхід концентрує увагу на фокусній компанії та управлінні її взаємовідносинами з ключовими учасниками ланцюга поставок - партнерами, які приймають безпосередню участь у створенні вартості для клієнта. В контексті цього підходу, УЛП полягає в встановленні довго-строкових відносин з постачальниками та споживачами, укладанні взаємо-вигідних угод, розподілі ризиків та вигід, переході від конкуренції, обов'язків та недовіри до взаємної підтримки та вільному обміну інформацією [2; 7].

Четвертий теоретичний підхід визначає УЛП як відповідь на запити споживачів щодо створення споживчої вартості, як синхронізацію вимог

споживача з потоком матеріалів від постачальника [9] для досягнення оптимізації ланцюгів поставок за критеріями обслуговування споживачів та зниження витрат на одиницю продукції за рахунок оптимізації ланцюга вартості, що утворюється в результаті додавання вартості на кожному етапі створення продукції або послуг. В центрі уваги цього теоретичного підходу - реалізація процедури «конструкції – деконструкції – реконструкції» ланцюга вартості, яка, за визначенням Є. В. Крикавського повинна бути узагальненою оцінкою ланцюга поставок щодо його результативності в аспектах обслуговування клієнтів, генерування доходу (прибутку), еластичності, інноваційності, відповідності бізнесу людським цінностям [1].

Треба відзначити, що визначення сутності концепції УЛП є деякою мірою похідним від визначення сутності ланцюга поставок. Аналіз літературних джерел свідчить, що: використання об'єктно-просторового підходу до визначення ЛП передбачає трактування сутності УЛП як координації та інтеграції логістичних процесів учасників ланцюгів поставок; використання процесного підходу до визначення ЛП передбачає представлення сутності УЛП як реалізації функцій управління процесами в ланцюзі поставок; використання поведінкового підходу до визначення ЛП орієнтує на розгляд сутності УЛП як формування взаємовигідних відносин з ключовими учасниками ланцюга поставок; визначення ланцюга поставок у світі його трансформації в ланцюг вартості для задоволення вимог споживачів, який передбачає утворення синергетичних ефектів в ланцюзі поставок та підвищення ефективності логістичної діяльності через забезпечення високого рівня логістичного сервісу при зниженні рівня логістичних витрат означає розгляд сутності УЛП як управління, синхронізованого із запитами споживачів.

Вважаємо, що УЛП є синтетичним поняттям, під яким слід розуміти філософію і метод менеджменту; координацію і інтеграцію логістичних операцій, функцій і процесів; формування взаємовигідних партнерських відносин між учасниками ланцюгами поставок для задоволення вимог споживачів щодо підвищення споживчої цінності продуктів/послуг при одночасному зниженні їх вартості для забезпечення їх конкурентоспро-

можності на національному та світовому ринках. Підвищення конкурентоспроможності українських товарів і послуг на внутрішньому та світовому ринках повинно стати основною тенденцією розвитку національної економіки.

Ефективне використання систем УЛП пов'язано з необхідністю вирішення низки теоретико-методичних та практичних проблем та обумовлює доцільність подальших наукових досліджень в цьому напрямі.

Література

1. Крикавський Є. В. Ланцюг вартості Портера (конструкція, деконструкція, реконструкція) та управління за цінностями / Є. В. Крикавський, З. Патора-Висоцька. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2015. – № 2. – С. 12 – 13.
2. Сергеев В. И. Еще раз к вопросу о терминологии в логистике и управлении цепями поставок / В.И. Сергеев // Логистика и управление цепями поставок. – 2006. – № 5. – С. 6 – 18.
3. Сток Дж. Р. Стратегическое управление логистикой / Дж. Р. Сток, Д. М. Ламберт; пер. с англ. 4-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 797 с.
4. Хэндфилд Р. Б. Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности / Р. Б. Хэндфилд, Э. Л. Николс, мл. ; пер. с англ. – М. : ИД «Вильямс», 2003. – 416 с.
5. Cooper M.C. Meshing Multiple Alliances / M.C. Cooper, L.M. Ellram, J. Gardner, A. Hanks // Journal of Business Logistics. – 1997. – №18 (1). – С. 67 – 89.
6. Mentzer J. T. Defining Supply Chain Management/ J. T. Mentzer et al. // J. of Business Logistics. 2001. V. 22. № 2. CLM. 2001. P. 18. (Пер. В.И. Сергеева)
7. Lee Hau L. Zarządzanie łańcuchem dostaw: Sekret najbardziej efektywnych łańcuchów dostaw. / Hau L. Lee // HARVARD BUSINESS SCHOOL PRESS, 2006. – S. 99–128.
8. Logistics and Supply Chain Management: Modern Trends in Germany and Russia: IV Terminology in logistics: Annex, Том 1; European Logistics Association; Изд. ELA, 1991. – 117 с.
9. Stevens Graham C. Integrating the Supply Chain/ Graham C. Stevens [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cc.sjtu.edu.cn/G2S/eWebEditor/uploadfile/20130422113932110.pdf>



УДК 336.226.12:336.24.07.(477)

РОЗВИТОК КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ МИТНИХ ПЛАТЕЖІВ В УКРАЇНІ

Котиш Олена Миколаївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: EKotysh@mail.ru

Демонізація зовнішньоекономічних зв'язків та проведення економічних реформ в Україні зумовляють активний розвиток зовнішньоекономічної діяльності (далі ЗЕД), яка є однією з основних форм взаємодії України з іншими країнами світу. Ефективне її здійснення є запорукою підвищення доходів до державного бюджету, добробуту населення та економічного зміцнення України на міжнародній арені. На ефективність ЗЕД суттєво впливають методи її державного регулювання. Особливої уваги заслуговує митне оподаткування в процесі здійснення ЗЕД, що вимагає теоретичного осмислення поняття «митні платежі» та їх ролі і місця в державному бюджеті країни.

Зазначеній проблемі в науковій літературі присвячено багато уваги. Серед науковців, які активно вивчали проблему визначення митних платежів, їх структури, видів та механізму адміністрування є: Башнянин Г. І., Босак А. О., Войцещук А. Д., Гребельник О. П., Дудчак В. І., Іващук І. О., Козик В. В., Петруня Ю. Є. та інші. Незважаючи на суттєві наукові здобутки у цій сфері, деякі проблеми залишаються не вирішеними, і стосується це перш за все дослідження сутності поняття «митні платежі» та їх значення в економіці держави, що є метою даного дослідження. Для досягнення поставленої мети в роботі було проведено теоретичний аналіз підходів до визначення сутності поняття «митні платежі» та з'ясовані їх основні характеристики.

Вивчення нормативної бази [1; 2] України дало можливість автору встановити, що, сутність, особливості нарахування та порядок сплати митних платежів передбачені такими законодавчими актами, як: Митний кодекс України (далі МКУ) і Податковий кодекс України (далі ПКУ).

Так, аналіз МКУ [2] дозволив встановити, що даним нормативним документом, а саме розділами I та IX встановлено виключний перелік митних платежів, до яких відноситься: мито, податок на додану вартість та акцизний податок на імпортовані на митну територію України товари. При цьому МКУ не розкриває економічної сутності понять «митні платежі», «податок на додану вартість на імпортовані на митну територію України товарів» (далі ПДВ) і «акцизний податок на імпортовані на митну територію України товарів» (далі АП). МКУ визначає і регулює порядок нарахування та адміністрування одного з видів митних платежів, а саме мита, яке представляє собою загальнодержавний податок, який встановлений ПКУ та МКУ, нараховується та сплачується відповідно МКУ, законів України та міжнародних договорів, які ратифіковані Верховною радою України.

Економічна сутність поняття «митні платежі» визначена в ст. 14 «Визначення понять» розділу I ПКУ, у відповідність з якою митні платежі – це податки, які сплачуються під час переміщення або у зв'язку з переміщенням товарів через митний кордон України та контроль за сплату яких покладено на контролюючі органи. При цьому ПКУ встановлює сутність, порядок сплати та особливості визначення бази оподаткування товарів при нарахуванні суми решти видів митних платежів, а саме: ПДВ і АП.

Аналіз митного кодексу Митного Союзу [3] не наводить поняття «митні платежі», але в ст. 70 вказується їх перелік, до якого відносяться: ввізне мито, вивізне мито, податок на додану вартість, що стягується при ввезенні товарів на митну територію митного союзу, акциз (акцизи), що стягується (стягуються) у разі ввезення товарів на митну територію митного союзу і митні збори.

За результатами проведених досліджень кандидата юридичних наук з митного права європейського Співтовариства (далі – ЄС) Наку А. О. під митними платежами в ЄС розуміється обов'язкові збори, стягнуті у всіх державах-членах на основі однакових правових норм Співтовариства на підставі факту перетину товарами митного кордону Співтовариства [4], які включають: митні збори (імпортні або експортні), сільськогосподарські мита та інші збори у рамках спільної сільськогосподарської полі-

тики, збори, що мають рівнозначний ефект, податки з обороту (податок на додану вартість), акцизи.

Огляд наукової літератури [5 – 9] дозволив виявити, що такі науковці як Нікіпчук О. О., Лопатовський В. Г. під митними платежами розуміють обов'язкові платежі, встановлені митним та податковим законодавством, що справляються у зв'язку з переміщенням товарів і транспортних засобів через митний кордон [5].

В проведених дослідженнях Свінухова В. Г. митні платежі розглядаються як стягнені органами доходів і зборів податки і збори, які безпосередньо пов'язані з переміщенням товарів через митний кордон, сплата яких є невід'ємною умовою для митних процедур [6]. Жуковець Ю. В. розглядає митні платежі як сукупність всіх платежів, що підлягають сплаті особою в обов'язковому порядку органам доходів і зборів за переміщення товарів через митний кордон [7]. Драганов В. Г. [8] і Атрощенко І. С. [9] під митними платежами розуміє грошові кошти, які підлягають обов'язковому стягненню органами доходів і зборів з осіб, які беруть безпосередню участь у переміщенні товарів через державний кордон.

Таким чином проведений аналіз нормативно-правових та наукових підходів до дефініції митних платежів дозволив автору статті з'ясувати, подібності між ними, а саме представлені науковці під митними платежами розуміють кошти, які стягуються та контролюються органами доходів і зборів під час переміщення товарів або у зв'язку з їх переміщенням, але жоден з них не уточнює момент сплати обов'язкових платежів.

При цьому до митних платежах дослідники відносять тільки обов'язкові податки і збори, які пов'язані з безпосереднім перетином митного кордону товарами або транспортними засобами, що звужує поняття «митні платежі» і обмежує їх склад.

Відповідно до Наказу Міністерства фінансів України від 20.09.2012 р. № 1011 існують наступні види бюджетних надходжень, що контролюються митними органами та сплачуються під час перетину або у зв'язку з перетином товарів, до них відносяться: мито, акцизний податок, ПДВ, плата за супроводження та охорону товарів; штрафи за порушення митних правил і податкового законодавства, плата за виконання митних формальностей,

екологічний податок, відшкодування витрат митним органам за збереження товарів, транспортних засобів на складах митних органів, плата за проведення лабораторних досліджень та експертиз для прийняття рішень про класифікацію товару, плата за прийняття попереднього рішення про класифікацію та кодування товарів згідно з УКТ ЗЕД, єдиний збір, який справляється в пунктах пропуску через державний кордон України, екологічний податок тощо.

Проведений теоретичний аналіз наукової літератури та законодавчих актів, дозволив встановити, що незважаючи на значні напрацювання в цій сфері єдиного підходу до визначення даної економічної категорії як «митні платежі» не існує, також у поданих джерелах наводиться різний перелік податків і зборів, що не дозволяє розробити єдиного універсального підходу до визначення даного поняття.

Виходячи з наведеного вище, автор даного дослідження під митними платежами розуміє грошові надходження, які сплачуються суб'єктами господарської діяльності та громадянами України до, під час або після перетину державного кордону України у зв'язку з підготовкою товару до митного оформлення в одному з митних режимів, його зберіганні, супроводі і переміщення, які контролюються органами доходів і зборів. Такий підхід до розуміння даної економічної категорії дозволяє істотно розширити склад митних платежів, які сплачуються суб'єктами ЗЕД України та уточнити час сплати таких платежів. При цьому він не суперечить визначенню вказаному у ПКУ, а доповнює його.

Таким чином, у проведеному дослідженні було уточнено поняття «митні платежі» на основі аналізу нормативно-правових актів та наукових підходів, що дозволить у подальшому вивченні цього питання виявити класифікаційні ознаки митних платежів, уточнити порядок їх розрахунку у конкретному митному режимі, періоди визначення та сплати, а також особу, яка несе відповідальність за їх розрахунок, що дасть можливість спростити процедуру митного оформлення товарів у пунктах пропуску через митний кордон України.

Література

1. Податковий кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011. – № 13-14, № 15-16, № 17, ст. 112). [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Митний кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012. – № 44-45. – № 46-47, № 48, ст. 552). [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
3. Таможенный кодекс таможенного Союза [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://www.consultant.ru/popular/custom_eaes/112_10.html#p815
4. Таможенное право ЕС [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.economics.kiev.ua/index.php?id=741&view=article>
5. Нікіпчук О. О. Особливості адміністрування митних платежів в Україні // О. О. Нікіпчук, В. Г. Лопатовський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer30/186.pdf>
6. Свиных В. Г. Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности. Учебник. – М.: Экономистъ, 2005. – 271 с.
7. Таможенное право в вопросах и ответах / В. Ю. Жуковец. – М. : ЭКСМО, 2005. – 219 с.
8. Драганов В. Г. Основы таможенного дела. М. : «Экономика», 1998. – С. 330.
9. Атрощенко И. С. Таможенные платежи как источник формирования доходов современного государства / И. С. Атрощенко – М. : Юридическая наука №3, 2011 000 «Издательство «Концепция». – С. 75 – 77.



УДК 339.9

ВКЛЮЧЕННЯ В ГЛОБАЛЬНІ ЛАНЦЮЖКИ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ЯК НАПРЯМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Липов Володимир Валентинович, доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: Lipov_vl@mail.ru

Початок нового тисячоліття ознаменовано інтенсифікацією міжнародної економічної взаємодії суб'єктів господарювання. Кардинально змінюються організаційні засади забезпечення конкурентоспроможності корпорацій, що прагнуть досягти успіху на глобальних ринках. Від включення в свою структуру іноземних філій, *вертикальної спеціалізації та інтеграції* глобальні ТНК переходять до *співробітництва на контрактній основі*. Отримує розвиток аутсорсинг та *офшоринг* виробничих процесів. Зростає частка *проміжної продукції* в загальних обсягах міжнародної торгівлі. За свідченням спеціалістів ЮНКТАД на неї припадає більше 60 % [1, с. 22].

Ці зміни набувають особливої актуальності в умовах необхідності кардинальної перебудови самих засад господарчого механізму української економіки. Перспективним представляється формування цілеспрямованої політики підтримки виходу національних виробників на світові ринки не лише у якості рядових елементів *глобальних ланцюжків доданої вартості (ГЛДВ)*, а й як організаторів таких ланцюжків, здатних задавати свої критерії оцінювання внеску учасників у її створення і, відповідно, управління її перерозподілом.

Метою роботи є дослідження еволюції та перспектив інтеграції національних виробників у глобальний економічний простір в умовах поширення можливостей горизонтальної співпраці, зокрема створення Україні конкурентоспроможних фірм-лідерів і фірм-технологічних платформ ГЛДВ, здатних впливати на розподіл доданої вартості в їх межах.

Об'єктивні передумови для більш широкого переходу до глобальної інтеграції у виробничій сфері було створено ще у другій половині ХХ століття завдяки *фрагментації* виробничих процесів, впровадженню технологій *подетальної спеціалізації, каскадної системи субпоставок за методом «точно в строк»*, *модульної системи виробництва*. Кожна з перелічених інновацій в організації виробничого процесу означала поступове розширення можливостей переходу від *вертикальної інтеграції виробництва* в межах єдиної організаційної структури до *горизонтальної інтеграції незалежних спеціалізованих учасників* єдиного виробничого процесу.

Корпорація «Тойота» вперше застосована *каскадну систему субпоставок за методом «точно в строк»* – систему виробництва, за якої основна компанія володіє складальними підприємствами, а компоненти постачає обмежена кількість постійних незалежних виробників, які працюють з субпостачальниками більш низького рівня. *Модульна система виробництва* в свою чергу передбачає формування навколо основної компанії *мережі підрядних та субпідрядних організацій* декількох рівнів, що приймають участь в створенні окремих стандартизованих модулів-елементів товару-продукту. Її розвиток призвів до формування у високотехнологічних галузях мікроелектроніки, авіа-, автомобілебудування незначної кількості *ТНК – контрактних виробників*, що виступають постачальниками комплектуючих одразу для багатьох брендів продуктів, які конкурують на одному ринку. Так, в авіабудуванні виробництво авіадвигунів сконцентровано в корпораціях «General Electric», «Rolls-Royce», «United Technology», «Мотор-Січ». В мікроелектроніці американські «Celestica», «Solectron», тайванські «Quanta», «HonHai» спеціалізуються на виробництві компонентів брендів моделей із стандартизованих деталей та вузлів. «Delphi» і «Bosh» в автомобілебудуванні контролюють світове виробництво 75 % паливних насосів для дизельних двигунів, широкий спектр деталей пропонує «Visteon».

Це стало можливим в результаті переходу провідних ТНК до *стратегії дивертикалізації міжнародних ТНК* – розпродажу ТНК функціональних підрозділів, які забезпечують певні ланки виробничого процесу і включення їх у виробничі ланцюжки у якості незалежних виробників. Саме так на основі підрозділів «General Motors» і «Ford» було створено, відповідно, «Delphi», «Visteon» – глобальних постачальників комп-

лектуючих та компонентів для автомобільної промисловості. Тим самим забезпечується концентрація зусиль ТНК на *ключових функціях та компетенціях*, здатних з мінімальними витратами забезпечити максимальний прибуток. ТНК перетворюються у *системних інтеграторів*. Постачальникам передаються функції конструювання і створення основних систем і підсистем. Так, корпорація «Boeing» повний цикл виробництва крила літака «Boeing 787» довірила японській корпорації «Mitsubishi Heavy Industries» (МНІ).

Характерною рисою сучасного стану міжнародної кооперації виробництва стає **глобальний розподіл виробничого процесу** – розподіл елементів кінцевого продукту між незалежними виробниками, які можуть мати *будь-яке місце знаходження*. Критерій вибору - здатність створювати якісний продукт з мінімальними витратами. Відбувається поєднання *горизонтальної диверсифікації виробництва та вертикальної спеціалізації*. **Горизонтальна диверсифікація виробництва** – розміщення в інших країнах виробництва тієї ж номенклатури товарів, що і в своїй країні з метою освоєння їх ринків на основі принципу «розвитку виробництва там, де здійснюються продажі» доповнюється **вертикальною спеціалізацією**. Вона в свою чергу передбачає об'єднання в мережеві структури, ГЛДВ, великої кількості фірм, що працюють в сегментах, які забезпечують в одній галузі різні стадії виробничого процесу. Система будується за модульним принципом і включає **фірми-лідери, технологічні платформи і контрактних виробників**.

Фірми-лідери концентруються на ключових функціях, перебирають на себе створення бренду, ініціюють формування, координують та керують маркетинговою політикою, логістикою виробничо-збутових ЛДВ, забезпечують послуги з фінансового управління. Серед таких компаній можна назвати «IBM», «Siemens», «General Motors», «Medtronic», «Toyota». **Лідери платформи** – компанії, технологічні, програмні розробки яких з успіхом використовуються в продукції ГЛДВ. Прикладами є «Microsoft», «Intel», «MediaТес». Саме вони часто виявляються основними отримувачами прибутку від діяльності ГЛДВ. Досягається це завдяки тому, що лідери платформ, за рахунок технологічних інновацій, в змозі регулярно збезцінювати *ключові компетенції фірм-лідерів*.

Контрактні виробники – фірми, що надають послуги з організації та займаються безпосереднім виробництвом. Серед них «Quanta», «Venture», «SIIX», «Zollner Electrones». Контрактні виробники беруть на себе функції проведення НДіДКР технологічних процесів, проектування виробничого устаткування, закупки комплектуючих, виробництва, тестування, упакування та маркетингу продукції, післяпродажного обслуговування. Варто зазначити тенденцію подальшого поглиблення вертикальної спеціалізації, коли **контрактні виробники** перетворюються в глобальні фірми, що включають у власні виробничі ланцюжки виробників і постачальників, намагаються створити відповідні інтегровані виробничі системи. Виділяють контрактних виробників, що надають виробничі послуги, що надають послуги з виробництва оригінального устаткування, що його розробляють.

Особливе значення для України має той факт, що історія створення та еволюції ГЛДВ знає приклади успіху, коли новим фірмам або контрактним виробникам як з розвинених, так і з країн, що розвиваються, вдавалося просуватися на більш високі рівні ГЛДВ і, відповідно, глобальної технологічної піраміди. Прикладами можуть слугувати «Lenovo» (виробник ПК), «Huawei» (комунікаційне обладнання), «Haier» (побутова техніка і споживча електроніка). Можливості вертикальної спеціалізації найбільш наглядно продемонструвала компанія «Chery Automobile».

Українські виробники мають потенціал успіху не лише у царенні включення в ГЛДВ у якості контрактних виробників. Сам природно-ресурсний потенціал, матеріально-технологічна, наукова і освітня база, кваліфікаційний рівень працівників галузі складають передумови створення власних ГЛДВ, просування на позиції фірм-лідерів, фірм-створювачів технологічних платформ.

Література

1. Доклад о мировых инвестициях. 2013. Обзор / ЮНКТАД. – Нью-Йорк/Женева : ЮНКТАД, 2013. – 52 с.



УДК 005.332.4:338.46

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

Мажник Лідія Олександрівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: lidia.mazhnyk@gmail.com

На сьогоднішній день серед українських підприємців все більшої актуальності набуває розвиток сфери послуг, що пов'язано із її перспективністю та відносно низькими витратами забезпечення діяльності. Питаннями розвитку сфери послуг займалися В. Комаров, О. Лойко, О. Моргулець, В. Улановская та інші [1 – 4]. Суттєву увагу конкурентоспроможності приділяли увагу такі науковці, як М. Портер, Р. Фатхутдінов, О. Ястремська [5 – 7] та інші. Проте питання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сфери послуг все ще потребує аналізу та деталізації.

Мета дослідження полягає у необхідності виділити та сформулювати особливості конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сфери послуг.

У системі конкурентних переваг, за М. Портером [8] формуються умови створення особливостей підприємств, розглянемо на прикладі сфери послуг:

- 1) стратегія підприємства (її структура та конкуренти) – визначальними є умови функціонування підприємств в Україні, що встановлюють яким чином створюються підприємства та як доцільно здійснювати процес управління, визначають безпосередньо характер конкуренції на внутрішньому ринку;
- 2) параметри попиту – формують умови попиту, тобто рівень попиту на послуги на внутрішньому ринку, що пропонуються серед галузей;
- 3) ознаки споріднених (*related*) та допоміжних (підтримуючих) галузей – є наявність або відсутність означених галузей, що є конкурентоздатними в країні та на міжнародному ринку;

- 4) факторні умови – наявність конкретних факторів, що необхідні для успішної конкуренції серед підприємств сфери послуг (зокрема кваліфікована робоча сила певного профілю з відповідним досвідом роботи або комунікації, інфраструктура тощо).

Отже, так званий національний «ромб» конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку визначає кожен складовий елемент системи, що взаємопідсилює інші та здійснює значний вплив на систему, у зв'язку з чим виділено такі головні особливості:

По-перше, сфера послуг більш динамічна у реакції на зміни у зовнішньому середовищі, у тому числі на законодавчі зміни тощо.

По-друге, підприємства сфери послуг мають можливість активніше акумулювати певні ресурси та технології за рахунок досвіду і навичок персоналу підприємства, а також позитивно використовувати кон'юнктурні обставини, що складаються в галузі та загалом по країні, інколи самостійно формуючи попит на певні послуги.

По-третє, наявність підприємств, що концептуально розвивають підприємства сфери послуг зазвичай криється безпосередньо у виробничій сфері та витікає відповідно з темпів розвитку технологій тощо.

По-четверте, сфера послуг за наявності гарної робочої ідеї функціонування та міцного колективу здатна постійно оновлювати асортимент послуг та генерувати нові ідеї щодо обслуговування.

Проте важливу роль також відіграють випадкові події та дії уряду, що згідно аналізу сучасних українських реалій [9] не завжди здійснюють позитивний вплив.

Слід звернути увагу, що остаточному виокремленню специфічних особливостей конкурентоспроможності вітчизняних підприємств сфери послуг заважатиме невизначеність серед науковців щодо галузевої приналежності певних видів послуг за класифікаційною ознакою прояву послуги (матеріальне та нематеріальне). Але однозначно зрозуміла їх природа соціально-економічного забезпечення. Отже, доцільно доповнити перелік особливостей конкурентоспроможності підприємств сфери послуг такими характеристиками:

- ▶ соціальна орієнтація діяльності підприємств, що безпосередньо розрахована на споживача;
- ▶ тісна взаємодія підприємства сфери послуг із економічною сферою господарської системи країни відповідного напрямку діяльності.

Аналіз стану сфери послуг за фінансово-економічними показниками діяльності [9] дозволяє зробити такі висновки:

- ▶ торгівельні послуги найбільш розвинуті у порівнянні з іншими видами послуг в Україні та носять найбільш затребуваний характер, особливо у час скорочення вітчизняного виробництва;
- ▶ транспортні послуги у зв'язку із активізацією торгівельних послуг набули потужності та темпів розвитку, проте існують певні проблеми із оновленням матеріально-технічної бази рухомого складу майна і стану дорожнього покриття;
- ▶ побутові послуги останні роки активніше надаються, проте порівняно з відповідними послугами в країнах Європейського Союзу знаходяться на достатньо низькому якісному та кількісному рівнях;
- ▶ житлово-комунальні послуги мають схожі тенденції, що і побутові послуги, проте суттєве відставання спостерігається у оновленні технологій, що використовуються;
- ▶ соціально-культурні послуги поступово стають все більш конкурентоздатними, оскільки результати діяльності підприємств все частіше визнаються споживачами та різноманітними інститутами інших країн;
- ▶ послуги зв'язку активно розвиваються за усіма напрямками, проте темпи розвитку недостатні порівняно з темпами розвитку сучасних технологій зв'язку;
- ▶ інформаційно-консультативні та ліцензійні послуги розвиваються у зв'язку із процесом поглиблення спеціалізації праці та у відповідних сферах діяльності вимагають суттєвих законодавчих і організаційних удосконалень та погоджень;
- ▶ фінансові послуги знаходять нові можливості застосування та способи надання, зокрема банківські послуги щодо проведення розрахункових операцій, також потребують удосконалень.

Оскільки на думку певних науковців сфера послуг є достатньо розгалуженою системою із вертикальними та горизонтальними зв'язками та незважаючи на суперечливі нестабільні зовнішні умови функціонування підприємств сфери послуг, вірогідність досягнення успіху підприємств достатньо велика.

Таким чином, однією з головних особливостей конкурентоспроможності українських підприємств сфери послуг є надзвичайна залежність від суттєвого переліку зовнішніх факторів (політичних обставин, вплив фінансових макроекономічних показників тощо), але разом з тим надзвичайна організаційна мобільність та потужність ресурсного забезпечення кадрів компенсує та нівелює суттєві негативні впливи.

Література

1. Лойко О. Т. Сервісна діяльність / О. Т. Лойко. – М.: Академія, 2008. – 304 с.
2. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. / О. Б. Моргулець. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.
3. Марцінковська, О. Б. Розвиток і розташування підприємств сфери послуг: аналіз і тенденції / О. Б. Марцінковська // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Вид. поліграф. центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 17. – № 2. – С. 76 – 80.
4. Комаров В. Е. Социально-экономическая эффективность сферы услуг / В. Е. Комаров, В. Д. Улановская. – М.: Наука, 1980. – 126 с.
5. Портер М. Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – С. 549 – 582. – Режим доступа: http://www.seinstitute.ru/Files/Veh6-35_Porter.pdf.
6. Фатхутдінов Р. А. Управління конкурентоздатністю організації: підручник / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. – К.: Кондор, 2009. – 470 с.
7. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007. – 248 с.
8. Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М.: Изд-во «Международные отношения». – 1993. – 896 с.
9. Сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>



УДК 339.009.12(477:4-672ЄС)

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА РІВНЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ СФЕРИ КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ

Марченко Іван Сергійович, аспірант

кафедри міжнародних економічних відносин та зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-imarchenko@list.ru

На сучасному етапі економічного розвитку забезпечення конкурентоспроможності країни є найважливішою проблемою, що характеризує не тільки положення країни на світовому ринку, а й визначальною в значній мірі її національну безпеку.

Як було показано автором у [1] в результаті застосування кластерного аналізу по 12 компонентах Індексу глобальної конкурентоспроможності [2] для 28 країн ЄС та України якісний рівень національної конкурентоспроможності в країнах Європи дуже різний (рис. 1), що свідчить про наявність асиметричності ступенів розвитку основних компонентів конкурентоспроможності по країнах.

Оскільки інноваційна та технологічна компоненти є вагомою складовою конкурентоспроможності країн автором розраховано кореляційний зв'язок між загальною конкурентоспроможністю та інноваційно-технологічною конкурентоспроможністю країн Європейського Союзу та України, рис. 2.

Як видно з рис. 2, лінії глобальної конкурентоспроможності та інноваційно-технологічної конкурентоспроможності майже повністю співпадають. Наявність тісного зв'язку також підтверджується і кореляційними розрахунками (коефіцієнт кореляції дорівнює 0,95). Це свідчить про те, що інноваційно-технологічний компонент є вагомою складовою глобальної конкурентоспроможності країн. Слід також відмітити, що середній показник по конкурентоспроможності у країнах ЄС складає 4,74, а по інноваційно-технологічній складовій – 4,72. Україна має відповідні показники на рівні



Рис. 1. Групування країн Європи за рівнем конкурентоспроможності [1; 2]

4,14 та 3,33 [2], що свідчить про негативну ситуацію в країні відповідно до загального рівня конкурентоспроможності та її компонентів.

Результати проведеного кластерного аналізу для оцінки конкурентоспроможності України та країн ЄС в інноваційно-технологічній сферах наведено в табл. 1 [2].

Таблиця 1

Групування країн ЄС та України за рівнем розвитку інноваційно-технологічної складової глобальної конкурентоспроможності

№ кластеру	Країни
1	Бельгія; Великобританія; Ірландія; Люксембург; Франція
2	Австрія
3	Болгарія; Греція; Естонія; Іспанія; Кіпр; Латвія; Литва; Мальта; Польща; Португалія; Румунія; Словаччина; Угорщина; Україна; Чехія; Хорватія
4	Італія; Словенія
5	Данія; Нідерланди; Німеччина
6	Швеція
7	Фінляндія

Таблиця складена автором за матеріалами [2]

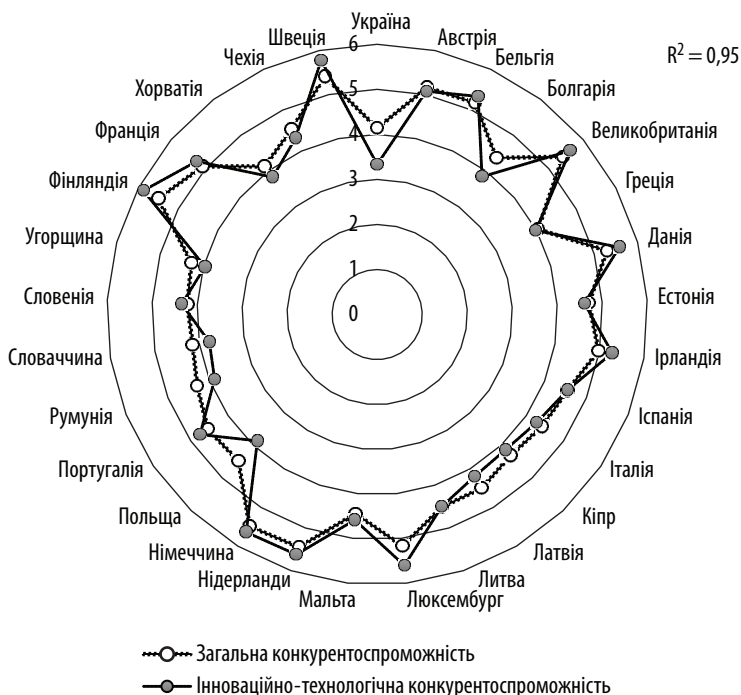


Рис. 2. Взаємозв'язок загальної та інноваційно-технологічної конкурентоспроможності країн ЄС та України на 2015 рік, бали [2]

Проведена типологізація країн ЄС та України дала змогу довести наявність сильного взаємозв'язку між глобальною конкурентоспроможністю та її інноваційно-технологічною складовою та об'єктивну необхідність для України щодо реформування інноваційно-технологічної сфери.

Література

1. Ivan Marchenko. Global Competitiveness of Ukraine in the Context of European Integrational Development Social Educational Project of Improving Knowledge in Economics / Ivan Marchenko // Journal L'Association 1901 «SEPIKE». – Ausgabe 10 – Osthofen, Deutschland, Poitiers, France, Los Angeles, USA, 2015. – P. 100 – 105. – 188 p.

2. The Global Competitiveness Index [Electronic source]. – Access mode: <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2014-2015>.



УДК 005.591.452.332.4-027.543

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СЛИЯНИЯ И ПОГЛОЩЕНИЯ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКИХ КОМПАНИЙ

Мельник Алла Александровна, кандидат экономических наук,
преподаватель кафедры международной экономики и менеджмента
внешнеэкономической деятельности
e-mail: allamelnik82@gmail.com

Резникова Татьяна Александровна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры международной экономики и менеджмента
внешнеэкономической деятельности
e-mail: t_reznikova@mail.ru

Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця

В условиях современного рынка все большее количество компаний используют механизм слияний и поглощений (M&A) как возможность своего развития и роста. Актуальность исследования особенностей и перспектив развития M&A на украинском рынке объясняется тем, что на фоне падения объемов прямых иностранных инвестиций в Украине и поиске путей преодоления кризиса, украинские компании обращаются к международным M&A - как к одному из направлений повышения своей конкурентоспособности.

Процессы M&A на украинском рынке менее развиты, чем в Западной Европе и США, что связано с относительно недолгим временем функционирования рыночной экономики, недостатком практического опыта,

отсутствием значительных финансовых ресурсов. Кроме того, ориентация инвесторов на кратко- и среднесрочные сроки окупаемости сдерживает развитие рынка M&A, поскольку известно, что инвестирование при M&A требует более длительного срока окупаемости. Объемы рынка M&A в Украине колеблются с 5 млрд долл. в 2011 – 2012 гг. до 4,2 – 8 млрд долл. в 2013 г. и 6 млрд долл. в 2014 г. [1], составляя при этом 0,15 – 0,3% мирового рынка M&A.

Несмотря на то, что во время экономической нестабильности руководители компаний менее склонны к проведению M&A и чаще используют отделение/продажу определенных сегментов компании, повышая профильность своего бизнеса [2], серьезные иностранные инвесторы в лице транснациональных компаний, банков и инвестиционных фондов приходят в страну путем осуществления международных M&A. Такие инвесторы минимизируют затраты по входу на локальные рынки, используя падение курса национальной валюты и соответствующее конкурентное преимущество. Имея достаточно высокую толерантность к геополитическим и иным рискам, они готовы приходиться на более рискованные рынки, нацеливаясь на долгосрочные перспективы [3]. Таким образом, в Украине наряду с уходом ряда консервативных инвесторов отмечается приход более рискованных, что в перспективе повышает конкурентоспособность компаний.

В результате исследования выявлено, что к основным факторам, повышающим уровень конкурентоспособности компаний после осуществления M&A, относятся: экономические (снижение издержек обращения, налогового бремени, диверсификация, оптимизация ценообразования и др.), финансовые (снижение затрат на кредитование и рисков банкротства, повышение инвестиционной привлекательности и стоимости компании и др.), технические (внедрение инноваций, нового оборудования), управленческие (повышение качества менеджмента) и юридические (лоббирование своих интересов).

Проведенный отраслевой анализ рынка международных M&A 2004 – 2015 гг. показал, что в Украине наблюдается неравномерность отраслевого распределения M&A. Так, доминирующей отраслью по осуществле-

нию М&А в Украине в 2004 г. была металлургия, в 2005 г.- банковский сектор, в 2012 г. – добывающая отрасль, в 2013 г.- телекоммуникации, 2014 г. – финансовый сектор. За последние два года в сфере М&А прослеживается уход российского капитала и развитие интереса у европейских инвесторов в экспортных секторах отечественной экономики, включая IT-сектор, АПК, ритейл. При этом большинство сделок связано с оттоком иностранного капитала из страны, т.е. Украина в большинстве случаев выступает продавцом активов, а не покупателем иностранных активов. Учитывая практический опыт осуществления сделок М&А в Украине, можно предложить такие перспективные отрасли для инвестирования путем международных М&А: агропромышленный комплекс (АПК), телекоммуникации, IT – рынок, банковский сектор, фармацевтика, металлургия, машиностроение, нефтегазовая отрасль, страхование.

По итогам исследования современного рынка международных М&А в Украине выявлены следующие особенности.

1. Сложность и противоречивость пути европейской интеграции Украины, заключающейся с *одной стороны* в том, что единый европейский рынок дает Украине возможность использовать эффект масштаба, придающий дополнительный мощный импульс к укрупнению компаний путем международных М&А; с *другой стороны* в том, что по мере становления единого экономического пространства усиливается уровень конкуренции, вынуждающий многие украинские компании отказываться от непрофильного бизнеса, сосредоточиваясь на основном: непрофильные части продают, ликвидируя данное направление либо выбирая аутсорсинговые услуги.
2. Снижение общего количества операций М&А, их общей суммы и среднего размера сделок: в 2013 г. средний объем сделки М&А в Украине составлял \$ 23 млн при среднемировом показателе в \$ 162 млн. Для сравнения: в Польше эта сумма составляет \$ 90 млн, в Турции — \$ 81 млн, в России — \$ 47 млн [4]. Это свидетельствует об относительно дешевых активах в Украине из-за высокого уровня рисков при инвестировании.

3. Изменение структуры рынка международных М&А в Украине, связанных со смещением в сторону IT-сектора, банковского сектора, АПК, фармацевтики, увеличение доли консолидированных операций в банковском секторе и АПК, приход в страну европейских ТНК, ТНБ, фондов прямого инвестирования, дальнейший отток российского капитала.
4. Наблюдаемый рост и развитие фондового рынка в Украине облегчает получение денежных средств как для украинских компаний, так и для иностранных, через дополнительное размещение своих акций. При этом прослеживается тенденция к сокращению использования оплаты сделок с помощью обмена акциями, основное внимание уделяется наличным способам оплаты.
5. Повышение прозрачности рынка М&А (предание гласности своим операциям) вследствие роста количества компаний из Украины, использующих выпуск облигаций на национальном рынке, ПРО, евробонды и другие механизмы международного привлечения ресурсов для финансирования М&А.
6. Акционеры многих отечественных компаний, находящихся на грани выживания, выбирают механизм М&А с целью избежать возможного банкротства в условиях украинского кризиса.
7. Высокий уровень удельного веса враждебных поглощений в общей структуре сделок, хотя они становятся менее агрессивными.
8. Несвершенство действующего законодательства в отношении рейдерской деятельности, тормозящее развитие рынка М&А в Украине.

Выявленные особенности развития рынка международных М&А в Украине и предложенный ряд перспективных отраслей для иностранного инвестирования в виде сделок М&А позволит привлечь иностранных инвесторов, увеличив уровень прямых иностранных инвестиций в Украину.

Таким образом, являясь мощным инструментом реализации стратегических планов компании, международные М&А призваны реагировать на изменяющуюся рыночную среду, опережать развитие конкурентов,

а приобретение компаниями конкурентных преимуществ вследствие интеграции в мировую экономику способствует росту эффективной деятельности компаний Украины в современных непростых условиях.

Литература

1. Анализ рынка слияний и поглощений в Украине. – Режим доступа: <http://mergers.com.ua/>
2. Слияния и поглощения снова в моде // Companion. – 2005. – №50. – Режим доступа: <http://www.companion.ua/Articles/Content/?Id=8417>
3. Украина попытается привлечь инвестиции от ТНК. – Режим доступа: <http://economics.unian.net/finance/1099298-ukraina-popytaetsya-privlech-investitsii-ot-transnatsionalnyih-kompaniy.html>
4. Анализ рынка M&A Украины. – Режим доступа: <http://corporativ.info/?/news/3990/>



УДК 351:[332.1:330]

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Мельникова Катерина Валеріївна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: melnikova-kv@mail.ru

В умовах глобальної конкуренції на світових ринках переваги мають країни, у яких розвинена інфраструктура розробки та реалізації інновацій, та ті, хто ефективно проводить інноваційну діяльність.

Розвинена інноваційна інфраструктура обумовлює темпи розвитку економіки країни і як наслідок зростання добробуту населення.

Під інноваційною інфраструктурою розуміється сукупність взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих систем і відповідних їм організаційних

підсистем, необхідних для ефективного здійснення інноваційної діяльності та реалізації інновацій.

До складу інфраструктури входять інноваційно-технологічні центри, технологічні інкубатори, технопарки, навчально-ділові центри, венчурні компанії та інші спеціалізовані організації.

На практиці виділяють такі елементи інноваційної інфраструктури:

- 1) технологічна інфраструктура, яка створює умови для доступу підприємств до виробничих ресурсів (технопарки, інноваційно-технологічні центри);
- 2) інформаційна інфраструктура, яка забезпечує доступ до інформації про інновації (центри науково-технічної інформації, регіональні інформаційні мережі, Інтернет-ресурси);
- 3) фінансова інфраструктура, до якої входять структури, що забезпечують доступ інноваційних підприємств до фінансових ресурсів;
- 4) збутова інфраструктура, яка забезпечує просування і збут інноваційної продукції;
- 5) центри колективного користування виробничим обладнанням;
- 6) консалтингова інфраструктура, яка надає консультаційні послуги та обмін досвідом в області інновацій;
- 7) підготовки кадрів, яка забезпечує збалансовану підготовку кадрів по всіх напрямках інноваційної діяльності.

Для ефективного здійснення структурних перетворень в інноваційній сфері економіки, насамперед, необхідно забезпечити комплекс інвестиційних, кадрових, фінансових, технічних заходів.

Інноваційний процес охоплює науково-технічну, проектно-виробничу діяльність, підприємництво, що, у свою чергу, вимагає від інноваційної інфраструктури організаційного, науково-технічного та кадрового забезпечення.

Узагальнюючи, можливо виділити такі принципи формування інноваційної інфраструктури:

- ▶ конструктивності, що забезпечує орієнтацію інноваційної інфраструктури на кінцевий результат, наявність зворотного зв'язку й замкнуту систему управління інноваціями;
- ▶ науковості, що забезпечує високий рівень науково-технічного потенціалу;
- ▶ універсальності, що дозволяє реалізацію та обслуговування інноваційних проектів у будь-якій галузі економіки;
- ▶ інтеграції, що забезпечує об'єднання окремих структур та організацій в єдину систему;
- ▶ гнучкості, що забезпечує адаптацію інноваційної інфраструктури до вимог ринку;
- ▶ автоматизації, що забезпечує прискорення реалізації інноваційного процесу;
- ▶ доступності як для малих, так і для великих підприємств;
- ▶ розподілу, який забезпечує розміщення і доступ у всіх регіонах;
- ▶ кадрової забезпеченості, вдосконалення й оновлення персоналу, задіяного в інноваційній інфраструктурі;
- ▶ фінансової забезпеченості, наявністю доступних джерел фінансування інноваційних проектів;
- ▶ інформаційної забезпеченості, наявністю баз даних про інновації та інноваційні процеси.

Одним з найважливіших напрямків формування інноваційної інфраструктури має бути формування інноваційних центрів, позабюджетних і бюджетних фондів, які мають підтримувати діяльність наукових інноваційних підприємств і сприяти просуванню на ринок готової науково-технічної продукції.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможності української промисловості можливо тільки через розвиток стимулювання інноваційної діяльності, а для цього необхідним є створення розвиненої інноваційної інфраструктури, яка відповідає сучасним вимогам.

Література

1. Елисеєв Ю., Киреев С., Соколов В. Инфраструктура инновационного развития наукоемкого промышленного предприятия // Менеджмент инноваций. – 2008. – № 2. – С. 120 – 127.
2. Жариков В. В., Лыжникова М. А. Организация инновационных форм хозяйствования в научно-производственной сфере России / Организатор производства. – №1. – Москва : Экономика и финансы, 2013. – С.72 – 75.
3. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. проф. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. Б. Н. Чернышева – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 464 с.
4. Рахмеева И. И. Факторы создания и развития инновационной инфраструктуры региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ars-administrandi.com/article/Rahmееva_2013_2.pdf
5. Шепелев Г. В. Проблемы развития инновационной инфраструктуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://regions.extech.ru/left_menu/shepelev.php



УДК 339.137.2

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мерхо Олександр, кандидат економічних наук,
викладач кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: merhoalexander@ukr.net

*«Найнадійніший спосіб виділити свою компанію
серед конкурентів, відірватися від натовпу переслідувачів –
це добре організувати роботу з інформацією» [4]*

Білл Гейтс

На сучасному етапі розвитку економічних процесів у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємства все більшого поши-

рення набуває використання нової інформації. Особлива важливість інформаційної складової у конкурентній боротьбі підприємств спостерігається у спрямованих на постіндустріальний розвиток економіках. Можна стверджувати, що на теперішній час практика використання потенціалу інформаційних ресурсів випереджає розвиток наукових положень щодо місця інформації у формуванні міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Метою даної роботи є визначення основних характеристик прояву інформаційних складових міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Обсяги даної роботи не дозволяє здійснити всебічне дослідження понять та й мета даного дослідження дозволяє оперувати ними в загальноприйнятному сенсі. Але прагнення однозначності розуміння положень дослідження обумовлює потребу попереднього їх лаконічного формулювання. Так, під інформацію (від лат. *informatio* – роз'яснення) буде розумітися «знання про факти, події, речі, процеси, або ідеї, у тому числі концепції, які в певному контексті має певне значення» [1]. За аналогію з підходом М. Портера [3] до визначення міжнародної конкуренції, міжнародна конкурентоспроможність підприємства буде розумітися як конкурентоспроможність підприємства в багатонаціональних та глобальних галузях.

Сучасні темпи продукування нової інформації та розвиток інформаційних технологій (ІТ) носять революційний характер та здійснили безповоротний вплив на організацію діяльності підприємств. В постіндустріальній економіці інформація може розглядатися як один із найбільш цінних економічних ресурс та основний із пріоритетів при формуванні ключових конкурентних переваг [6]. Значного поширення набула практика перемоги підприємствами (компаніями) у конкретній боротьбі саме завдяки інформаційній перевазі над конкурентами. Як зазначає М. Портер [2], інформаційна революція (*information revolution*) вже сама по собі суттєво змінює характер конкуренції, а саме:

- 1) змінює структуру галузі й таким чином встановлює нові правила конкуренції;

- 2) створює конкурентні переваги, що надає підприємствам можливість перевершити конкурентів у продуктивності;
- 3) спричинює появу нових видів бізнесу.

Нові характеристики конкурентних умов обумовлюють іншу поведінку підприємств на ринках та зміни в організації їх діяльності. На *рис. 1* наведено основні напрями використання підприємством інформації у конкретній боротьбі в сучасних умовах.

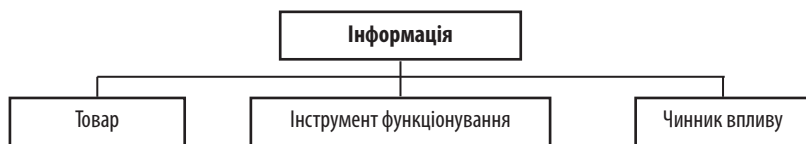


Рис. 1. Основні напрями використання підприємством інформації у конкретній боротьбі

Традиційно інформація виступала як інформаційна компонента продукту підприємства (інформація про характеристики продукту, про то, як вони повинні використовуватися та підтримуватися). В постіндустріальних економіках все більшого поширення набуває практика торгівлі не лише фізичними товарами, а й інформацію, як повноцінним товаром у формі технологій, програмного забезпечення, брендів. Як наглядний приклад цього можна навести поширену практику франчайзингу (фр. *franchise* – пільга, привілей) – договору комерційної концесії.

Доступ підприємства до користування певною інформацією та ефективне використання ІТ може бути використано для створення конкурентних переваг шляхом більш ефективної організації технологічних та бізнес- процесів на підприємстві. Інформація може виступати як інформаційний маркетинговий капітал підприємства та бути інструментом формування конкурентної стратегії підприємства. Так, інформація про діючих чи можливих конкурентів, галузь, ринки сприяє розробці та реалізації ефективної конкурентної стратегії підприємства [5].

Інформація, як чинник впливу у конкурентній боротьбі, передусім виступає як засіб впливу на потенційних клієнтів. Так, позитивна інформація

ція про підприємство (ділова репутація) може впливати на вподобання потенційних клієнтів та інвесторів.

Необхідно зазначити зростаючу важливість у конкурентної боротьбі підприємств інформаційних активів, що не належать їм, але активно використовуються ними, під такими активами розуміється сукупність знань, умінь, практичних навичок, творчих і креативних здібностей співробітників організації, що застосовуються для виконання поставлених завдань [6].

Багатоаспектність інформації, як ресурсу у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємства, обумовлює специфічність характерних рис її прояву. В *табл. 1* наведено загальний аналіз прояву інформаційної складової міжнародної конкурентоспроможності підприємства у проекції п'яти конкурентних сил Портера.

Таблиця 1

Аналіз інформаційної складової «п'яти сил Портера»

Конкурентна сила	Характеристика інформаційної складової
Загроза появи нових гравців	здатність продукування нової інформації, переважно визначається лише інтелектуальними здібностями потенційних конкурентів
Загроза появи продуктів-замінників	доступність інформації для потенційних конкурентів та загальність основних її положень
Ринкова влада постачальників	основними джерелом продукування нової інформації виступає персонал, що обумовлює особливе значення трудових ресурсів
Ринкова влада споживачів	сприйнятливість споживачів до альтернативних джерел інформації, прагнення нової інформації
Рівень конкурентної боротьби	нівелювання значущості відстані у конкурентній боротьбі та відносно низка вартість входу на ринок для потенційних конкурентів

В цілому можна зазначити, що інформація у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємства може мати різний прояв та виступати безпосередньо як конкурентна перевага, як інструмент створення та впливу на конкурентні переваги підприємств. До узагальнених

характеристик рис прояву інформації у конкурентній боротьбі можна віднести динамічність розвитку, сприйнятливість до змін.

Література

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд / Филип Котлер ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2006. – 464 с.
2. Портер М. Международная конкуренция / Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Портер М. Конкуренция / Майкл Э. Портер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
4. Сорокина Г. П. Нематериальные составляющие конкурентоспособности : монография / Г. П. Сорокина, А. В. Захаров, Д. А. Боронников. – М. : МГТУ «МАМИ», 2011. – 322 с.
5. Gates B. Business @ the Speed of Thought / Bill Gates. – New York : Grand Central Publishing, 1999. – 496 p.
6. ISO/IEC 2382-1:1993, Information technology – Vocabulary – Part 1 : Fundamental terms.01.01.01.



УДК 339.9

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мілько Інна Валентинівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
e-mail: milkoinna@yandex.ru

Стахорська Світлана Іванівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
e-mail: Svetlana.Stakhorska@gmail.com

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

В сучасному світі визначальною конкурентною перевагою, здатною забезпечити міжнародну та глобальну конкурентоспроможність підприємства, стає технологічна конкурентоспроможність [1; 2].

Сукупність безлічі відносних параметрів, характеристик і показників, що беруть участь у визначенні одиничних, групових та інтегральних показників конкурентоспроможності продукції, об'єктивно відбиває конкурентність роботи організації. Для оцінки технологічної конкурентоспроможності підприємства розробимо трирівневу систему одиничних, групових та інтегральних показників.

Такий підхід відображає логічний і ієрархічний зв'язок показників технологічної конкурентоспроможності згідно з визначеними попередньо рівнями. Це відображає його двовимірність, де зазначаються як оперативні, так і стратегічні (часові) показники.

Рівень I: одиничні показники технологічної конкурентоспроможності виробу; групові показники технологічної конкурентоспроможності виробу; інтегральні показники конкурентоспроможності товару; середньозважені інтегральні показники технологічної конкурентоспроможності товару та показники конкурентоспроможності товару у статичній та динамічній.

Рівень II: ринкові показники підприємства (тактичні і стратегічні) та інтегральні показники технологічної конкурентоспроможності підприємства.

Рівень III: показники технологічної конкурентоспроможності кластерів та національні і міжнародні показники технологічної конкурентоспроможності (тактичні і стратегічні).

У рамках першого рівня під час вирішення задачі виходу на світовий ринок технологічного товару необхідно, в першу чергу, враховувати інтереси і поведінку покупців на цьому ринку. Покупець на ринку технологічного товару приймає рішення на основі детального розгляду й оцінки наявних технологічних альтернатив з метою вибору найбільш відповідного варіанту для конкретного проекту або стратегії інвестицій з урахуванням соціально-економічних і екологічних умов. Вибір відповідної розробки безпосередньо пов'язаний з умовами її використання в конкретних ситуаціях [3, с. 45].

Середньозважений інтегральний показник конкурентоспроможності виробу і товару – це інтегральні показники конкурентності товару за певною сукупністю параметрів, зважені відносно декількох конкуруючих товарів. Він визначається на базі групових параметрів або показників і характеризує конкурентоспроможність виробу (товару) за певною сукупністю техніко-економічних параметрів відносно аналогічних параметрів конкуруючих товарів [4, с. 237].

Інтегральні показники технологічної конкурентоспроможності підприємства (другий рівень) – сукупність трудового і науково-виробничого потенціалу підприємства, яке здатне створювати і виробляти продукцію певного рівня технологічної конкурентоспроможності. Важливий одиничний показник – прогресивність – властивість, що обумовлює відповідність окремих операцій прогресивним методам технології і організації виробництва, що забезпечує підвищення продуктивності праці і зниження її монотонності.

Інтегральний показник технологічної конкурентоспроможності підприємства може бути розрахований, як відношення суми властивостей товару до суми вимог до нього, технологія ж товару визначається її властивостями: економічні, технічні, екологічні, соціально-психологічні, юридичні. Конкурентоспроможність визначається як середнє геометричне показників конкурентоспроможності кожної групи чинників. [5, с. 49 – 51].

Технічний рівень оцінюється за допомогою системи показників, які характеризують окремі його напрямки, що значно відрізняються залежно від обраного підходу до аналізу та оцінки такого процесу.

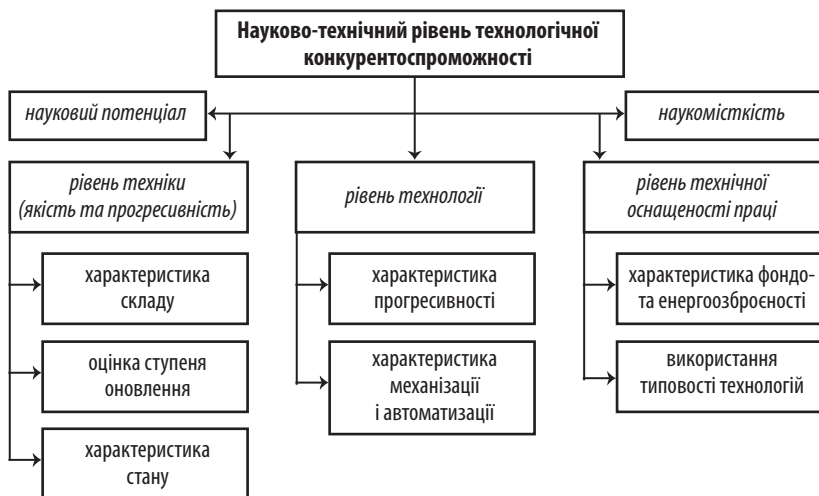


Рис. 1. Складові оцінки науково-технічного рівня виробництва

Багаторівневий характер конкурентної взаємодії господарських суб'єктів зумовлює широкий діапазон підходів до оцінки їх конкурентоспроможності.

Деякі дослідники [6; 7] пропонують використовувати модельний підхід до побудови інтегральних показників конкурентоспроможності, суть якого полягає в розробці економіко-математичної моделі об'єкта конкуренції, наприклад, у вигляді завдання оптимізації ефекту від придбання і використання того чи іншого товару, максимізації частки ринку, що займає той чи інший виробник, і порівнянні модельних (розрахункових, прогнозних) показників економічного розвитку або стану.

Перевагами точних методів моделювання і розрахунку технологічної конкурентоспроможності продукції і підприємства є можливість використання нечітких значень, оцінка кількісних і якісних показників. У той

же саме час, цей метод дає приблизний результат та не дає можливості оцінити рівень відставання підприємства від конкурента.

Враховуючи складність природи технологічної конкурентоспроможності, її рівень може бути оцінений в умовних одиницях за допомогою експертних методів. Використання експертного методу рангів дозволяє визначити загальний стан, сильні і слабкі сторони як підприємств, що оцінюються в боротьбі з конкурентами на ринку технологічної продукції, так і продукції відносно конкурентних зразків. Ранжування (впорядкування) досліджуваних об'єктів організованої системи залежить від їх відносної значущості. При цьому найбільш прийнятному об'єкту призначається перший ранг, а найменш прийнятному – останній, рівний за абсолютною величиною кількості впорядкованих об'єктів. Використання методу балів дозволяє визначити загальну оцінку положення підприємства в конкурентній боротьбі з декількома підприємствами.

Для визначення даних щодо поділу ринку (третій рівень) використовують показники концентрації, наприклад індекс Херфіндаля-Хіршмана, показники-характеристики кластерних утворень.

Таким чином, можна зробити висновок про те, що оцінка технологічної конкурентоспроможності підприємства посідає важливе місце у виявленні потенціалу його розвитку і складає єдиний, безперервний процес розрахунку та аналізу показників, що характеризують технологічну конкурентоспроможність товару, підприємства та ринку, на якому представлено підприємство.

Література

1. Портер М. Е. Стратегия конкуренции. – М. : Международные отношения, 1993. – 478 с.
2. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. – М. : Прогресс, 1990. – 401 с.
3. Инновационный потенциал: современное состояние и перспективы развития : монография / В. Г. Матвейкин, С. И. Дворецкий, Л. В. Минько и др. – М. : Машиностроение-1, 2007. – 284 с.
4. Экономика предприятия / Под ред. проф. Н. А. Сафронова. – М. : Юристъ, 1998. – 584 с.
5. Шкардун В. Д. Методика исследования конкуренции на рынке / В. Д. Шкардун, Т. М. Ахтямов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – №4. – С. 44 – 54.

6. Буркинский Б. В. Экономическая оценка конкурентоспособности: учеб. пособ. / Б. В. Буркинский, А. А. Стрелец. – Одесса : ИПРЭИ НАН Украины, 1998. – 54 с.

7. Осипов В. Н. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения: учеб. пособ. / В. Н. Осипов, В. А. Диленко, А. А. Стрелец. – Одесса: ИПРЭИ НАН Украины, 2001. – 152 с.



УДК 005.35:65.509

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИСОКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ДОТРИМАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Нагаївська Дар'я Юрївна, аспірант,
викладач кафедри економіки та маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: d.nagayivska@gmail.com

У сучасних економічних умовах задля досягнення стійкого фінансового стану, підвищення конкурентоспроможності та іміджу, кожне підприємство як економічний суб'єкт окрім виконання функцій, пов'язаних з отриманням і розподілом прибутку, має брати участь у життєдіяльності суспільства і вирішенні соціальних проблем. Це знайшло своє відображення у категорії соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, яка набула в останні роки особливого поширення і серед українських підприємств.

Соціальну відповідальність бізнесу можна трактувати як забезпечення високої якості продукції, комфортних і безпечних умов праці і гідного рівня її оплати для персоналу підприємства, розвиток соціальної інфраструктури, виконання вимог чинного законодавства (у тому числі, сплата податків і зборів у повному обсязі), забезпечення охорони навколишньо-

го середовища, використання соціально відповідального маркетингу. Соціально відповідальний маркетинг є основою соціальної відповідальності бізнесу і являє собою сукупність виробничих відносин, необхідних для забезпечення ефективної взаємодії між попитом і пропозицією в умовах конкурентного обміну для найбільш повного задоволення потреб членів суспільства шляхом дотримання вимог законодавства, підвищення якості продукції, покращення умов праці, охорони і відновлення навколишнього середовища, реалізації соціально спрямованих ініціатив з метою отримання конкурентних переваг на ринку [1, с. 174]. Соціально відповідальний маркетинг як філософія діяльності підприємства є основою його соціальної відповідальності, а тому не може бути розглянутий окремо від соціальної відповідальності бізнесу.

Слід підкреслити, що становлення високої соціальної відповідальності підприємств, у тому числі соціальної відповідальності їх маркетингу, можливо забезпечити лише на основі належного державного регулювання економіки і розвитку громадських організацій із захисту прав споживачів. Це передбачає: розділ влади і бізнесу; викоренення корупції; наявність якісно розроблених законів і нормативних актів, що забезпечують пріоритетну орієнтацію підприємців на недопущення випуску і реалізації продуктів і послуг, шкідливих для моралі, здоров'я, життя і майна споживачів, навколишнього середовища і суспільства в цілому; розробку ефективних механізмів їх реалізації [2, с. 8].

Дослідники і практики виділяють ряд суттєвих переваг, які може отримати компанія від дотримання принципів соціальної відповідальності. Л. В. Коломієць називає серед них такі:

- ▶ зниження плинності кадрів і залучення кращих фахівців на ринку,
- ▶ зростання продуктивності праці в компанії,
- ▶ поліпшення іміджу компанії, покращення її репутації,
- ▶ реклама товару або послуги,
- ▶ висвітлення діяльності компанії в ЗМІ,
- ▶ стабільність і стійкість розвитку компанії в довгостроковій перспективі,

- ▶ зростання можливостей залучення інвестиційного капіталу,
- ▶ збереження соціальної стабільності в суспільстві в цілому,
- ▶ податкові пільги,
- ▶ збільшення «цінності» і вартості компаній [3, с. 33 – 34].

Важливим інструментом забезпечення соціальної відповідальності підприємств і підвищення їх конкурентоспроможності є дотримання міжнародних стандартів, що включають метрологію, стандартизацію, сертифікацію, оцінку відповідності і управління якістю. Більшість розвинутих компаній у своїй практиці застосовує стандарт ISO 26000 «Керівництво із соціальної відповідальності», призначений для добровільного застосування і який надає рекомендації з інтеграції соціально відповідальної поведінки у стратегії, системи, практики та процеси організації.

З метою оцінювання соціальної відповідальності бізнесу доцільно використовувати міжнародні стандарти соціальної звітності підприємств:

- ▶ AA 1000 (Accountability 1000, розроблений у Великій Британії у 1999 р.) визначає процедури, яких організація має дотримуватися для обліку, аудиту і звітності у своїй діяльності;
- ▶ GRI «Глобальна ініціатива звітності» (створений у 1997 р. за участю ООН) – методологія зовнішньої звітності, що дозволяє підприємству повідомляти про свої дії щодо поліпшення економічної, екологічної та соціальної результативності;
- ▶ Стандарт ISO 14000 описує соціальну відповідальність підприємства в частині дотримання екологічних вимог на виробництві;
- ▶ Європейські стандарти серії EN 29000 та EN 45000 регламентують розробку систем якості, оцінювання відповідності, сертифікації систем якості та акредитації органів з сертифікації;
- ▶ Стандарт ISO 9000 сприяє стійкому постійному дотриманню прав та забезпеченню задоволеності споживачів щодо отримання якісної продукції (послуг);
- ▶ Стандарт ISO 26000 забезпечує узгоджене управління в організаціях приватного і державного секторів економіки і спрямований на теоретичне обґрунтування соціальної відповідальності бізнесу, розроб-

ку рекомендацій щодо принципів і умов ведення соціально відповідального бізнесу, накопичення і поширення досвіду відносно запровадження і успішної реалізації соціально відповідального бізнесу;

- ▶ Стандарт OHSAS 18000 використовують для забезпечення надійних умов щодо захисту здоров'я персоналу підприємства;
- ▶ Стандарт ISO 14000 створює систему екологічного менеджменту і забезпечує умови для послідовного і цілеспрямованого захисту довкілля від негативного впливу компанії;
- ▶ Стандарт SA 8000 спрямований на сприяння етичному поведінню підприємств, передбачає проходження сертифікації зовнішньою аудиторською компанією і охоплює дотримання підприємством прав працівників згідно з нормами Конвенції Міжнародної організації праці, Декларації ООН про права людини та Конвенції ООН про права дитини [3].

Дотримання міжнародних стандартів соціальної відповідальності бізнесу є основою забезпечення високої конкурентоспроможності підприємств і підвищення їх іміджу, особливо в умовах функціонування на міжнародному ринку. Підприємство виступає суб'єктом ринку, що постійно зазнає впливу факторів зовнішнього середовища і здійснює свій вплив на інші суб'єкти, у тому числі на макрорівні – суспільство і державу, тому реалізація соціальної відповідальності потребує зваженої політики керівництва компанії, метою якої є, окрім досягнення економічних цілей, здійснення свого вкладу у розвиток суспільства і його добробут.

Література

1. Нагаивская Д. Ю. Факторная модель формирования имиджа предприятия в условиях реализации стратегии выхода на зарубежные рынки // Бизнес Информ. – №1, 2012. – С. 173 – 177.
2. Орлов П. А. Проблемы социальной ответственности маркетинга в промышленно развитых странах с рыночной экономикой и в Украине в условиях затяжного мирового экономического кризиса [Электронный ресурс] / П. А. Орлов // Бизнес Информ. – 2013. – № 1. – С. 6 – 12. – Режим доступа : http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2013&abstract=2013_01_0.
3. Коломієць Л. В. Соціальна відповідальність бізнесу – необхідна умова сталого економічного розвитку // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: монографія: у 2-х т. / за ред. Г. Г. Півника; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. Д. : НГУ, 2014. – Т.1. – 629 с. – С. 33 – 34.

4. Вивчення форм та методів відносин бізнесу та суспільства в контексті соціальної відповідальності та діалогу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lir.lg.ua/Zv_vidpovid_biznesu_5.doc



УДК 334.33

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Омелаенко Нина Николаевна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики, организации и планирования деятельности предприятия
Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнецца
e-mail: Omela_n_n@mail.ru

В настоящее время инновации являются важнейшим фактором и основным источником социально-экономического развития предприятия, условием его выживания в конкурентной борьбе.

Большинство развитых стран, таких как США, Япония, Голландия, Швейцария, Финляндия и др., обеспечивают свое превосходство за счет внедрения в производство достижений научно-технического прогресса, который в этих странах стал непосредственной производительной силой.

Инновационная деятельность является сложным, нацеленным на будущее и затратным видом деятельности, часто с непредсказуемым результатом, появлением различного рода рисков, что не способствует созданию интереса к нововведениям и служит препятствием для ее активизации на предприятии.

Поэтому для обеспечения инновационного развития предприятия нужна сильная мотивация, как внешняя, так и внутренняя. Инициатором

внешней мотивации является государство, которое с помощью определенных решений способствует расширению и углублению активности в области инновационного развития.

Одной из причин снижения эффективности инноваций в Украине является недостаточный уровень государственной поддержки инновационных предприятий, а также недоработки в правовой области инновационного предпринимательства. Поэтому необходимо расширить и доработать вопросы предоставления налоговых льгот, кредитов со стороны государства, создания консультационных центров для оказания помощи предприятиям, занимающимся инновационной деятельностью.

Внутренняя мотивация формируется на самом предприятии и включает в себя стимулирование работников для активизации их творческой активности. При этом важно использовать в единстве материальные и нематериальные стимулы.

Важными составляющими организации инновационного развития предприятия являются рационализация и изобретательство. Эти виды интеллектуальной деятельности, направлены на использование способностей работников при разработке мероприятий, способствующих выпуску продукции с меньшими трудовыми, материальными и денежными затратами. В настоящее время резко сократилось количество работников, занимающихся этой деятельностью. В тоже время рационализация и изобретательство являются важным средством технического прогресса и одним из источников инновационных разработок.

На крупных предприятиях продолжают действовать отделы патентов, рационализации, информации и новой техники, на мелких – бюро рационализации и изобретательства (БРИЗ).

На небольших предприятиях необходимо расширить сферу деятельности таких бюро, превратив их в бюро по инновациям. Это бюро должно координировать работу не только по рационализации и изобретательству, а также по качеству продукции и инновациям. Возглавить работу такого бюро могут выпускники нашего вуза, получившие специальность менеджера инновационной деятельности.

На предприятиях поощрение работников за разработку рационализаторских предложений, инновационных разработок осуществляется в денежной форме, в виде премий, размер которые зависит величины полученного от внедрения разработки эффекта. Каждое предприятие определяет размер вознаграждения самостоятельно, исходя из величины ожидаемой экономии. При этом эффективность вознаграждения зависит от обоснованного соотношения размеров поощрения и стимулируемого показателя. Для установления этой зависимости предлагается использовать математические функции поощрения, что позволит увязать размеры премий с величиной ожидаемого эффекта.

В общем виде математическая функция поощрения имеет вид:

$$Y = f(x),$$

где Y – размер премий;

x – размер стимулируемого показателя;

f – форма связи между ними.

В качестве функций поощрения используют: линейные логарифмические, степенные и т. д.

Выбор функции поощрения начинается с анализа стимулируемого показателя: необходимо обосновать тенденцию его развития, определить средний уровень, минимальные и максимальные стимулируемые значения, взаимосвязь с размерами поощрения. Если стимулируемый показатель изменится от нуля, то при использовании функции вида $Y = a \cdot X^b$ или $y = a + b / x$ и т. д., надо использовать сдвиг: $Y = a \cdot (X + c) b$.

Функция поощрения должна быть простой, обеспечивать несложность вычислений по ней, удобной для пользования, соответствовать логике экономического анализа взаимосвязи роста премий и показателя стимулирования.

Чаще всего используют степенную функцию $Y = a \cdot X^b$.

Для упрощения расчетов на основе функции поощрения строят шкалы, где в компактной форме вычисляются размеры премий для любого значения стимулируемого показателя. Такие шкалы можно построить для определения величины премий за рационализаторские предложения в зависимости от величины ожидаемого эффекта.

В табл. 1 приведена шкала поощрения работников за разработанные рационализаторские предложения. Выплата производится, если разработка реальная и может быть сразу же внедрена в производство. Если эффект превышает 100 тыс. грн, то можно выплатить работнику 22 %, или больше, но по согласованию с руководством предприятия. Все зависит от того, какая сделана разработка, с какой скоростью она может быть внедрена и каких затрат потребует.

Таблица 1

Шкала поощрения работников

Размер эффекта от разработки мероприятия в тыс. грн	Размер премий в процентах от эффекта	
	За достижение левой границы интервала	За каждую тыс. грн превышения левой границы интервала
От 30,0 до 50,0	5,0	0,1
От 50,0 до 70,0	7,0	0,2
От 70,0 до 100,0	13,0	0,3
Свыше 100,0	22,0	

Предлагаемые мероприятия по расширению деятельности БРИЗа и совершенствованию поощрения будут способствовать усилению материальной заинтересованности в создании реальных разработок, направленных на рост производительности труда, снижение себестоимости продукции, повышение ее качества и конкурентоспособности.

Література

1. Омелаенко Н.Н. Стимулирование инновационных разработок на предприятии // Интегрированные основы инновационного и устойчивого развития экономики: сборник научных статей. – Пенза: Приволжский Дом знаний, 2013. – 188 с. (55 – 52).



УДК 331.108.001.76

МОТИВАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ КАДРІВ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Палажий Катерина Олегівна, студент 4 курсу
факультету менеджменту і маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: pro_katya_@ukr.net

Інноваційний розвиток економіки країни неможливий без формування якісного кадрового потенціалу та ефективності його використання. Основою розвитку підприємств є використання інноваційної праці, яка являє собою трудову діяльність з високою часткою інтелектуальної, наукової, творчої компоненти і здатна задовольняти суспільні потреби з більш корисним ефектом. В даний час все ще недостатня увага приділяється кадровій складовій інноваційного потенціалу. Відсутні сприятливі умови для ефективного використання наявного людського потенціалу в інноваційному процесі, а саме: неефективна система стимулювання інноваційної активності на підприємствах.

Дослідженню інноваційної проблематики кадрового потенціалу приділено значну увагу в роботах українських та зарубіжних вчених і дослідників [1 – 4], таких як Н. Б. Кузнецова, В. Н. Антонюк, В. В. Зянько, І. М. Мягких. Однак їх дослідження і розробки не повною мірою обґрунтовують важливість інтелектуальної активності персоналу та її мотивації.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні необхідності створення комплексу заходів з мотивації працівників до інноваційної діяльності та значимості реалізації інтелектуальної активності персоналу підприємства.

На сьогодні сформувалася думка, що основу успішно діючих організацій складає її персонал. В інноваційній діяльності виділяють ключову функцію – генерацію ідей. Персонал – єдиний з усіх факторів виробництва – несе в собі творчу складову. Суб'єктами інноваційної праці є працівники, які здатні створювати нові знання і активно їх використовувати, адже результатом такої роботи є нові ідеї, образи, що визначається, перш

за все, творчими здібностями до певного виду діяльності, активністю людини, умовами реалізації цих здібностей в суспільстві.

Численні дослідження освітнього рівня трудового потенціалу України свідчать про те, що він є досить високим, але не відповідає сучасним вимогам інноваційної економіки. Експерти звертають увагу на низькі рівні підготовленості кадрів, їх зацікавленості в інноваційному розвитку підприємств, дають низьку оцінку кадровій складовій інноваційної діяльності. Це свідчить про те, що сьогодні інноваційна діяльність у країні недостатньо забезпечена кадрами інноваційного типу [2 с. 43].

Впровадження нововведення в організації є болючим процесом, який спрямований на зміну сформованої організації робіт, звичних методів роботи, становища працюючих. Тому в організаціях часто бувають опори змінам. Подолання опору нововведенням в організаціях і посилення новаторської діяльності досягається спеціальними заходами мотивації персоналу. Для цього використовуються заходи матеріального і морального заохочення працівників, прояв уваги керівництва до нових ідей співробітників, створення умов для їх реалізації та ін.

Прагнення персоналу до інновацій забезпечується належним рівнем організації менеджменту персоналу, системи заохочення і стимулювання працівників. Мотивація праці до інноваційної діяльності визначається багатьма факторами. Серед них одним з найважливіших є матеріальна зацікавленість.

Можна запропонувати розподіл фахівців на окремі основні категорії, які становляють інтерес з точки зору їх цінності для інноваційного процесу.

- 1) творчі особи – ті працівники, які активно розробляють нові ідеї та проекти незалежно від того, наскільки позитивно чи негативно сприймаються їх пропозиції, а також спонукають інших співробітників, активізуючи їхню творчість;
- 2) активно виробляють нові ідеї – співробітники, які займаються творчим процесом незалежно від умов, не впливаючи на інших – активні креатив-працівники;

- 3) володіють високим творчим потенціалом – пропонують свої ідеї, і якщо вони не знаходять відгуку, перестають проявляти ініціативу;
- 4) здатні до творчого процесу – починають проявляти активність, якщо очікують отримати винагороду за свої розробки;
- 5) мають творчі здібності – починають діяти тільки в разі спонукального впливу, конкретних керівних вказівок або настанов;
- 6) прагнуть в умовах високої мотивації до творчості, але відчують нестачу знань і професіоналізму, здатні і готові до навчання;
- 7) мають приховані творчі здібності, про які не підозрюють самі, – можуть проявитися в умовах спонукання і змагання;
- 8) не здатні до творчої діяльності – не проявляються як креативні працівники ні за яких умов. [1, с. 57].

Найбільш цінними типами творчих працівників за запропонованою класифікації є *перший* і *другий* типи в силу того, що їх творчу активність не потрібно мотивувати і вона проявляється при будь-яких умовах. Однак потрібно зауважити, що такі типи зустрічаються рідко, тому цінність їх особливо велика. Серед недоліків слід зазначити те, що вони в окремих випадках діють відповідно до власних устремлінь і вподобань, не цілком беручи до уваги установку і вимоги фірми. *Третій, четвертий і п'ятий* типи для своєї активізації потребують створення необхідних умов: атмосфери, мотивації, адміністративного впливу і т. д. *Шостий і сьомий* типи, крім цього, припускають необхідність організації процесу навчання або самонавчання. *Восьмий* тип, як виявилось, найчастіше важко відокремити від сьомого, тому вони зазвичай сприймаються як єдина спільність.

При відсутності мотиваційних механізмів і систем стимулювання творчості інноваційна складова в результатах трудової діяльності вкрай низька. Вона підтримується тільки першим і другим типом творчих працівників з представлених вище категорій. Для посилення інноваційної складової праці та активізації творчого потенціалу персоналу необхідно передбачити комплекс винагород за творчу діяльність.

Як було вже відмічено головним визначальним стимулом у більшості випадків є рівень заробітної плати. Тому головними причинами знижен-

ня творчої активності українських працівників слід вважати відсутність необхідних матеріальних стимулів і гарантій соціального захисту, досконалої системи оцінки результатів професійної діяльності та заохочень до творчості. Подальша орієнтація на вкрай низьку оплату праці, що не відповідає складності та рівню інтелектуалізації, є несумісною з практичною реалізацією сучасних вимог до утвердження інноваційного характеру праці, піднесення її ролі й статусу у суспільстві. [3, с. 298].

Але досвідчені керівники знають, що цим далеко не вичерпується все, що працівник прагне отримати у вигляді компенсації за свою працю. Соціальна ефективність реалізується у вигляді виконання очікувань, потреб та інтересів працівників, наприклад, висока оплата праці, привабливі умови роботи і можливості для розвитку особистості. Економічна ефективність в галузі управління кадровим потенціалом означає максимальне використання наявних ресурсів організації шляхом використання працівників за принципом економічної витрати обмежених ресурсів. [4, с. 213].

Таким чином, одна з ключових проблем активізації інноваційної діяльності полягає у створенні умов, ситуацій, які максимально розвивають творчу активність персоналу або кадровий потенціал. Здатність персоналу до інновацій, вироблення нових знань та ідей, бажання професійного росту забезпечуються належним рівнем організації менеджменту, розвитку інтелектуальної свободи на підприємстві, системи мотивації підприємливості працівників, їх професійного розвитку.

Література

1. Кузнецова Н. Б. Кадри інноваційного типу / Н. Б. Кузнецова // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 115 – 121.
2. Антонюк В. Н. Кадри для інноваційної діяльності: проблеми формування та використання / В. Н. Антонюк // Україна: аспекти праці. – 2007. – №5. – С. 42–47.
3. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку: Монографія / В. В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця. – 2008. – 397 с.
4. Мягких І. М. Перспективні напрями мотивації як засобу підвищення ефективності праці в ринкових умовах України / І. М. Мягких // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №9(123). – С. 208 – 216.



СЕРТИФІКАЦІЯ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Петренко Олександр Олександрович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: petrenko10@inbox.ru

Сучасні тенденції у сфері професійної освіти працівників свідчать про підвищення значущості процесу сертифікації співробітників. На відміну від багатьох професій, які передбачають обов'язкову сертифікацію до початку кар'єри, для менеджерів з управління персоналом (надалі HR-менеджер) сертифікацію можна здійснити уже у процесі трудової діяльності. Доцільність сертифікації HR-менеджерів пояснюється необхідністю набуття і документальним підтвердженням компетентностей відносно новітніх бізнес-процесів у сфері управління кадрами на підприємстві.

Дослідженням процесу сертифікації управлінських кадрів на підприємстві займаються провідні іноземні та українські вчені, зокрема С. Арвей, Д. Дайер, С. Лестер, С. Майкаліс, В. Петюх, В. Савченко. Незважаючи на те, що вчені наголошують на необхідності обов'язкової сертифікації для HR-менеджерів, у сучасних умовах даний процес на українських підприємствах носить ситуативний характер.

Метою дослідження є обґрунтування заходів для підвищення обсягів сертифікації HR-менеджерів на українських підприємствах.

Вчені-дослідники значну увагу приділяють вивченню зовнішніх стимулів та внутрішніх мотивів HR-менеджерів до проходження сертифікації. Результати свідчать про те, що, за відсутності механізмів до обов'язкового отримання сертифікатів, на даний момент більшої значущості мають саме внутрішні мотиви HR-менеджерів – тобто їх власне бажання до професійного навчання та розвитку. Причиною таких результатів є відсутність діючих заходів щодо матеріального і нематеріального заохочення співробітників, які отримують сертифікати у сфері управління трудовими ресурсами.

Добровільна сертифікація HR-менеджерів у світовій практиці функціонує, в основному, завдяки роботі двох провідних інститутів: американського HRCI (The Human Relation Certification Institute) та британського CIPD (Chartered Institute of Personnel and Development). Проте можна зазначити, що на даний момент у світовій практиці існує понад 1500 програм добровільної сертифікації для різних професій, частина з яких передбачає і сертифікацію менеджерів з управління трудовими ресурсами [1].

CIPD – це британський інститут, що видає три рівня сертифікатів для HR-менеджерів: базовий рівень (Basic), середній рівень (Intermediate) та передовий практичний рівень (Advanced). Мінімальні вимоги для абітурієнтів: вища освіта, досвід роботи у сфері управління персоналом не менше 2 років, знання англійської мови [2].

Американський інститут HRCI розробив 3 основні рівні сертифікатів: професіонал з управління персоналом (PHR), старший професіонал з управління персоналом (SPHR), глобальний професіонал з управління персоналом (GPHR).

Сертифікація CIPD призначена для підвищення компетентності з питань управління трудовими ресурсами, формування цілісної системи управління підприємством, ознайомлення зі світовою практикою управління персоналом, здобуття практичних навичок з прийняття управлінських рішень у сфері управління трудовими ресурсами. Проходження сертифікації передбачає проходження навчання за сучасними методиками, в тому числі тренінгів, а також здачу іспиту – тестування з використанням комп'ютера [3].

Якщо аналізувати структуру модулів, що входять до курсів з підвищення кваліфікації інституту HRCI, то це: кадрове забезпечення, розвиток людських ресурсів, стимулювання та оплата праці, трудові взаємовідносини персоналу, соціальні гарантії персоналу, практика управління, практика забезпечення зайнятості персоналу [4].

Приклад програми сертифікації CIPD наведено на *рис. 1*.

Приклад програми сертифікації HRCI показано в *табл. 1*.



Рис. 1. Приклад структури програми сертифікації CIPD

Таблиця 1

Приклад структури програми сертифікації HRCI для рівня РНР

Функціональні складові програми	Питома вага навчального часу, %
Кадрове забезпечення	19%
Розвиток людських ресурсів	11%
Стимулювання та оплата праці	19%
Трудові взаємовідносини	11%
Соціальні гарантії персоналу	6%
Практика управління	15%
Практика забезпечення зайнятості персоналу	19%

Використовуючи досвід іноземних дослідників, зокрема С. Лестера та Д. Дваера, можна стверджувати, що на прийняття рішень щодо проходження сертифікації може впливати значна кількість зовнішніх факторів та внутрішніх мотивів, проте в поточних умовах господарювання в західних країнах ведеться пошук механізмів для того, щоб роль внутрішньої складової не була вирішальною [5]. Тобто отримання сертифіката повинно залежати не тільки від власного бажання чи небажання співробітника – потрібно формувати чітку систему заохочення. Зовнішня мотивація передбачає бажання сертифікуватись, що підкріплено можливістю отри-

мання додаткових переваг. Проте компетентність працівника, можливо, після проходження сертифікації майже не змінюється. За таких умов вчені виділяють три різні регулятивні процеси: інтроактивну регуляцію, ідентифікаційну регуляцію та інтегровану регуляцію.

Інтроактивна регуляція побудована на формуванні думки про те, що співробітник буде вважати себе гіршим у порівнянні з іншими за умови, що він не пройде сертифікацію. Така ідеологія може бути реалізована через інтернаціоналізацію наукової думки та престижність іноземних сертифікатів.

Ідентифікаційна регуляція – формування думок у співробітників про те, що отримання сертифікатів сприяє досягненню успіхів у кар'єрі (на прикладі сертифікованих співробітників успішних підприємств чи організацій). Хоча за таких умов ні керівники підприємства, ні HR-менеджери можуть не знати переваги сертифікації та потенціалу приросту компетентності співробітника після отримання ним сертифікату.

Інтегрована регуляція, на відміну від двох попередніх, передбачає чітку логічну обґрунтованість необхідності проходження сертифікації шляхом тлумачення потенційно набутих компетентностей, необхідних для більш ефективної трудової діяльності, та переваг співробітника [5 – 6].

Використовуючи інформацію про три можливі форми зовнішньої регуляції та застосовуючи дані провідних дослідників щодо основних демотивуючих факторів процесу сертифікації, було сформовано основні заходи, що повинні бути реалізовані на українських підприємствах для підвищення обсягів сертифікації HR-менеджерів:

- 1) Активна робота над інтегрованою регуляцією процесу сертифікації HR-менеджерів, що виражається через надання достовірної інформації щодо потенційно набутих компетентностей та переваг сертифікації.
- 2) Усунення проблеми високих витрат на сертифікацію повинно вирішуватись тільки в один спосіб – підприємства повинні на 100% виконувати фінансування підвищення кваліфікації HR-менеджерів.
- 3) Надання матеріальної компенсації у разі високих витрат часу на підготовку до складання іспиту у вільний від роботи час.

- 4) Одноразова премія та підвищення заробітної плати у випадку успішного проходження сертифікації.
- 5) Врахування побажань співробітників у процесі сертифікації.
- 6) Забезпечення кращих можливостей кар'єрного зростання для сертифікованих працівників.

Отже, реалізація розроблених заходів на українських підприємствах повинна вирішити проблему зовнішнього стимулювання сертифікації HR-менеджерів та сприяти підвищенню усвідомленості значущості сертифікації для покращення показників їх трудової діяльності. Подальші дослідження будуть спрямовані на визначення організаційних проблем у процесі сертифікації та формування комплексу заходів для їх усунення.

Література

1. Офіційний сайт Chartered Institute of Personnel and Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cipd.co.uk>
2. Офіційний сайт Human Relation Certification Institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.hrci.org>
3. Програма HR сертифікації від EY Human Capital [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ey.com/UA/uk/Services/Tax/Human-Capital/EY-hr-certification>
4. Р. Уэйн Монди Управление персоналом / Р. Уэйн Монди, Роберт М. Ноу, Шейн Р. Премо / Пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой, С. В. Кошелевой. – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2004. – 640 с.
5. Петюх В. М. Мотивація сертифікації працівників у сфері управління персоналом / В. М. Петюх, Я. Л. Захарченко // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2013. – №2(6). – С. 60 – 67.
6. Scott W. Lester, Dale J. Dwyer «Motivations and benefits for attaining HR certifications» / Scott W. Lester, Dale J. Dwyer // Career Development International. – 2012. – Vol. 17, Iss: 7. – pp. 584 – 605.



УДК 330.3 (477)

РЕГІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Піддубний Іван Олександрович, кандидат економічних наук,
професор, декан факультету міжнародних економічних відносин
e-mail: dekmeo@hneu.edu.ua

Піддубна Людмила Іванівна, доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
e-mail: l.poddubnaya@mail.ru
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

Сучасна теорія і практика визнають пряму залежність рівнів конкурентоспроможності національної економіки та її регіонів. Усвідомлення цієї залежності пронизує регіональну політику всіх розвинених країн світу, яка визначається як найважливіший чинник забезпечення регіональної, а відтак – і національної конкурентоспроможності.

Проблема підвищення конкурентоспроможності економіки України має системний характер, що обумовлює потребу використання у її розв'язанні інструментарію теорії організаційних систем. Згідно з теорією активних систем [1], національна економіка являє собою цілісну єдність взаємозв'язаних елементів, а потенціал її конкурентоспроможності формується як результат взаємодії потенціалів конкурентоспроможності її регіональних складових. Ця системна властивість національної конкурентоспроможності забезпечується зв'язками та реляційністю регіональних складових, сукупний ефект взаємодії яких перевищує суму потенціалів їх конкурентоспроможності [1, с. 18].

Ці положення теорії активних систем є універсальними і їх використання дозволяє, *по-перше*, представити національну економіку як складну й відкриту систему, рівень конкурентоспроможності якої визначається дією множини внутрішніх і зовнішніх факторів. Сукупну дію цих факторів необхідно своєчасно враховувати, адаптуючи до неї як економіку в цілому, так і окремі її елементи (регіони). *По-друге*, рівень національної

конкурентоспроможності визначають різномірні, але настільки взаємообумовлені регіональні підсистеми, що послаблення зв'язків у будь-якій із них спричинює зниження рівня конкурентоспроможності усїе економічної системи.

Для конкурентоспроможності національної економіки дуже негативними є великі відмінності у тих параметрах регіональних підсистем, які забезпечують їх «фрактальність» і «самодостатність», тобто здатність відтворювати головні властивості національної економічної системи в цілому. Звідси, механізм державного регулювання конкурентоспроможності має активно протидіяти зростанню регіональної диференціації та запобігати аномально високій асиметрії в територіальному розвитку [2, с. 84]. Особливо загрозовою територіальна диференціація стає тоді, коли вона закріплюється нерівнозначними статусами однорівневих територіальних одиниць країни та підведеними до них міжбюджетними або фінансовими відносинами. В таких випадках регіональні відмінності стають факторами послаблення цілісності національної економічної системи та зниження її конкурентоспроможності.

Розвиток механізму державного регулювання конкурентоспроможності має бути спрямований, насамперед, на формування територіальної цілісності, гомогенності та інтегрованості територіального розвитку. Саме ці процеси та їх інтенсивність визначають, з *одного боку*, внесок кожного регіону до загального ефекту функціонування економіки, а з *іншого* – здатність держави та уряду до зміцнення системних основ національної конкурентоспроможності.

«Несучу конструкцію» цілісності будь-якої національної економічної системи складають: 1) просторова (територіальна) цілісність держави; 2) системоутворююча єдність соціально-економічного простору; 3) територіальна інтеграція. Їх антиподами є, відповідно: територіальна рецесія (втрата частини території), диференціація та дезінтеграція [3, с. 132].

Найбільшою є значущість територіальної цілісності. Втрата навіть невеликої частини території державою розглядається її соціумом як національна трагедія. Більш складною для оцінки та регулювання є друга

й третя складові та їх антиподи. На відміну від територіальної дезінтеграції регіональна диференціація сприймається по-різному – у залежності від її рівня. Так, природні регіональні відмінності слід вважати нормальними, оскільки саме вони обумовляють розміщення продуктивних сил, структуру та спрямованість товарно-грошових потоків у національній економічній системі. І навпаки, значні регіональні відмінності визначаються негативно. Отже, мова повинна йти лише про аномалії, бо регіональна диференціація є явищем звичайним і цілком припустимим до певних рівнів. Навіть у розвинених країнах Заходу існують більш розвинені і менш розвинені, а то й відсталі регіони. І уряди країн турбують не самі регіональні відмінності, а їх надмірність.

Регіональні аспекти соціально-економічного розвитку України набули підвищеної уваги з моменту набуття її залежності. Однак і дотепер стан справ у цій сфері залишається незадовільним. Моніторинг соціально-економічного розвитку регіонів України в останні два десятиріччя виявляє тенденцію закріплення та зростання надмірно високої регіональної диференціації в країні.

Так, якщо у 1995 р. розрив за показником «валовий національний продукт на душу населення» (між Закарпатською і Запорізькою областями) складав 1,5 рази, то у 2010 р. – 3,3 рази (між Тернопільською і Донецькою областями [4, с. 92]. Співвідношення мінімального і максимального значення за показниками обсягу промислової продукції на душу населення, інвестицій в основний капітал, прямих іноземних інвестицій та заробітної плати в Україні майже утричі перевищує показники регіональних відмінностей країн ЄС [4, с. 95]. Існування такого істотного розриву не тільки звужує масштаби міжрегіонального обміну, а й взагалі створює загрозу поглиблення дезінтеграційних процесів в економіці України.

Як процес і як результат послаблення зв'язків між елементами регіональних систем слід розглядати територіальну дезінтеграцію, яка виступає, як правило, у формах: 1) міжрегіональної дезінтеграції (між окремими регіонами); 2) державної дезінтеграції (між регіонами і «центром»); 3) внутрішньорегіональної дезінтеграції (між елементами в межах регіону). Кожен із цих видів дезінтеграції у залежності від джерела та характе-

ру «збурення» системних зв'язків може бути додатково визначений і як економічний, фінансовий, бюджетно-податковий, інфраструктурний, політичний тощо. Типологізація територіальної дезінтеграції є важливим інструментом аналізу в тому сенсі, що кожен вид має свою специфіку впливу на цілісність економічних систем (підсистем) і вимагає притаманних тільки йому методів аналізу та подолання.

Література

1. Бурков В. Н. Теория активных систем: состояние и перспективы. Серия «Информатизация России на пороге XXI века» / В. Н. Бурков, Д. А. Новиков – М. : СИНТЕГ, 1999. – 128 с.
2. Вахович І. М. Сутність асиметрії регіонального розвитку / І. М. Вахович, І. М. Лакатош// Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»: Збірник наукових праць. Луцький державний технічний університет. Випуск 5 (18). – Ч. 1 – Луцьк, 2008 – 376 с.
3. Жук М. В. Регіональна політика / М. В. Жук. – К. : Видавничий центр «Академія», 2008. – 414 с.
4. Сталий розвиток: світоглядна ідеологія майбутнього : монографія / Хвесик М. А., Бистряков І. К., Левковська Л. В., Пилипів В. В.]; за ред. акад. НААН України М. А. Хвесика. – К. : ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НААН», 2012. – 465 с.



УДК 343

СУБЪЕКТЫ И ПРИНЦИПЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

Разинкова Валентина Петровна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики, организации и планирования деятельности предприятия
Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнецца

Лукьянец Светлана Павловна, кандидат экономических наук,
НТК «Институт монокристаллов»

Сегодня Украина воспринимается мировым сообществом как страна, в которой крупномасштабная проблема коррупции, распространенная практически во всех государственных учреждениях, как на центральном, так и на местном уровнях, занимает первое место.

Коррупция поразила все украинское общество, следствием чего является то, что доверие граждан к публичным учреждениям и их представителям сведено на нет, и нет никаких признаков улучшения ситуации.

Многолетние попытки власть предержащих «преодолеть коррупцию», проявления правового фетишизма, учитывая принятие законов, национальных и государственных программ, которые вроде бы должны были противодействовать этому явлению, в сущности, стали декларациями и инструментом популизма: Президент выдал более 80 актов по вопросам борьбы с коррупцией, ВР приняла свыше 92 законов и других решений относительно борьбы с коррупцией [5]. Очевидно, что творцы таких законов (правовых актов), политические и экономические элиты никогда не будут действовать по правилам, которые противоречат их интересам, а тем более принимать действенные законы и правила общественно открытого поведения, что которіеобусловили бы возможность общественного контроля над соблюдением добропорядочности, в первую очередь лицами, уполномоченными на выполнение государственных функций. Как следствие – Украина стала одной из трех наиболее коррумпированных стран мира.

Что нужно для успешной борьбы с коррупцией? [3],

- 1) политическая воля;

- 2) стратегии и планы действий;
- 3) правила;
- 4) систематический «ремонт» правил;
- 5) неотвратимость юридической ответственности и наказания.

Ответственность за выполнение каждого из этих пунктов ложится на конкретных субъектов, с каждого из которых потом нужно и спрашивать.

Вспомогательными факторами являются: активное участие общественности, правовое воспитание населения, контроль международных институций и тому подобное.

Противодействие коррупции как специфический вид деятельности в сфере социального управления, которое включает систему мероприятий политического, правового, организационно-управленческого, идеологического, социально-психологического и другого характера, направленных на сокращение ее объемов, изменение характера коррупционных проявлений, ограничения влияния коррупции на социальные процессы (в том числе установление статуса гражданина как субъекта предотвращения и противодействия коррупции, важность стимулирования активного участия граждан в антикоррупционных мероприятиях), увеличение риска для коррупционеров, устранение социальных предпосылок коррупции, причин и условий коррупционных деяний, выявления, прекращения и расследования проявлений коррупции, привлечение лиц, виновных в совершении коррупционных правонарушений, к юридической ответственности, возобновлению законных прав и интересов физических и юридических лиц, устранение последствий коррупционных деяний, должно осуществляться соответствующими субъектами и базироваться на определенных принципах.

Исходя из содержания антикоррупционной деятельности, функционального назначения и круга полномочий, субъекты противодействия коррупции могут быть разделены на основные группы, а именно: субъекты:

- 1) которые определяют и обеспечивают реализацию антикоррупционной политики государства;

- 2) которые создают и совершенствуют нормативно-правовую базу противодействия коррупции;
- 3) непосредственной правоохранительной деятельности в сфере противодействия коррупции;
- 4) которые осуществляют судебное разбирательство дел о коррупционных правонарушениях (суд);
- 5) деятельность которых направлена на предотвращение коррупции;
- 6) которые осуществляют координацию антикоррупционной деятельности;
- 7) которые реализуют контроль и надзор за деятельностью субъектов непосредственной правоохранительной деятельности в сфере противодействия коррупции;
- 8) которые осуществляют возобновление законных прав и интересов физических и юридических лиц, устранения последствий коррупционных деяний;
- 9) которые осуществляют финансовое, материально-техническое, информационное, научно-методическое обеспечение противодействия коррупции.

При этом необходимо кардинальное изменение принципов борьбы с коррупцией, которая должна начаться на основе концептуально нового правового базиса, внедрение которого создаст правовые механизмы предотвращения коррупционных деяний, а главное – предоставит реальные рычаги влияния в такой деятельности институтам гражданского общества.

Внедрением таких правовых принципов противодействия коррупции станет воля народа на смену Конституции Украины и принятие антикоррупционного закона всеукраинским референдумом по народной инициативе, которые сделают возможными такие изменения.

Противодействие коррупции базируется на таких основных принципах:

- верховенства права;
- законности;

- ▷ системности;
- ▷ комплексности;
- ▷ объективности;
- ▷ практической направленности и радикальности мероприятий;
- ▷ научной обоснованности;
- ▷ экономической целесообразности;
- ▷ взаимодействия властных структур с институтами общества и населением;
- ▷ оптимальности и эффективности;
- ▷ объективности.

Література

1. Закон України «Про засади запобігання та протидії корупції»: від 11.06.2009р., № 1506-17 // ВВР України. – 2009. - №45. – С. 691.

2. Концепція подолання корупції в Україні «На шляху до доброчесності»: Затв. Указом Президента України від 11 вересня 2006 року // Офіц. вісник України. – 2006. – № 37. – С. 2540.

3. Віртуальна книжкова виставка на тему: Сучасний стан та основні тенденції запобігання і протидії корупції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lib.uccu.org.ua/doc/vistavka/vistavka_korupc.htm

4. Звіт за результатами дослідження «Корупція та корупційні ризики а державних адміністративних органах: громадська думка населення України, підприємців, експертів» / Відділ проблем економічної злочинності. Підтримка належного урядування: проект протидії корупції в Україні (UPAC) [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Міністерства юстиції України. – 2009. – Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/0/21891>

5. Хавронюк М. Український парламент і українська корупція // Центр політико-правових реформ: Четверта щорічна міжнародна конференція «ПАРЛАМЕНТСЬКІ ЧИТАННЯ» – 23 листопада 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pravo.org.ua/protydiia-koruptsii/zakonodavstvo-ta-komentari/1807-ukrainskyi-parlament-i-ukrainska-koruptsiia.html>



УДК 339.54

ПОЛІТИКА ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРИХОВАНОГО ПРОТЕКЦІОНІЗМУ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Серпухов Максим Юрійович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
e-mail: maximserpuhov@ukr.net

Вовк Володимир Анатолійович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

У сучасних умовах функціонування міжнародної економіки кожна з країн поглиблює власну спеціалізацію та прагне збільшувати обсяги виробництва й експорту продукції. За таких умов формується ряд протиріч, які актуалізують питання векторів зовнішньоторговельної політики та їх інструментів. Основне протиріччя виникає у використанні інструментів прихованого протекціонізму та вільної торгівлі.

У сучасній практиці міжнародної торгівлі широкого застосування набули інструменти прихованого протекціонізму як засіб захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції та підтримка вітчизняних виробників з метою збільшення експорту продукції (експортні субсидії, міждержавні угоди, технічні бар'єри тощо), але поза увагою вітчизняних та закордонних науковців залишаються питання використання інструментів прихованого протекціонізму у вигляді політики імпортозаміщення, яка є однією з найбільш ефективних форм прихованого протекціонізму. Сутність політики імпортозаміщення полягає у виробництві продукції, яка не входить до спеціалізації країни з метою скорочення імпорту відповідної продукції та збільшення власного виробництва цієї продукції. В рамках політики імпортозаміщення країна створює додаткові бар'єри в торгівлі між країнами за рахунок штучної спеціалізації на виробництві продуктів, якими поступово заміщується імпортна продукція.

Питаннями імпортозаміщення займалися вітчизняні та закордонні вчені серед яких: П. Ліндерт, О. Болотна, І. Дунаєв, В. Бабаєв, Т. Кисіль, А. Мазаракі, Т. Мельник Ю. Шипуліна, І. Плющик та інші науковці.

Враховуючи значний науковий та практичний інтерес до питання імпортозаміщення в сучасній науковій літературі та практичних рекомендаціях, недослідженим залишається оцінка впливу політики імпортозаміщення на стан ринкової конкуренції та вільну торгівлю, а відтак формується новий інструмент прихованого протекціонізму.

Широкого використання імпортозаміщення набуло в нових індустріальних країнах, таких, як Китай, Сінгапур, Філіпіни, Південна Корея, Індонезія, Бразилія та Аргентина. У більшості із зазначених країн імпортозаміщення стало стратегією економічного розвитку, за результатами якої вдалося значно збільшити обсяги виробництва продукції, а згодом в окремих країнах і експортувати ту продукцію, яку раніше імпортували (рис. 1).

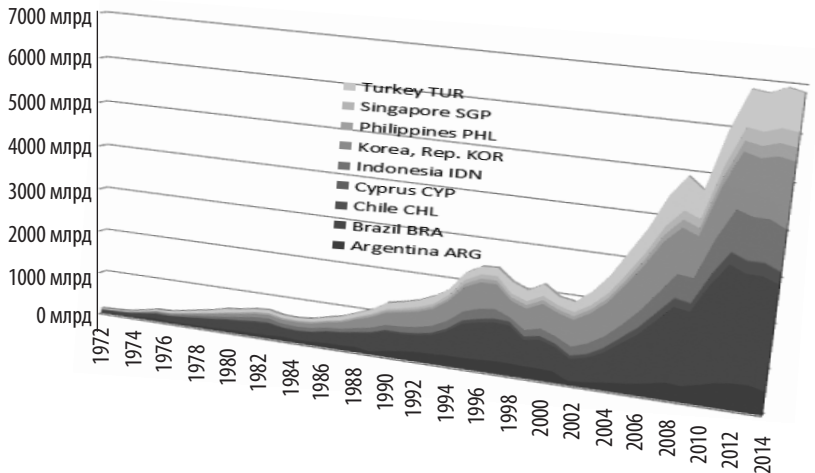


Рис. 1. Динаміка ВВП окремих країн, які використовували стратегію імпортозаміщення (за даними Світового банку)

Тобто відбувся перехід від стратегії імпортозаміщення до стратегії орієнтування на експорт. За час впровадження політики імпортозаміщен-

ня відбулась передача технології виробництва продукту від однієї до іншої країни з її подальшим вдосконаленням та розвитком. Прикладом такої ситуації є виробництво автомобілів в Південній Кореї та Китаї, виробництво комп'ютерів в Сінгапурі та Малайзії тощо.

Разом з позитивним впливом політики імпортозаміщення відбувається створення штучних бар'єрів для імпорту продукції, на які спрямована політика імпортозаміщення. Враховуючи відсутність спеціалізації країни на виробництві відповідної імпортової продукції відбувається штучне нарощування спеціалізації в окремих галузях економіки країни за допомогою адміністративних важелів. Зокрема для стимулювання політики імпортозаміщення широкого використання набувають тарифні та нетарифні інструменти. Починаючи від встановлення високих імпортних мит та квот до створення сприятливих умов для імпортозаміщення за рахунок пониження ставок податків, державної підтримки у вигляді субсидування та ін. Все це веде до викривлення конкурентного середовища та спеціалізації країн у міжнародному поділі праці з метою підтримки вітчизняного виробника. Слід зазначити, що використання політики імпортозаміщення не завжди дає позитивні результати, оскільки за таких умов країна зменшує обсяги міжнародної торгівлі, копіює технологію більш успішних виробників з інших країн, займає позицію наздоганяючих у технологічному лідерстві, підвищує ціни на імпортну продукцію та ін.

Таким чином, можливо стверджувати, що політика імпортозаміщення є проявом протекціонізму, яка спрямована на зменшення міжнародної торгівлі, захист вітчизняних виробників, посилення штучної спеціалізації країни, вплив на конкуренцію та конкурентну ситуацію на ринку тощо.

Література

1. Линдерт П. Экономика мирохозяйственных связей. – М. : Прогресс. – 1992. – С. 92.
2. Болотна О. В. Політика імпортозаміщення як фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України / О. В. Болотна, Т. Ф. Ларіна // Бізнес Інформ. – 2012. – № 10. – С. 23 – 25.
3. Дунаєв І. В. Імпортозаміщення в контексті вибору механізмів державної зовнішньоторговельної політики України / І. В. Дунаєв, В. Ю. Бабаєв // Державне будівництво. – 2012. – № 1. – С. 1 – 9.

4. Кисіль Т. В. Теоретичні засади використання стратегії імпортозаміщення на промислових підприємствах / Т.В. Кисіль // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – № 1. – С. 64 – 71.

5. Мазараки А. Імпорт та перспективи імпортозаміщення в Україні / А. Мазараки, Т. Мельник // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2012. – № 6. – С. 5 – 15.

6. Шипуліна Ю. С. Впровадження стратегії імпортозаміщення промислових підприємства / Ю. С. Шипуліна, Т. В. Кисіль // Економічний форум. – 2014. – № 3. – С. 214 – 221.

7. Плющик І. А., Огородник Р. П. Аналіз ефективності застосування політики імпортозаміщення у світі // Економічні інновації. – 2011. - № 43. – С. 269 – 275.



УДК 005.95/.96:658.87

ПОШУК ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Сиваш Юлія Миколаївна, аспірант
кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: yulia.sivash@gmail.com

Керівникам підприємств роздрібної торгівлі доводиться вирішувати безліч питань, у тому числі пов'язаних з набором персоналу. Плинність кадрів у роздрібній торгівлі – це проблема, яка була є і буде завжди. Один з основних шляхів вирішення цієї проблеми – побудова ефективної системи мотивації та оплати праці та дотримання принципів нормування праці.

Питання щодо формування лояльності персоналу у роздрібній торгівлі знайшли своє відображення у працях багатьох вчених, зокрема Дж. Гринберг [1], К. О. Харський [2], М. В. Гусятинський [3].

Але залишаються недостатньо вивченими показники лояльності персоналу. Тому мета дослідження полягає в дослідженні рівнів та показників лояльності персоналу до торгової організації, а також у визначенні причин її зниження.

У роздрібній мережі задіяні близько 5 млн людей, і попит на персонал постійно зростає. Це пов'язано з подальшим розвитком української роздрібною торгівлі: у 2014 р. тільки мережу продовольчих роздрібних магазинів збільшилася на 402 одиниці. Однак при втіленні своїх стратегічних планів розвитку роздрібною торгівлі стикаються з суттєвою проблемою, пов'язаною з якістю робочої сили. Попит на кваліфікований, з досвідом роботи в роздрібній торгівлі, лояльний до фірми персонал зростає. Ринок може відповісти на цей виклик в основному кількісно, пропонуючи роботодавцям претендентів, котрі мають уявлення про роботу продавця як про щось непрестижне, тимчасове, що не вимагає значних зусиль.

Звичайно, плинність кадрів, а вона становить в середньому 5 – 10% на місяць, характерна для комерційної діяльності, і не існує ідеальних засобів, здатних змінити специфіку самої торгівлі. Але управляти процесами, пов'язаними з персоналом, можливо і необхідно.

Причини плинності кадрів потрібно шукати в самому підході роботодавця до системи кадрового забезпечення, який вважає цю сторону діяльності підприємства чимось вторинним порівняно зі стратегічними планами експансії ринку і нарощуванням обсягів продажів. При цьому не береться до уваги, що стратегічні цілі підприємства можуть бути досягнуті тільки за рахунок ефективного використання його сукупного ресурсного потенціалу, найважливішою складовою частиною якого є трудовий (кадровий) потенціал.

Дійсно, якщо в прагненні підвищити товарообіг керівник підприємства «закриває очі» на порушення принципів нормування праці, режимів робочого і неробочого часу, техніки безпеки і т. д., ставлячи на перше місце лише зростання обсягів продажів, для нього не повинно бути несподіванкою бажання співробітників змінити місце роботи. При цьому підприємство покине найбільш кваліфікований персонал, що володіє не тільки професійними навичками та досвідом і тому затребуваний на ринку праці,

а й високими особистісними якостями. У більшості випадків залишаються люди, які ніде більше не затребувані через свою низьку кваліфікацію або сумнівну репутацію. Віковий досвід торгівлі показує, що досягти стратегічних цілей з таким персоналом неможливо.

На жаль, сучасна ситуація в нашому суспільстві на перше місце ставить матеріальні чинники формування лояльності. Тому працівники, які регулярно не одержують заробітну плату, навряд чи зможуть підтримувати в собі добре ставлення до організації, незважаючи на всі додаткові нематеріальні заохочення. Можна сказати, що лояльність до організації на 99% ґрунтується на відповідності оплати праці його результатам, на хорошій і структурованій організації.

До показників лояльності з боку працівника по відношенню до організації можна віднести такі ознаки: 1) зацікавленість у діяльності організації; 2) любов до своєї справи; 3) прагнення підвищити свій професійний рівень; 4) творчий підхід до роботи; 5) ініціативність; 6) готовність відстоювати свою позицію, якщо є впевненість в тому, що вона правильна [1].

Чим більше виражений рівень лояльності, тим більш надійним є співробітник. Можна говорити про декілька рівнів лояльності, кожен подальший рівень забезпечує вищий ступінь відданості компанії.

Перший рівень лояльності полягає в зовнішній атрибутиці, яка свідчить про приналежність до організації. Це формальний, матеріальний рівень, який говорить тільки про очікувану поведінку працівника, який використовує той або інший атрибут організації. [2, с. 235].

Лояльність на рівні поведінки має на увазі виконання певних норм, правил, що регламентують такі вчинки працівників, як, наприклад, обов'язкове обговорення організаційних подій минулого дня під час ранкового перекуру або колективне поздоровлення начальника відділу з врученням цінного подарунка. Усе це безпосередньо пов'язане з корпоративною культурою організації та ухваленням співробітниками її принципів. Тому дуже важливо забезпечити сприятливий психологічний клімат в організації, сприяти утворенню організаційних традицій, неформальних

правил, всіляко підтримувати це й заохочувати працівників до проявів подібної поведінки.

Лояльність на рівні здібностей має на увазі більш виражену прихильність організації, ніж на попередніх рівнях. Почнемо з того, що ступінь відповідності здібностей конкретного професіонала вимогам організації повинен визначатися під час прийому на роботу. Тому багато в чому лояльність залежить від того, наскільки компетентні фахівці займаються в організації підбором персоналу. Лояльність на рівні здібностей передбачає, що працівник володіє відповідними цілям і вимогам організації навичками й уміннями, дотримується певних принципів і тому може відтворювати очікувану й необхідну поведінку [2, с. 237].

Для забезпечення цього рівня лояльності персоналу, у першу чергу, необхідно звернути увагу на професійні й особистісні якості кандидатів при прийомі на роботу. Працівник, лояльний на рівні здібностей, цінний для організації. Він завжди добре орієнтується у змінах, що відбуваються, ініціативний, оскільки володіє необхідними знаннями й зацікавлений у досягненні цілей організації. Від нього можна чекати ефективних інноваційних пропозицій, його погляд завжди націлений на перспективу досягнень організації.

До вищих рівнів лояльності відносяться лояльність на рівні переконань і лояльність на рівні ідентичності. Лояльність на рівні переконань передбачає повне ухвалення переконань і принципів організації. Цінності організації стають особистими цінностями працівника, тому стійкість цих позицій найвища [3].

Керівництву підприємств, що прагнуть зайняти стійкі позиції у сфері торгівлі, необхідно змінити систему взаємовідносин «роботодавець – найнятий персонал», вибравши концепцію, побудовану на визнанні цінності людського фактора. На практиці це виражається у розробці та впровадженні системи управління персоналом з урахуванням як матеріальної складової (оплата праці), так і нематеріальної мотивації, збалансованості системного та індивідуального підходів, а також дотримання принципів нормування праці. Наприклад, зрозуміла всім «прозора» система оплати

праці, що знижує суб'єктивізм в оцінці ефективності роботи співробітників, і виділення, заохочення найбільш талановитих працівників.

Однак подальший розвиток роздрібної торгівлі може призвести до ще більшого загострення кадрової проблеми. У виграші залишаться ті рітейлери, хто уже сьогодні цілеспрямовано формує кадрову політику, вибудовуючи ефективну систему матеріальної і нематеріальної мотивації персоналу.

Література

1. Гринберг Дж. Организационное поведение: от теории к практике / Дж. Гринберг, Р. Бейрон / Пер. с англ. О. В. Бредихина, В. Д. Соколова. – М. : ООО «Вершина», 2004. – 236 с.
2. Харский К. О. Благонадежность и лояльность персонала / К. О. Харский. – СПб.: Питер, 2003. – 496 с.
3. Гусятинський М. В. Управління лояльністю персоналу / М. В. Гусятинський. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/p=56291>.



УДК 678.08

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

Томах Вікторія Володимирівна, кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: contacttvv@gmail.com

На сьогодні, коли міжнародна конкуренція стає все більш жорсткою, зайняти достойне положення на світовому ринку можуть лише ті країни, підприємства яких у своїй діяльності використовують найсучасніші та

найякісніші технології. Саме необхідність використання сучасних технологій й обумовлює розвиток системи трансферу технологій як в межах країни, так і її входження в систему міжнародного трансферу технологій, що підтверджує актуальність теми дослідження. Проблемам трансферу технологій присвячено значну кількість праць як вітчизняних, так і закордонних вчених: П. Г. Перерва, Д. Коциски, Д. Сакай, М. Верешне Шомоши [3], С. І. Архієреєв, І. О. Дерід [1], М. А. Йохна, О. В. Козачок [2], але незважаючи на це, проблема використання трансферу технологій вітчизняними підприємствами є досі не вирішеною.

Економічне зростання розвинутих країн більше чим на 90 % обумовлюється саме використанням якісних технологій, а приріст валового продукту на 75 – 80% визначається саме інноваційними досягненнями, в той час як в Україні такий показник складає лише 0,1 % [3]. Так, в Україні упродовж 2012 – 2014 рр. доля інноваційно активних підприємств становила 14,6 %, при чому 6,0 % із них займалися технологічними інноваціями (продуктові та / або процесові), 5,1 % – нетехнологічними (організаційні та/або маркетингові), 3,5 % – технологічними і нетехнологічними інноваціями [4]. В 2014 р. кількість підприємств, що використовувала у своїй діяльності передові технології, склала 1636 одиниць і лише 106 підприємств (з них, 30 – в Києві, 17 – в Харкові) займалися створенням передових технологій [5].

Процес трансферу технологій є багатограним складним процесом, що обумовлює існування значної кількості визначень даного поняття, які різняться між собою. В даній роботі зупинимось на визначенні поняття «трансфер технологій», що запропоноване П. Г. Перервою, а саме: «трансфер технологій – це передача технології, яка оформлюється шляхом підписання двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та /або юридичними особами, яким встановлюються, змінюються або припиняються майнові права та обов'язки відносно технології та /або її складових» [3, с. 41].

У зв'язку зі складністю процесу трансферу технологій у його структурі вчені пропонують виокремити декілька етапів, а саме: розробка стратегії, визначення технологій для трансферу, маркетинг, вибір механізму транс-

феру технологій та реалізація трансферу [2]. Даний перелік етапів не є єдиним і загально визнаним, в економічній літературі зустрічається значна кількість можливого поділення трансферу технологій на етапи. Всі спроби розділення трансферу технологій на етапи тільки підтверджує складність та багатогранність даного процесу. З метою більш широкого використання та подальшого розвитку трансферу технологій у країнах створюються так звані системи трансферу технологій, що дозволяють скоротити шлях від розробника технології до виробника, що зацікавлений в ній.

В Україні на даний час існує ряд центрів трансферу технологій, деякі з яких входять до систем трансферу технологій, серед яких можна виділити такі: Українська інтегрована система трансферу технологій, Національна мережа трансферу технологій (НМТТ) та Система трансферу технологій Мережі регіональних центрів інноваційного розвитку Державного агентства України з інвестицій та інновацій (СТТ INDEV). Розглянемо ціль та особливості діяльності кожної з цих систем.

Так, призначенням Української інтегрованої системи трансферу технологій є накопичення та забезпечення оперативного обміну інформацією між розробниками і споживачами інноваційної продукції. Метою даної системи є створення умов для просування високотехнологічної продукції та послуг, інформаційних технологій на внутрішній та міжнародні ринки, а також скорочення витрат підприємств – розробників технологій на пошук замовників і партнерів у впровадженні технологій, забезпечення юридичної чистоти відповідною угодою захисту прав інтелектуальної власності авторів технологій [6].

Основними завданнями Національної мережі трансферу технологій є такі, як: трансфер технологій, ноу-хау між науковими секторами та промисловістю, пошук партнерів та інвесторів для кооперації при розробці і впровадженні високотехнологічного наукового продукту як в Україні, так і за кордоном, організація взаємодії НМТТ з міжнародними мережами трансферу технологій [7].

Метою Системи трансферу технологій Мережі регіональних центрів інноваційного розвитку Державного агентства України з інвестицій та інновацій (СТТ INDEV) є розвиток інфраструктури економіки України,

керуючись знаннями у сфері високих технологій та сприяння розвитку інноваційного бізнесу й комерціалізації наукоємних технологій в Україні. Основним завданням є передача технологій між науковим і виробничим секторами, а також пошук партнерів для здійснення кооперації в розробці і впровадженні нових наукоємних технологій [8].

Більш детальне вивчення роботи вищезазначених систем трансферу технологій дає можливість зробити висновок про майже однакові функції даних систем та їх майже паралельну роботу, що призвело до існування декількох баз даних, які не об'єднані в загальну базу. Наявність окремих баз технологій створює перешкоди покупцю та продавцю на шляху якісного та швидкого доступу до всіх наявних даних.

Таким чином, на даний час можна виділити такі проблеми, що стоять на шляху подальшого становлення та розвитку трансферу технологій в Україні, а саме:

- ▶ недостатній рівень розвитку інноваційного ринку та інноваційних процесів;
- ▶ недосконалість законодавчого забезпечення у сфері інтелектуальної власності;
- ▶ недостатній розвиток інноваційної інфраструктури;
- ▶ не урегульованість питання вартісної оцінки об'єктів інтелектуальної власності;
- ▶ велика тривалість терміну розгляду заявок на патенти і винаходи тощо.

Вирішення зазначених вище проблем повинно бути першочерговим завданням, бо саме їх розв'язання забезпечить подальший безперешкодний розвиток трансферу технологій в Україні.

Література

1. Архієреєв С. І., Дерід І. О. Економічна сутність трансферу технологій і його місце в міжнародному бізнесі / Вісник НТУ «ХПІ». – 2014. – № 23 (1066). – С. 7 – 16.
2. Йохна М. А., Козачок О. В. Трансфер технологій: суть, форми і значення / Вісник Хмельницького національного університету 2012. – № 3. – Т. 3. – С. 69 – 72.

3. Перерва П. Г., Коциски Д., Сакай Д., Вершне Шомоши М. Трансфер технологій. Монографія. – Х.: Віровець А. П. «Апостроф», 2012. – 668 с.

4. Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2012–2014 рр. Експрес-випуск Державна служба статистики України 05.10.2015р. № 295/0/05.Звн-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Створення та використання передових технологій та об'єктів права інтелектуальної власності на підприємствах України у 2014 р. Експрес-випуск Державна служба статистики України 22.04.2015р. № 112/0/05.Звн-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

6. Української інтегрованої системи трансферу технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://untt.com.ua/ua/about>

7. Національна мережа трансферу технологій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nttn.org.ua/>

8. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/kcir/>



УДК 658.011.1

ІНТЕРАКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ УКРАЇНИ

Черкасов Віктор Іванович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: cherkasovic@gmail.com

Проблема, на розв'язання якої спрямовано дане наукове дослідження, полягає у наступному:

- ▶ є істотний ризик, що саме у сфері виробництва засобів виробництва та іншої наукоємної продукції, яка має бути джерелом оздо-

ровлення національної економіки, можуть і далі погіршуватися умови для розвитку конкурентоздатності суб'єктів господарської діяльності України (СГДУ);

- ▷ у зв'язку з низьким рівнем конкурентоспроможності вітчизняної продукції іноземні товари успішно просуваються на внутрішніх ринках нашої країни, які швидко перетворюються на міжнародні і набувають рис складових світового ринку для реалізації інтересів економічно розвинутих країн та їх фірм, а не СГДУ.

Актуальність розв'язання цієї проблеми визначається тим, що вчені, керівники та фахівці підприємств, представники органів місцевої та державної влади мають невідкладно сфокусувати свою увагу на цих негативних явищах у національній економіці та усунути їх шляхом сприяння реалізації економічних інтересів СГДУ.

Відповідно до причин виробничої необхідності автором даної публікації розпочато розробку теорії інтерактивного управління розвитком конкурентоздатності СГДУ. Ця теорія складається з трьох частин:

- 1) інтерактивна економіка конкурентоспроможних підприємств;
- 2) клітинна теорія організації виробництва наукоємної продукції;
- 3) моделювання інноваційних процесів у сфері інтересів конкурентоздатних СГДУ в умовах глобалізації економіки.

Сутність загальної теорії інтерактивного управління розвитком конкурентоздатності СГДУ та трьох частин цієї теорії полягає в їх спрямуванні на виконання основного закону діалектики – єдності та боротьби протилежностей.

Мета даної наукової роботи – розкрити сутність взаємодії рушійних сил розвитку підприємств України та національної економіки: культури, влади, ринку, безпеки (КВРБ), на основі теорії інтерактивної економіки та клітинної теорії організації виробництва наукоємної продукції розробити модель інноваційних процесів у сфері інтересів СГДУ в умовах глобалізації економіки.

Об'єкт дослідження – інноваційні підприємства України, що мають безперервно розвиватися та орієнтуватися на створення наукоємної продукції.

Основним завданням дослідження є створення науково-методичного підґрунтя для забезпечення практичного розвитку інноваційних підприємств та ефективного управління процесом інтеграції СГДУ до систем міжнародного поділу праці.

В тезах, нижче за текстом, наведено основні положення кожної з трьох частин теорії інтерактивного управління розвитком конкурентоздатності СГДУ.

В ході даного наукового дослідження сконцентрована увага на таких явищах:

- 1) причини, що істотно впливають (позитивно або негативно) на економіку, знаходяться не тільки саме в цій сфері діяльності, але й в інших загальнолюдських сферах: гуманітарній, духовній, соціальній, політичній, військовій, а також у відносинах людей до природи;
- 2) рушійними силами інноваційного розвитку господарських організацій та національної економіки є культура, влада, ринок, безпека в їх взаємодії, а не тільки ринок.

Сутність цих явищ вивчає теорія інтерактивної економіки. Назва даної теорії англійською: economics of CAMS interaction. CAMS – це аббревіатура англійських слів: culture, authority, market, safety.

Основні положення інтерактивної економіки конкурентоспроможних підприємств:

- 1) сили КВРБ об'єктивно знаходяться у стані безперервного взаємного посилення та поповнення у сфері діяльності підприємств, що розвиваються;
- 2) кожна сила у складі КВРБ є істотною продуктивною силою, яка сприяє підвищенню ефективності використання робочої сили, знарядь виробництва, предметів праці.

Сили культури, влади, ринку, безпеки, а також гроші (Г) і товари (Т) є ресурсами взаємозалежними. Цінність кожного з цих ресурсів збільшується в разі створення сприятливих умов для їх оптимальної взаємодії на вході, всередині та на виході господарської системи. Для пояснення сутності цього явища є доцільним використовувати наступну форму:

$$Г, (КВРБ) - Т, В - Г^*, (КВРБ)^*.$$

$(КВРБ)^*$ – більш високий рівень культури, влади, ринкових відносин, безпеки у сфері діяльності господарської організації на кожному етапі її розвитку у порівнянні з попередніми етапами.

Згідно з теорією інтерактивної економіки прибуток (p) – це функція постійного (c), змінного (v) та інтелектуального капіталу (i), який значною мірою є наслідком впливу $КВРБ$ на ефективність використання робочої сили, знярядь виробництва та предметів праці. На основі цього положення можна навести наступну формулу:

$$p = f(c + v + i).$$

Зроблено наступний висновок: при умові правильного застосування методів теорії інтерактивної економіки відсутні причини для виникнення антагоністичних протиріч між власниками господарських організацій та їх працівниками. Саме цей науковий висновок є обґрунтуванням наявності великих можливостей для підвищення рівня конкурентоздатності СГДУ.

Клітинна теорія організації виробництва створюється у зв'язку з доцільністю застосування мнемонічних прийомів та аналогій, а також штучних асоціацій з живою природою для чіткого уявлення сутності та змісту систем управління процесом безперервного підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації економіки. Ця теорія стверджує, що сили $КВРБ$ взаємодіють усередині кожної з клітин господарського організму та в їх оточенні. Таким чином забезпечуються сприятливі умови для ефективного використання продуктивних сил. Кожна клітина господарського організму генерує імпульси його розвитку. Такий результат даного етапу наукового дослідження обґрунтовує можливість розробки та забезпечення ефективного функціонування складних та надскладних автоматизованих систем управління глобальним процесом створення наукоємної продукції та частинами цього процесу на вітчизняних підприємствах. Доведена доцільність застосування універсально-складального методу (УСМ) для побудови моделей інноваційного розвитку СГДУ на основі клітинної теорії організації сучасного виробництва.

Науковий інтерес до проблем моделювання процесів розвитку господарських організацій виник у середині минулого століття. До теперішнього часу і зараз такі моделі безперервно удосконалюються. Модель розвитку інноваційних процесів, що розроблена автором даної наукової роботи на основі теорії взаємодії сил КВРБ та клітинної теорії організації виробництва, отримала назву «реактор». Особливість цієї моделі полягає в тому, що вона безперервно розвиває свою здатність відтворювати методи накопичення та використання великої енергії для забезпечення ефективності виробництва матеріальних і нематеріальних благ через раціональну взаємодію сил КВРБ. Ці сили формуються в усіх загальнолюдських сферах та в кожній клітині господарського організму, створюючи позитивний кумулятивний ефект швидкого інноваційного розвитку вітчизняних підприємств і, як наслідок, національної економіки.

Основний висновок даного наукового дослідження: теоретична та практична значущість запропонованої моделі інноваційних процесів полягає в тому, що вона є основою для розробки та функціонування складних та надскладних глобальних виробничих систем з інтегрованими до них конкурентоздатними суб'єктами господарської діяльності України.

Література

1. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» №143-V від 14.09.2006 року // Відомості Верховної Ради. – 2006.
2. Юхименко П. І., Гацька Л. П., Півторак М. В. та ін. Міжнародний менеджмент. Навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури. 2011. – 988 с.
3. Rothwell R. Towards the fifth-generation innovation process // *International Marketing Review*. – 1994. – Vol.11. – No.1. – p. 7–31.



УДК 658.35

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ У ЛОГІСТИЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Шевченко Ірина Валеріївна, кандидат економічних наук,
викладач кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: shevchenko220678@mail.ru

У сучасних умовах господарювання вітчизняних підприємств актуальними напрямками є розробка та впровадження інноваційних продуктів і технологій у їх діяльність. Ці напрямки сприяють створенню нових товарів та послуг, зростанню конкурентного потенціалу й збільшенню ринкової частки підприємства, нарощенню обсягів виробництва та прибутків, а також підвищенню реальної вартості підприємства. Разом з тим, впровадження інновацій завжди супроводжується ризиками та невизначеністю, що потребує ретельного відслідковування усіх процесів.

Мета – визначити проблеми і дослідити перспективи впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств.

У своїх роботах учені Н. І. Чухрай, Р. Р. Патора [1], І. Я. Кулиняк та І. М. Демків [2] визначають сутність інновацій, логістичної діяльності та встановлюють проблеми впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах. Учені І. С. Процик, І. В. Криван [3] та М. В. Одрехівський [4] досліджують переваги впровадження інновацій на підприємствах і показники оцінки економічної ефективності інновацій. Разом з тим, виникає необхідність узагальнити інформацію про існуючі проблеми та перспективи впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств.

На даний момент вітчизняні підприємства гостро потребують удосконалення своєї діяльності через скорочення часових інтервалів і витрат у постачанні, виробництві та збуті. В умовах загострення конкурентної боротьби та необхідності своєчасно адаптуватися до складної економіч-

ної ситуації це можна здійснити за допомогою впровадження інновацій у логістичну діяльність.

За даними офіційної статистики співвідношення фінансування фундаментальних, прикладних та експериментальних робіт у США такі: 12,6 %, 23,7 % та 63,7 %. У США та Японії кількість науково-технічних працівників, зайнятих у сфері науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), у розрахунку на 10000 працюючих на початку XXI ст. складала 76 осіб, у Німеччині – 59, у Франції – 50, у Великобританії – 36, в Італії – 37 осіб, в Україні – у 10 разів менше [4].

Ефективність процесу впровадження інновацій у логістичну діяльність визначається ступенем проникнення логістики на різні рівні управління підприємством. Існуюча система управління повинна корегуватися через раціоналізацію та оптимізацію управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками на підприємстві.

Актуальними напрямками впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств є такі:

- ▷ маркетингові дослідження ринку;
- ▷ проектування та розробка технічних вимог, розробка нових видів продукції;
- ▷ матеріально-технічне постачання;
- ▷ виробничі процеси;
- ▷ контроль, проведення випробувань та досліджень щодо удосконалення характеристик і властивостей продукції;
- ▷ пакування та зберігання;
- ▷ розподіл та збут продукції;
- ▷ монтаж та експлуатація;
- ▷ технічна допомога і сервісне обслуговування;
- ▷ утилізація після використання.

Проблеми та перспективи впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств систематизовані у *табл. 1*.

Таблиця 1

Впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств

Проблеми впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств	Перспективи впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств
недосконала нормативно-правова база держави	забезпечення інноваційного шляху розвитку вітчизняної економіки
обмеженість доступу до інформації щодо вітчизняного та іноземного досвіду зі впровадження інновацій	поступове формування інноваційного етапу розвитку діяльності підприємств у стратегії логістичних трансформацій
недостатність фінансових ресурсів підприємств	поступове долучення підприємств до світового логістичного ринку
наявні стереотипи у керівництва підприємств	отримання підприємствами можливості конкурувати на глобальному логістичному ринку
недовіра до інноваційного продукту	підтримка пріоритетних напрямків інноваційної та логістичної діяльності підприємств
ризики, які супроводжують впровадження інновацій (невідповідність очікуваного результату)	сприяння розвитку інноваційної та логістичної інфраструктур
недостатня кваліфікація кадрів	підвищення ступеня захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної та логістичної діяльності

На практиці фінансове забезпечення інновацій може здійснюватися за рахунок кількох джерел: бюджетних асигнувань, банківського, приватного, оборотного капіталу підприємства [4]. При цьому в інноваційній сфері вирішальну роль повинні відігравати довгострокові та середньострокові інвестиції, тому що інноваційний процес є тривалим.

Висновки. Таким чином, були визначені проблеми і досліджені перспективи впровадження інновацій у логістичну діяльність вітчизняних підприємств. Визначено актуальні напрямки впровадження інновацій у логістичну діяльність. Подальше дослідження необхідно спрямувати на розробку детальних пропозицій щодо можливостей використання західноєвропейського досвіду у цій сфері.

Література

1. Чухрай Н. І. Інновації та логістика товарів : монографія / Н. І. Чухрай, Р. Р. Патора. – Львів : Вид. НУ «Львівська політехніка», 2001. – 264 с.
2. Кулиняк І. Я. Проблеми впровадження інновацій на вітчизняних підприємствах та напрямки їх вирішення / І. Я. Кулиняк, І. М. Демків // Управління інноваційним процесом в Україні: проблеми комерціалізації науково-технічних розробок. – 2012. – № 2. – С. 161 – 162.
3. Процик І. С. Інновації на підприємствах: сутність та переваги впровадження / І. С. Процик, І. В. Криван // Проблеми формування та розвитку інноваційної. – 2011. – № 3. – С. 350 – 351.
4. Одрехівський М. В. Показники оцінки економічної ефективності інновацій / М. В. Одрехівський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.3. – С. 308 – 315.



УДК 005.332.4/334.722

СВІТОВИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ЕНЕРГОМАШИНОБУДУВАННЯ

Шеховцева Крістіна Валеріївна, магістр 2 року навчання
факультету міжнародних економічних відносин
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: northetie@mail.ru

Енергомашинобудування – високотехнологічний сектор галузі машинобудування, який спеціалізується на виготовленні оснащення для електростанцій та об'єктів енергетичної сфери. За думкою аналітиків, світове енергомашинобудування в найближчі 15 – 20 років буде зростати. Найінтенсивніше його продукція буде споживатися у країнах, що розвиваються та на які приходиться більше половини інвестицій в електроенергетику. Вже до 2020 року на частку Китаю й Індії буде приходиться 33% приросту світового енергоспоживання. Китай, Індія й Бразилія мають гостру по-

требу в нових потужностях і будуть форсувати будівництво нових електростанцій.

Основними факторами циклічності ринку енергетичного машинобудування є ціни на електроенергію та енергоресурси. Значній нестійкості ринку можуть сприяти техногенні та антропогенні катастрофи, масштабні державні програми (Китай) і лібералізація ринків електроенергії [1].

Світовий ринок енергетичного обладнання представлений великими всесвітньовідомими компаніями та концернами: «Хітачі», «Міцубісі», «Тошиба» (Японія); «Сіменс» (Німеччина); «Альстом» (Великобританія); «Нейрак» (Франція); «Фойш» (Австрія); «Вестінгауз», «Дженерал Електрик» (США); ВАТ «Силові машини» (Росія). Лідерами у галузі наразі є підприємства США та Японії. У табл. 1 наведено основні чинники формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств у галузі енергомашинобудування у цих країнах.

Таблиця 1

Чинники формування міжнародної конкурентоспроможності підприємств енергомашинобудування у Японії та США

Японія	США
<ul style="list-style-type: none"> 1) посилення ролі держави в технічному переозброєнні, зростанні витрат на НДДКР, поглибленні експортної спеціалізації; 2) оперативність японських машинобудівних фірм, швидке освоєння нових технологій конструювання провідних моделей; 3) вмiє поєднання конкуренції і кооперації з місцевими та іноземними фірмами; 4) найвищі у світі темпи зростання продуктивності праці, що в кілька разів перевищують цей показник у країнах-конкурентах; 5) новизна і висока якість експортованих товарів, відносно низька частка заробітної плати в їх вартості 	<ul style="list-style-type: none"> 1) високий науково-технічний потенціал; 2) активна участь держави у збільшенні витрат на НДДКР; 3) зростаюча кооперація між великими і дрібними машинобудівними фірмами; 4) великі географічні обсяги охоплення ринку за рахунок діяльності ТНК у галузі

Свого часу в Україні було створено значний науково-технічний і науково-виробничий потенціал з розробки та випуску основних видів енер-

гетичного обладнання. ВАТ «Турбоатом», НВО «Електроважмаш», ДП «Зоря – Машпроект», ПАТ «Турбогаз», ВАТ «Запорізький трансформаторний завод», Сумський «Насосенергомаш» та інші підприємства і зараз є провідними представниками цієї галузі. Факторами стійкості національної галузі є: місткий внутрішній ринок; наявність досвідної та науково-конструкторської бази; забезпеченість сировиною і здебільшого комплектуючими завдяки суміжним національним виробництвам.

На жаль, стан українського машинобудування не дозволяє національним представникам вільно конкурувати із світовими лідерами. Головними причинами цього є: невизначеність промислових підприємств країни щодо довгострокових орієнтирів і стратегій свого розвитку; дефіцит власних коштів для здійснення інноваційно спрямованих інвестиційних проєктів; прогресуюче старіння устаткування та відсутність якісної політики імпортозаміщення продукції галузі.

Тим не менш, в Україні існує високоприбуткове підприємство ВАТ «Турбоатом». Його конкурентна позиція за турбінами на світових ринках визначається як «S – сильна (A)», значною мірою – завдяки впливу високої рентабельності виробництва на рівень конкурентоспроможності [2, с. 82 – 83]. У світовому масштабі підприємство здійснює 13 % від загальних обсягів поставок турбін для АЕС, посівши 4-е місце серед провідних фірм світу.

За типом конкурентної стратегії ВАТ «Турбоатом» є підприємством-патієнтом, діяльність якого орієнтована на вузьку спеціалізацію (ніша турбінобудування) та високу якість продукції. Для кожного окремого проєкту турбін ВАТ «Турбоатом» розробляє свою технічну документацію та креслення згідно з визначеними параметрами та умовам замовника [3]. Окрім вищезазначених переваг, ключовими сильними сторонами підприємства є відсутність прямих конкурентів на внутрішньому ринку; наявність міжнародного сертифікату якості ISO 9001: 2008; повний цикл виробництва та обслуговування; досвід міжнародної кооперації; кваліфіковані кадри; фінансування інвестицій із власного капіталу та незалежність від позикових джерел.

За прогнозом Міжнародного енергетичного агентства, до 2030 р. у світі планується ввести в експлуатацію нові електростанції загальною потуж-

ністю 4800 ГВт. Половина цих потужностей буде побудована у країнах, що розвиваються, де позиції українських підприємств сильні. Це означає, що за умови впровадження гідного механізму управління міжнародною конкурентоспроможністю, українська галузь має певні перспективи до розвитку. Для цього національним підприємствам потрібно орієнтуватися на досвід ВАТ «Турбоатом» та формувати власні конкурентні переваги у вільних нішах світового ринку.

Європейський вибір стратегічного напрямку розвитку держави висуває першочерговою метою створення нової продукції з використанням новітніх технологій. Це, наприклад, енергетичне обладнання нового покоління для електростанцій, насамперед – газотурбінні установки. Одночасно з освоєнням нових високоефективних технологій необхідна також модернізація важкого й унікального металоріжучого обладнання енергомашинобудівних підприємств у напрямі підвищення його точності, рівня механізації та оснащення сучасними вимірювальними приладами [4]. Для вироблення нового енергетичного обладнання необхідно провести широкий спектр науково-дослідних робіт, для чого доцільно сконцентрувати зусилля проєктантів, науковців і виробників на створенні демонстраційних зразків та одержанні досвіду експлуатації впроваджуваних нових електрогенераторів, трансформаторів, систем автоматизованого управління та інших видів обладнання. Належне виконання цих заходів є важливою умовою для підвищення конкурентного рівня національних підприємств енергомашинобудування.

Отже, проблема формування механізму забезпечення міжнародної конкурентоспроможності для підприємств вітчизняного енергомашинобудування залишається актуальною. Вона потребує проведення подальших досліджень у напрямку визначення конкурентних переваг підприємств та формування траєкторних та точкових цілей, досягнення яких сприяло б підвищенню конкурентоспроможності національних підприємств енергомашинобудування.

Література

1. Ігор Шелевицький. Атомна енергетика і чорна металургія – що з того українцям? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/atomna_energetika_i_chorna_metalurgiya_scho_z_togo_ukrayintsyam.html
2. Пономаренко В. С., Піддубна Л. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. – Х. ВД «ІНЖЕК», 2008. – 328 с.
3. Офіційний сайт ВАТ «Турбоатом» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.turboatom.com.ua/company/about.html>
4. Развитие энергомашинобудівного комплексу та суміжних галузей економіки в напрямках забезпечення прогнорозованих рівнів розвитку енергетики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://esco-ecosys.narod.ru/2005_11/art06_15.htm



УДК 65.012.34

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Ястремская Елена Николаевна, доктор экономических наук, профессор,
заведующая кафедрой экономики, организации и планирования деятельности предприятия
Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця
e-mail: yastr@inbox.ru

Инновационная деятельность как социально-экономическое явление нуждается в постоянном совершенствовании и развитии, то есть в глубоком познании, системно-образном представлении и практической материализации, а следовательно в уточнении существующей управленческой парадигмы, адекватной сложившимся условиям и особенностям функционирования предприятий в быстро изменяющейся, нестационарной, трансформационной среде, которой является экономика Украины. Вме-

сте с тем, современная управленческая парадигма не может игнорировать тенденции мирового развития и мировой практики управления инвестированием, она должна интегрировать их в четкие ценностные ориентиры, в мировоззренческие позиции и установки, транспонировать в цели, учитывать в содержании процесса управления инновациями с учетом состояния как субъекта, так и объекта управления. Таким образом, достигнутый уровень знаний, на основе которого формируется парадигма, существенно влияет на направленность социально-экономических преобразований и на эффективность управления ими. Рассматривая современные тенденции управления инновационной деятельностью, следует отметить их особенности, определяющие необходимость и содержание сдвига парадигмы управления, заключающиеся в:

- ▶ усилении социальной ориентации системы управления на потребителя, собственника, персонал, инвестора, что предполагает ее персонцентричность;
- ▶ смещении в сторону диалога взаимоотношений между субъектом и объектом управления инвестированием, предполагающих формирование инвестиционного (экономического) доверия на основе семантического;
- ▶ повышении уровня профессионализации и интеллектуализации управленческого труда в связи с усилением значимости информации и интеллектуального капитала как приоритетного производственного ресурса;
- ▶ переходе от непосредственного воздействия на исполнителей к формированию микросреды, в которой они могут реализовать себя как личности, то есть формированию организационной культуры, адекватной миссии предприятия, его общей стратегии развития;
- ▶ усилении социальной значимости управленческого труда, его постепенной трансформации в сервисное интеллектуальное обслуживание, консультирование коллективного труда.

Рассматривая парадигму управления как продукт видения и мышления, совокупность представлений об объекте, процессах, явлениях в си-

стеме управления, набор системообразующих целей, ее основными концептуальными положениями в отношении инновационной деятельности являются следующие. Результаты инновационной деятельности необходимо рассматривать как общественное благо в связи с наличием социального и экологического эффектов, которые распространяются на всех членов сообщества, общедоступностью и невозможностью исключения кого-либо из процесса их потребления. Следовательно, при управлении инновационными процессами следует стремиться к достижению не только коммерческой, то есть внутренней эффективности, но и социально-экологической выгоды – внешней эффективности, измеряемой количественно при обосновании экономической эффективности инвестиционных проектов.

Инновационная деятельность сформировалась в социально-экономический институт благодаря наличию основных институциональных признаков: законодательных норм, устойчивой структуры управления на всех таксономических уровнях, механизмов поведенческих стереотипов акторов, участвующих в инновационных процессах. Управление инновационной деятельностью должно учитывать как инновационную активность, так и инновационную привлекательность, его восприимчивость (организационную гибкость) к бизнес-предложениям и экономическую эффективность результатов внедрения инновационных проектов, что позволит согласовать интересы субъекта и объекта инновационного процесса, рассматривать его в динамике в соответствии с темпами изменения внешних и внутренних бизнес-процессов, комплементарных данному.

Управление инновационной деятельностью предприятия должно осуществляться на основе его непосредственного взаимодействия с внешней средой в соответствии с двусторонней симметричной информационной моделью, основная цель которой заключается в формировании и поддержании привлекательного имиджа, достигаемого при условии информационной открытости методами PR-политики, рекламы и индивидуальной работы с потенциальными и реальными инвесторами. Стоимостную оценку активов капитала предприятия целесообразно определять с учетом поправки на величину его привлекательного имиджа, который в со-

временных быстро изменяющихся условиях следует рассматривать как полноценный экономический ресурс, нуждающийся в управлении.

Таким образом представленные концептуальные положения управления инновационной деятельностью предприятия позволяют представить ее в динамике с позиций согласования объективных возможностей и субъективных ожиданий сторон, участвующих в инновационных процессах.



Секція 3
**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ
ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ТА ІННОВАЦІЙНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

УДК 330.15

**ПОТЕНЦІАЛ МІСЦЕВИХ ЕНЕРГЕТИЧНИХ
РЕСУРСІВ РЕГІОНУ**

Антоненко Сергій Вікторович, кандидат економічних наук,
науковий співробітник відділу ЕПМ
e-mail: antonenkosevi@gmail.com

Костенко Дмитро Миколайович, аспірант
e-mail: kostenko.d.n@ukr.net

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

В Україні останнім часом особливої актуальності набули проблеми енергетичної сфери. Основними з них можна вважати нераціональну структуру енергетичного балансу країни та невідповідність темпів скорочення використання енергії темпам скорочення її виробництва. Внаслідок цього на енергетичному ринку країни виникає дефіцит та посилюється імпортозалежність. Вказані фактори визначають високий рівень енергетичної залежності України та негативно впливають на її енергетичну безпеку. Поточні проблеми дефіциту енергії в Україні можуть бути частково вирішені за рахунок використання потенціалу місцевих енергетичних ресурсів.

Місцевими енергетичними ресурсами (далі – МЕР) вважаються ресурси, які не мають загальнодержавного значення і, переважно, виробляються, переробляються та споживаються в межах певного регіону. До них

Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності ...

відносять горючі корисні копалини малих родовищ (нафта, природний газ, вугілля, торф, горючі сланці), поновлювані види енергії (вітрова, сонячна, геотермальна, гідроенергія, енергія приливів та відливів), а також біомасу, тверді побутові та промислові вуглецевмісні відходи.

Перелік основних видів МЕР, можливість використання яких врахована в рамках проведеного дослідження, наведено у *табл. 1*. Оцінка потенціалу місцевих енергетичних ресурсів проведена на прикладі Північно-Західній частині Харківської області, а саме Богодухівського, Валківського, Коломацького і Краснокутського районів.

Таблиця 1

Основні види місцевих енергетичних ресурсів

№	Вид МЕР
1	Біомаса
1.1	Відходи сільськогосподарського виробництва
1.1.1	Солома пшениці
1.1.2	Солома ячменю
1.1.3	Солома інших зернобобових
1.1.4	Відходи виробництва кукурудзи на зерно (стебла, листя, стрижні початків)
1.1.5	Відходи виробництва соняшника (стебла, кошики)
1.1.6	Жом цукрового буряка
1.1.7	Лушпиння соняшника
1.2	Відходи лісової промисловості
1.2.1	Залишок деревини на лісосіках, W 50 ... 60%
1.2.2	Первинні (W 40 ... 45%) і вторинні (W 25 ... 30%) відходи деревообробки
1.2.3	Дрова, що вивозяться з лісосіки, W 40 ... 45%
2	Тверді побутові відходи (ТПВ)

Вибір зазначених чотирьох районів зумовлений такими факторами, як: розвиток сільського і лісового господарства, які виступають у якості джерела біомаси; віддаленість цієї території від обласного центру, яка зумовлює складність постачання енергії та відносно низький рівень розвитку і застарілість енергетичної інфраструктури; наявність вільної робочої

сили; недостатній рівень забезпеченості розвитку енергоємних видів виробництва.

Загальна площа обраних районів складає 354,2 тис. га (11,3 % площі Харківської області). Сукупна чисельність населення цих районів у 2014 р. становила 107,7 тис. осіб (3,9 % населення області) [3]. У табл. 2 наведено дані, що характеризують обсяг споживання енергетичних ресурсів територіального об'єднання.

Таблиця 2

Споживання окремих видів енергетичних ресурсів територіальним об'єднанням у 2013 р., тис. т. н. е.

Види енергетичних ресурсів								
№	Район	Вугілля кам'яне	Газ природний	Пропан і бутан	Бензин моторний	Дизельне паливо	Електроенергія	Разом
	Усього по області	2306,10	1702,29	13,44	54,69	214,98	354,51	4646,01
1	Богодухівський	1,81	4,73	0,67	0,90	2,98	1,55	12,63
2	Валківський	3,57	1,04	0,14	0,44	3,23	0,77	9,19
3	Коломацький	0,33	4,26	0,00	0,26	1,14	0,44	6,43
4	Краснокутський	0,40	4,41	0,10	0,50	3,45	0,75	9,61
	Разом 4 райони	6,11	14,45	0,91	2,09	10,80	3,50	37,86

З наведених у табл. 2 даних видно, що територіальним об'єднанням у 2013 р. було використано 37,86 тис. т. н. е. енергетичних ресурсів. Найбільший обсяг кам'яного вугілля з-поміж чотирьох районів спожито у Валківському районі, а природного газу, пропану і бутану, бензину моторного та електроенергії – Богодухівський район – 4,73 тис. т. н. е., 0,67 тис. т. н. е., 0,90 тис. т. н. е. та 1,55 тис. т. н. е. відповідно. Дизельне паливо найбільш активно використовувалося у Краснокутському районі – 3,45 тис. т. н. е.

Важливою умовою успішного використання місцевих енергетичних ресурсів вважається коректна оцінка їх потенціалу. В рамках розрахунку потенціалу місцевих енергетичних ресурсів окремих районів Харківської області було враховано сукупний річний потенціал рослинної сільсько-господарської біомаси, лісової біомаси і ТПВ [1; 2; 4; 5].

Співставлення потреби в енергетичних ресурсах і потенціалу місцевих енергетичних ресурсів дало можливість визначити ступінь покриття попиту на енергію обраного територіального об'єднання в цілому, а також за окремими районами. Відповідні дані наведено у *табл. 3*.

Таблиця 3

Ступінь покриття попиту на енергетичні ресурси за рахунок потенціалу МЕР обраного територіального об'єднання в цілому та за окремими районами у 2013 р.

№	Район	Споживання енергетичних ресурсів, тис. т. н. е.	Потенціал МЕР, тис. т. н. е.	Забезпечення потреби в енергетичних ресурсах за рахунок потенціалу МЕР, %
Усього по області		4646,01	1003,31	21,6
1	Богодухівський	12,63	37,80	299,4
2	Валківський	9,19	31,84	346,3
3	Коломацький	6,43	11,42	177,7
4	Краснокутський	9,61	33,80	351,8
Разом 4 райони		37,86	114,87	303,4

Енергетичний потенціал МЕР у цілому по Харківській області у 2013 р. оцінювався на рівні 21,6 % потреб в енергетичних ресурсах. Обсяг наявних у Богодухівському, Валківському, Коломацькому і Краснокутському районах Харківської області місцевих енергетичних ресурсів здатен забезпечити 303,4 % попиту на енергетичні ресурси цього територіального об'єднання. Отже, вказані чотири райони разом та кожен з них окремо спроможні, у разі раціонального використання МЕР, забезпечити себе енергетичними ресурсами.

Література

1. Бюлетень Економічне і соціальне становище Харківської області за 2013 рік / [За ред. Глухова О. А.] Головне управління статистики у Харківській області, 2014. – 90 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/index.php/zvedeno-statystychnyi-analiz?id=1104>

2. Официальный Веб-сайт Государственной службы статистики Украины. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>

3. Офіційний Веб-сайт Головного управління статистики у Харківській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua>

4. Сільське господарство України. Статистичний збірник за 2013 рік. / [За ред. Н. С. Власенко] Державний комітет статистики України, 2014. – 399 с.

5. Статистичний щорічник «Харківська область у 2013 році» / [За ред. Мамонтової О. Г.]. – Х. : Головне управління статистики у Харківській області, 2014. – 492 с.



УДК 005.336:33

РОЛЬ АДАПТАЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФИНАНСОВО-ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ ЭКОНОМИКИ

Астахова Ирина Эдуардовна, кандидат экономических наук,
доцент кафедры международной экономики и менеджмента
внешнеэкономических отношений

Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця
e-mail: iastahova11@gmail.com

На современном этапе становления рыночных преобразований все более очевидной становится необходимость скорейшего перехода субъектов реального сектора экономики на выпуск новой конкурентоспособной продукции. Решение этой задачи невозможно без привлечения в экономику значительных финансовых и инвестиционных ресурсов, формирующих основу финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики.

Значительные по объёму инвестиции требуют длительных сроков кредитования, экономического доверия между субъектами реального сектора экономики, инвесторами, банками и государством. На принятие инвестиционных решений особое влияние оказывает надёжность субъектов реального сектора экономики, их устойчивое положение на рынке

производителей и конкурентов. Однако факторы негативного воздействия окружающей среды в условиях постоянных циклических колебаний экономики обуславливают нестабильность субъектов реального сектора экономики и формируют инвестиционные барьеры, сдерживающие рост их финансово-инвестиционного потенциала [1]. В связи с этим, субъекту реального сектора экономики необходимо сформировать инструменты настройки характеристик финансово-инвестиционного потенциала для обеспечения устойчивого функционирования и развития субъектов реального сектора, которыми выступают адаптационные возможности финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики.

Системный подход к изучению условий устойчивого развития экономики предопределяет пути достижения главной общей цели субъектов реального сектора экономики – устойчивого развития в условиях ограниченности финансовых и инвестиционных ресурсов при значительных циклических колебаниях экономики.

Все характеристики финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики стремятся к максимальному уровню устойчивости функционирования и развития субъектов реального сектора экономики. На этапе процветания своей деятельности субъектам реального сектора экономики необходимо обеспечить сдерживающий характер развития адаптационных возможностей финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики за счет процессов приспособления реализуемой части финансово-инвестиционного потенциала к изменениям внешних условий, обеспечивающих наиболее эффективный с точки зрения субъектов режим ее функционирования. Эти процессы приспособления характеристик финансово-инвестиционного потенциала должны быть направлены на накопление потенциала в результате активной деятельности субъектов и пребывания в экономической среде с некоторым запасом устойчивости, формируемым за счет резерва финансовых и инвестиционных ресурсов на случай дальнейшей бифуркации.

Запас устойчивости финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики в отношении его пребывания в не-

стабильной экономической среде предстаёт как общая численность всех характеристик финансово-инвестиционного потенциала, не используемых в данный момент времени для отражения и поглощения давления внешней среды (или иначе – это фонд свободного рабочего времени всех характеристик финансово-инвестиционного потенциала). Но этот же запас устойчивости – элементные ресурсы финансово-инвестиционного потенциала, которые и могут быть использованы для целевого взаимодействия с внешней средой в соответствии с целями управления. То есть этот запас устойчивости одновременно определяет и возможную производительность финансово-инвестиционного потенциала в отношении внешней среды. Освоение же развития адаптационных возможностей финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики – выведение финансово-инвестиционного потенциала на максимум производительности за счет запаса устойчивости в отношении внешней экономической среды согласно целям управления [2]. Таким образом, повышение запаса устойчивости пребывания в экономической среде позволяет поднять производительность в отношении экономической среды.

В коротком периоде циклического развития субъекту реального сектора экономики можно пренебречь изменением устойчивого развития. Каждому уровню оснащённости субъекта экономики соответствует конкретное значение эффективности, при которой субъект будет находиться в устойчивом состоянии. Если в результате негативных возмущений эффективность субъекта стала меньше устойчивого состояния, начнется процесс активного вовлечения в процесс деятельного применения прежде неиспользуемых запасов накопленного финансово-инвестиционного потенциала и наоборот, если эффективность поднялась выше устойчивого уровня, часть используемого субъектом финансово-инвестиционного потенциала будет выведена из использования (законсервирована).

Определение адаптационных возможностей финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики с помощью разработки инструментов настройки характеристик финансово-инвестиционного потенциала позволит не только проводить реальную

оценку текущего состояния субъектов экономики, но и прогнозирование и предупреждение негативных ситуаций в экономической деятельности субъектов. Это позволит перейти к выработке мер по обеспечению стабильности и сбалансированности финансово-инвестиционного потенциала субъектов реального сектора экономики, как условия перехода субъектов реального сектора экономики к их устойчивому развитию.

Литература

1. Армстронг М., Барон А. Управление эффективностью работы. Performance Management: The New Realities. Серия: Developing Practice. Издательство: Hippo, 2009 г. – 384 с.

2. Савчук С. И. Уровень конкурентоспособности и результаты конкурентной борьбы: проблема корректного использования показателей // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №6. – С. 124 – 131.



УДК 338.22

ПРОБЛЕМИ МЕДИЧНОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ

Белікова Надія Володимирівна, кандидат економічних наук,
доцент, вчений секретар
Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
e-mail: ndc_ipr@ukr.net

В 2014 р. в рамках комплексу соціально-економічних реформ України стартувала медична реформа. Її актуальність визначається низкою факторів:

- ▶ високий рівень захворюваності та відставання середньої тривалості життя українців від розвинених країн світу;
- ▶ падіння якості медичних послуг, у т. ч. за рахунок зниження якості підготовки фахівців в цій сфері;

- ▶ високий рівень корупції (особливо в окремих сферах – хірургії, стоматології, тощо);
- ▶ відсутність якісної системи профілактики та запобігання захворюваності;
- ▶ незадовільний рівень оплати праці, що знижує мотивацію до праці без хабарів.

Сутність реформи полягає у створенні трьох рівнів медичного обслуговування та надання фінансової автономії медичним закладам (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями медичної реформи

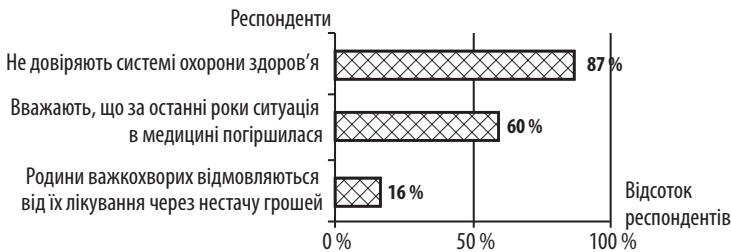
Рівень медичної допомоги	Інфраструктура	Характеристика	Впровадження
Первинний	амбулаторії, ФАПи	первинна медична допомога	громади (окремі або об'єднані);
Вторинний	клінічно-діагностичні центри	лікування за медичними протоколами	територіальні утворення з кількістю населення не менше 150 тис. осіб (можливий розподіл на декілька госпітальних округів)
Третинний	складні медико-діагностичні комплекси	високоспеціалізована медицина	регіон (область)

Незважаючи на вагомість для країни, реформа медичної сфери реалізується повільно та з рядом недоліків. Так, за даними моніторингу Національної ради реформ, у 2015 р. реформа виконана на 55%. Це середній рівень у порівнянні з іншими пріоритетними реформами. Крім того, в ході її реалізації допущено ряд суттєвих недоліків.

1. Відсутність чіткої моделі реформування: реформа стратегічно орієнтується на медичну систему ЄС, при цьому не враховуються національні особливості.
2. Сумнівна доцільність прив'язки медичної реформи до реформи АТУ: це може призвести не тільки до скорочення кількості медичних закладів, але й до погіршення соціальних стандартів охоплення населення медичними послугами.

3. Відсутність механізму забезпечення екстреної медичної допомоги: не прописано механізм дотримання стандарту «золотого часу»: швидка доставка пацієнта та невідкладна допомога.
4. Розширення спеціалізації та обсягів роботи лікарів за рахунок введення інституту «сімейного лікаря» (як в країнах ЄС): згідно з орієнтовним переліком медичних послуг лікар має бути обізнаним в хворобах немовлят та людей похилого віку, офтальмології, гінекології, імунології та ін., проводити невеликі хірургічні втручання. Але механізм підвищення кваліфікації відсутній, якщо не вважати таким короткі курси перепідготовки.
5. Дерегуляція у фармацевтичній галузі не тільки не скоротила кількість фальсифікованих ліків на ринку, але й призвела до загального зростання цін і нестачі деяких вакцин.
6. Автономізація медичних закладів: зростання навантаження на місцеві бюджети при нерівномірному потенціалі територіальних громад призведе до дивергенції регіонів за соціальним розвитком. Крім того, заплановане впровадження інституту посередників у медицині, які закуповують послуги (наприклад, страхові компанії), може призвести до зростання витрат кінцевих споживачів.

Особливої уваги заслугоує ставлення населення України до ситуації в медицині країни (рис. 1).



Україна витрачає на систему охорони здоров'я вдвічі менше, ніж передбачено нормами ООН і ВООЗ.

Рис. 1. Ставлення населення України до ситуації в медицині (за даними міжнародних та національних опитувань)

Отже, проект медичної реформи в Україні потребує суттєвого удосконалення з метою збереження національного медичного потенціалу та недопущення погіршення якості медичних послуг.

Література

1. Що таке реформа медицини в контексті децентралізації? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reforms.in.ua/ua/news/shcho-take-reforma-medycyny-v-konteksti-decentralizaciyi>
2. Медична реформа в Україні: провал операції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.racurs.ua/386-medychna-reforma-v-ukrayini-proval-operaciyi-chastyna-1>
3. Медична реформа в Україні: м'який геноцид [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.racurs.ua/388-medychna-reforma-v-ukrayini-m-yakuu-genocyd-chastyna-2>
4. Закон об автономії больниць станет началом реформ здравоохранения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lb.ua/news/2015/10/05/317744_zakon_avtonomii_bolnits_stanet.html



УДК 338.4:331.1

ФАКТОРИ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Брюховецький Ярослав Сергійович, аспірант
Інституту економіки промисловості НАН України, м. Київ
e-mail: n.bryukhovetskaya@gmail.com

Розвиток і ефективне функціонування промислових підприємств є основою розвитку вітчизняної економіки, внутрішнього та зовнішнього ринків, зайнятості населення, належного рівня життя, стабільності в суспільстві. На сьогодні стан підприємств промисловості України залиша-

ється на низькому рівні. Так, індекс промислової продукції у 2014 р. до 2013 р. становив 89,9 % (у 2010 р. до 2009 р. – 111,2 %). Кількість підприємств промисловості з 2010 р. по 2014 р. знизилась на 10,5 %. Кількість інноваційно активних підприємств складала 16,1 % від загальної кількості промислових підприємств України (у 2008 р. – 13,0 %, 2010 р. – 13,8 %, 2012 р. – 17,4 %)¹.

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки характеризується низьким рівнем національної конкурентоспроможності та закріпленням за Україною ролі постачальника сировинної продукції на світовий ринок. Результати дослідження свідчать про відсутність конкурентних переваг країни на світовому ринку внаслідок низької адаптивності системи економічних відносин до технологічних і управлінських інновацій. Це знаходить відображення в рейтингу Всесвітнього економічного форуму, де за рівнем глобальної конкурентоспроможності у 2015 р. Україна посіла 79 місце, втративши в порівнянні з попереднім роком три позиції. Для порівняння, РФ піднялася у цьому рейтингу на 8 позицій – з 53-го на 45-е місце [1].

Ключовим напрямом розвитку промислового підприємства, що формується під впливом процесів інформатизації та комп'ютеризації, прискореного розвитку науково-технічного прогресу, впровадження у виробництво інновацій та наукоємних технологій, є його інтелектуалізація, що потребує розширення сфери використання інтелектуального капіталу промислового підприємства та сприяє конкурентоспроможності вітчизняної промислової продукції на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Результати дослідження свідчать, що у науці і практиці немає єдиного підходу до визначення поняття інтелектуалізації промислових підприємств. Більшість дослідників ототожнюють його з поняттям «інтелектуалізація праці». Т. В. Синиця та І. В. Осьмірко визначають інтелектуалізацію підприємства як процес інтелектуалізації праці та удосконалення формування, розвитку та відтворення інтелектуального капіталу підприємства на макро- та макрорівні. Вони виділяють такі основні ресурсні компоненти підприємства, що створюють інтелектуальну цінність: клі-

¹ За даними Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

енти, постачальники, партнери, спілки, ринкові канали (мають прямий вплив) та ЗМІ, регулюючі та контролюючі органи, зацікавлені групи, влада, місцеві органи управління, навчальні заклади (мають опосередкований вплив) [2]. Н. М. Зубчинська під процесом інтелектуалізації розуміє «онтогенетичний процес використання та формування інтелектуально значущих можливостей і здібностей» [3].

У загальному уявленні під інтелектуалізацією підприємств слід розуміти процес наповнення діяльності підприємства інтелектуальними зусиллями, новими професійними і загальноосвітніми знаннями, досвідом, які забезпечуються безперервним розвитком і навчанням персоналу, науково-технічним забезпеченням його діяльності, що зумовляють необхідність впровадження інвестиційних проєктів і соціально-економічний розвиток підприємства.

Інтелектуалізація промислового підприємства забезпечується певними факторами (рис. 1). При цьому слід враховувати соціокультурні якості персоналу – прагнення до успіху, ініціативність тощо. Окрім цього вагомий вплив має якість освіти (загальної та спеціальної) у формуванні відповідних фахівців на підприємстві [4].

Таким чином, результати дослідження дозволили узагальнити фактори інтелектуалізації промислових підприємств, що визначаються їх середовищем: зовнішнім – науково-технічним забезпеченням розвитку виробництва, визначеністю пріоритетів та рівнем розвитку національної інноваційної системи, доступом до фінансових ресурсів, рівнями оплати праці та освіченості у країні, станом економічної науки та духовності у суспільстві, законодавчим регулюванням і політичною ситуацією у державі, наявністю комунікаційних зв'язків із зовнішніми організаціями, і внутрішнім – технічним рівнем виробництва на підприємстві, запровадженням нових технологій у виробництві та питомою вагою інноваційної продукції, що реалізується, фінансово-економічним станом та рівнем рентабельності підприємства, психологічною сумісністю персоналу та рівнем конфліктності у колективі, управлінням інтелектуальними витратами тощо.

Інтелектуалізація виробництва на промисловому підприємстві виступає передумовою формування якісно нової системи соціально-економічних відносин, що забезпечує ефективну реалізацію інтелектуаль-

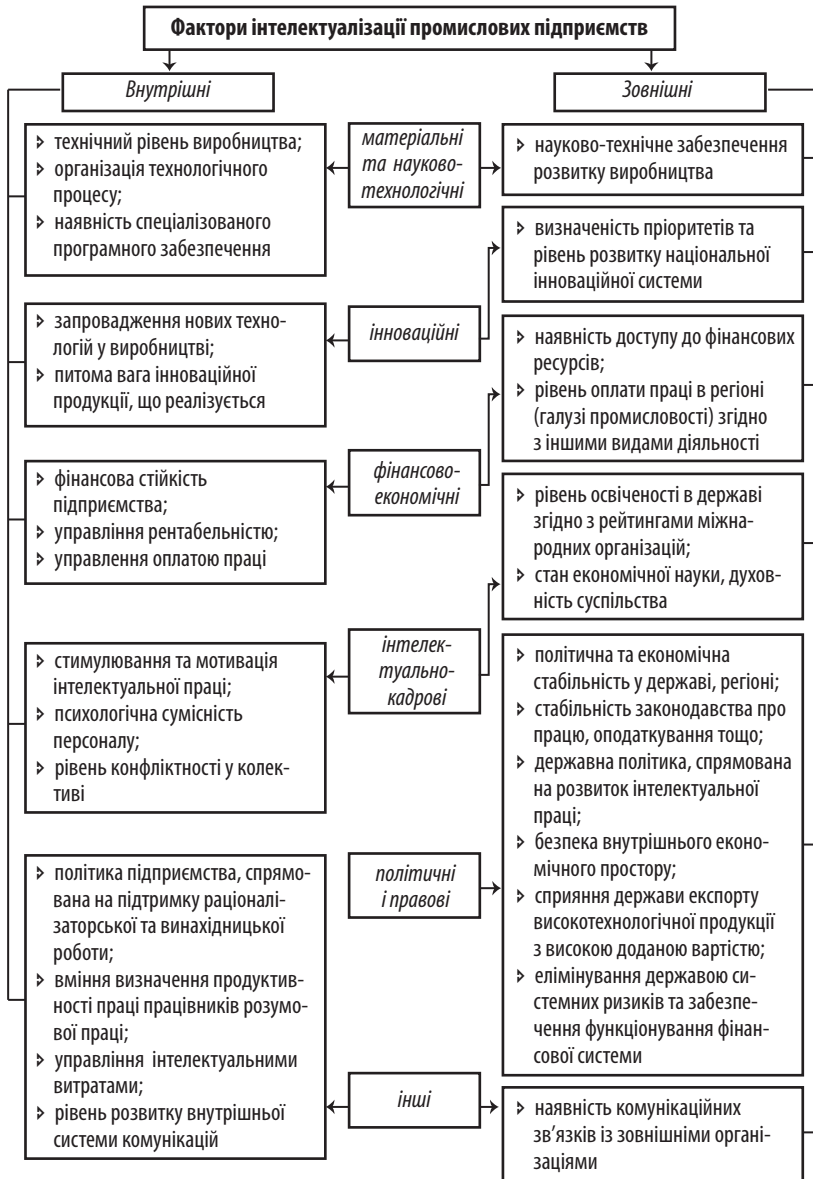


Рис. 1. Класифікація факторів інтелектуалізації промислового підприємства

ного потенціалу та сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності окремих промислових підприємств та країни в цілому.

Література

1. Украина опустилась на 79-е место в рейтинге конкурентоспособности [Электронный ресурс] // Зеркало недели, 30 сентября 2015 г. – Режим доступа: http://zn.ua/ECONOMICS/ukraina-opustilas-na-79-mesto-v-reytinge-konkurentosposobnosti-190358_.html.

2. Синиця Т. В. Створення навігатора інтелектуального капіталу на промислових підприємствах України [Електронний ресурс] / Т. В. Синиця, І. В. Осьмірко // Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Економіка». – 2010. – № 10. – Режим доступу: <http://journals.hnpu.edu.ua/ojs/index/search/search>

3. Зубчинська Н. М. Інтелектуалізація праці на робочому місці промислового підприємства // Бізнес Інформ. – 2011. – №7(2). – С. 107 – 108.

4. Мирошниченко О. Ю. Интеллектуальный капитал как фактор повышения инновационной активности предприятия [Электронный ресурс] / О. Ю. Мирошниченко. – Режим доступа: http://media.miu.by/files/store/items/uses/xxii/mim_uses_xxii_01014.pdf



УДК 338.45 (477)

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

Булеев Иван Петрович, доктор экономических наук
профессор, заместитель директора
Института экономики промышленности НАН Украины, г. Киев
e-mail: buleev.ivan@gmail.com

1. Последнее десятилетие (2006 – 2015 гг.) характеризовалось для Украины крайней неравномерностью функционирования экономики,

Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності ...

промышленности при несущественных колебаниях динамики производства в мире (табл. 1).

Таблица 1

Темпы изменения производства в мире, % [1 – 4]

Уровень сообщества	годы								
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Весь мир	4,1	4,0	1,5	-2,1	4,1	2,8	2,3	2,3	2,7
Развитые страны	2,8	2,5	0,0	-3,7	2,6	1,4	1,1	1,3	1,8
Развивающиеся страны	7,7	8,0	5,4	2,6	7,1	6,0	4,7	4,6	4,7

Как видно из табл. 1, средний темп роста производства в год составил: в мире – 2,4; в развитых странах – 1,1%; в развивающихся странах – 5,7%. В 2015 г. рост производства в мире ожидается на уровне 1,5 – 2,0 %.

В Украине, по оценкам экспертов, в 2015 г. ожидается падение ВВП к 2014 г. на уровне 11,0 – 12,0% (по оценкам НБУ и Мирового банка).

На протяжении последних 10 лет в промышленности Украины динамика объемов производства существенно отличалась от общемировых тенденций (табл. 2).

Таблица 2

Динамика промышленного производства в Украине

Год	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 (ожд.)
% к 2005 г.	106,2	107,6	94,8	78,1	111,2	108,0	99,9	95,7	89,9	80,0

В 2009 г. к уровню 2008 г. спад производства промышленной продукции в Украине составил 39,4%, в мире – 12,4%. Но если после 2009 г. в мире наблюдается невысокий, но устойчивый рост, в Украине лишь в 2010 – 2011 гг. имелся прирост промышленного производства. Начиная с 2012 г. имеет место спад производства. Причиной тому является системный структурный кризис, усиленный политической ситуацией в стране, а с 2014 г. – вооруженным конфликтом на юго-востоке Украины (Крым, Донбасс).

2. Решение проблем стабилизации экономики Украины, ее промышленности (это 51% ВВП страны, из которых около 30% поставляется на экспорт) находится в плоскости политических решений. Следует определиться, являются ли реально Крым и неподвластные Правительству Украины регионы Донбасса субъектами Украины, и если так, то и в этих регионах необходимо проводить общегосударственную социально-экономическую и промышленную политику, скорректированные на сложившиеся реалии. И в любом случае необходимо формировать и развивать внутренний рынок, являющийся основой решения социально-экономических задач государства.

3. Выбор и реализация вектора интеграции Украины (ЕС, НАТО, ТС, зоны свободной торговли на Западе и / или на Востоке) могут быть эффективны лишь в случае успешного развития экономики страны за счет расширения внутреннего рынка, использования внутренних ресурсов и резервов, создания конкурентоспособных производств, выпуска конкурентоспособных товаров и услуг, взвешенной внешнеэкономической политики. Не являются продуктивными действия по добровольному уходу государства из рынков, где его продукция является востребованной и конкурентоспособной, попытка заменить их рынками, где собственная продукция не выдерживает конкуренции. К примеру, Украина получила квоты поставок на западные рынки определенных видов товаров, но в результате их несоответствия европейским стандартам в 2014 – 2015 гг. эти квоты оказались не реализованными. Об этом говорил Премьер-министр Украины. В октября 2015 г. ЕС отказался от поставки с Украины кондитерских изделий, в том числе фабрик «Рошен» из-за их несоответствия европейским стандартам. Аналогичные примеры имеют место с товарами других отраслей промышленности, транспорта.

4. Нуждается в существенной переработке концепция развития промышленности Украины. Она должна быть направлена на структурные изменения. В промышленной политике следует ориентироваться на переход предприятий к массовому и быстрому освоению производств V – VI технологических укладов, нано-, био-, эко-, ИКТ, NBIC-технологий. Новая промышленная политика должна формироваться на новейших достижениях науки, интеллектуализации производства и труда, когнитивных

производственных коллективах. Для этого следует восстановить научные исследования академий наук и ВУЗов, отраслевой науки, научных подразделений трудовых коллективов и производств.

5. Целесообразно разработать и реализовать конкурентную политику, тесно увязав ее с экономической и промышленной политикой. При этом конкурентная политика должна охватывать отношения субъектов хозяйствования от микро- до макроуровня и международных отношений. Конкуренцию следует рассматривать как социально-экономическую категорию, присущую товарно-денежным рыночным отношениям общества, производства с преимущественно частной и групповой формами собственности на средства производства индустриального этапа развития общества, пронизывающую практически все отношения от индивида до национальных и межгосударственных, направленную на обеспечение роста прибыли путем рационального и эффективного использования субъектом хозяйствования труда, капитала, ресурсов, обеспечения выпуска и реализации наукоемкой продукции с высоким уровнем добавленной стоимости. В постиндустриальном обществе конкуренция как борьба все более трансформируется в отношения сотрудничества, сообразительности.

6. Количественно и качественно уровень и состояние конкуренции оцениваются путем сопоставления показателей предприятий, коллективов, ориентируясь на лучшие из них. Целесообразно в качестве базовых для сопоставления и составления рейтингов принимать научно обоснованные нормы, нормативы, стандарты. Из интегральных и частных показателей, определяющих положение субъектов хозяйствования в рейтингах, следует исключать прибыль, добавленную стоимость, экспорт и др., полученные в результате работы военно-промышленного комплекса (ВПК). Последний создает товары, разрушающие внутренний и внешний рынки, производит товары, не являющиеся потребительскими. Формируемые в ВПК заработная плата и доходы не обеспечены потребительскими товарами, а доходы работников ВПК делают потребительские рынки дефицитными, сдерживая развитие промышленности, экономики, общества как стран производителей, экспортеров продукции ВПК, так и стран-импортеров.

Изложенные вопросы, по мнению автора, могут способствовать повышению эффективности работы отечественной промышленности на современном этапе ее функционирования.

Литература

1. Хаустова В. Є. Промислова політика в Україні: формування та прогнозування: монографія / В. Є. Хаустова. – Х. в: ВД «ІНЖЕК», 2015. – 389 с.
2. Доклад о торговле и развитии, 2014 год: пер. с англ. – Нью-Йорк и Женева: ООН (UNIDO), 2014. – 258 с.
3. Україна 2014: статистичний збірник / Державна служба статистики України; відп. за вип. О. А. Вишневська. – К., 2015. – 28с.
4. Государства-члены Таможенного союза и Единого экономического пространства в цифрах: Краткий стат. сборник. – М. : Евразийская комиссия. – 2015. – 180 с.



УДК 330.342 + 332.1

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НИЗЬКОЕНЕРГЕТИЧНОЇ ЯДЕРНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В КРАЇНАХ СВІТУ І УКРАЇНІ

Бунтов Іван Юрьевич, здобувач

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Розвиток поновлюваних джерел енергії (ПДЕ) – насамперед, об'єктивна необхідність і умова енергетичної безпеки будь-якої країни і особливо для України. Сьогодні одним з найбільш перспективних напрямків розвитку альтернативної енергетики є генератори Росії, або, інакше, системи E-cat (каталізатор енергії), принцип роботи яких базується на безпечних ядерних реакціях при низькій енергії (НЕЯР або LENR). Принциповими відмінностями систем на їхній основі від традиційних ядерних реакторів розщеплення важких ізотопів є такі: не використовуються уран

або інші радіоактивні матеріали, не потрібні дейтерій і тритій, немає обмежень за критичною масою (тому їх можна робити як завгодно малими і розмішувати навіть в окремих будинках або квартирах), немає небезпеки неконтрольованих ланцюгових ядерних реакцій, зовсім не утворюються радіоактивні відходи, немає загроз, пов'язаних із «ядерним тероризмом», немає небезпеки (і можливості) для монопольного диктату виробників палива та ще багато інших, що регулярно проявляються у традиційній ядерній енергетиці [1].

У цих пристроях як паливо можуть використовуватися найпоширеніші й недорогі елементи (наприклад, нікель, літій, звичайний водень, а також інші металогідриди), а вартість виробленої теплової енергії, за даними розробників і з урахуванням численних експериментів, навіть при початковій і далекій від досконалості конструкції, не перевищує одного centa за кіловат/годину, що в десятки разів дешевше, ніж середня вартість виробництва енергії у країнах Європи, і значно дешевше, ніж нині (до чергового подорожчання) в Україні, де вартість електроенергії найнижча в Європі. До речі, питома потужність виробництва енергії в цих генераторах дорівнює 2–3 кВт на 1 грам активного середовища, що в 200 – 500 разів більше, ніж у «стандартному» ядерному реакторі! Багаторазові публічні демонстрації цього генератора в Італії (2011 р.) і Швейцарії (2012 р. і 2014 р.), а також багатомісячна й багатократна експертиза у США підтвердили ефективність та надійність такого методу одержання енергії [2].

У 2013 р. Андреа Россі переїхав із Італії до США, де йому були запропоновані практично необмежені ресурси та державна підтримка в розвитку всіх різновидів технології E-cat. Там з його участю було створено спеціалізовану компанію Leonardo Technologies Inc і центр Industrial Heat facility. Згодом до прямого фінансування цих досліджень, крім великих федеральних замовлень від NASA та NEVY, підключилася компанія Cherokee Investment Partners, яка вже вкладала понад 10 млн дол. [2]. Останнім часом до цього ж консорціуму ввійшла компанія Woodford Investment Management з Великобританії.

Підтримка цих досліджень у США і в усьому світі особливо посилилася після переконливих результатів незалежної публічної експертизи

цього генератора, яку було проведено впродовж 32 діб на початку 2014 р. в Лугано (Швейцарія). З масою палива 1 грам за цей час було вироблено 1600 кВт·год теплової енергії при безперервно генеруючій потужності понад 3 кВт. Уперше було переконливо доведено (хоча в цьому ніхто й не сумнівався) ядерну природу масового виробництва енергії, про що свідчила дуже значна зміна ізотопного складу палива при повній відсутності радіоактивності у продуктах реакції. Раніше ядерна фізика не знала такого поєднання, і воно здавалося абсолютно протиприродним. Понад те, сам перебіг ядерних реакцій при низькій енергії (при температурі від 300 до 1200 градусів, що дуже мало, порівняно з потрібною для «термояду» температурою 100 млн градусів) дуже важко зрозуміти з позиції традиційних уявлень ядерної фізики. Це також, на психологічному рівні, гальмувало сприйняття зазначених результатів фахівцями [3].

З цього моменту легендарний фонд Рокфеллерів оголосив про продаж своїх нафтогазових активів і намір власти вивільнені кошти в екологічну чисту енергетику. Експертиза в Лугано також сприяла передачі у квітні 2014 р. ліцензії на виробництво цих генераторів у Китай (Тянцин, Nickel-Hydrogen Research Center), де триває активна підготовча робота до їх випуску.

Результати Росії вже повторили багато наукових груп у США, Італії, Японії, Індії, Китаї, Швеції та інших країнах. Як наслідок, уряд Японії в липні 2015 р. виділив через фонд New Energy and Industrial Technology Development Organization на ці дослідження до кінця 2015 р. 27 млн дол. (в еквіваленті). У Франції міжнародний концерн Airbus відразу ж створив і субсидіює компанію LENR-Citi для використання пристроїв на основі НЕЯР в авіації, суднобудуванні та автомобілебудуванні. У середині жовтня 2015 р. Airbus представив попередні результати своїх досліджень на конференції з НЕЯР у Тулузі. У США, де такі дослідження в лабораторіях NASA, NEVY (Сан-Дієго) і SRI (Стенфорд) не припинялися навіть після їх офіційної заборони на початку 1990-х років і підтримувалися спеціальними фондами, аналогічними дослідженнями зараз, крім перелічених центрів, займаються десятки університетів [4].

Очевидно, що успіх держави Україна може бути досягнутий тільки за рахунок використання випереджувальних технологій. В теоретичному

плані, у розумінні фізичних процесів у НЕЯР і технологічних процесів у генераторі E-cat українські вчені розуміють, як створити такий генератор і навіть як багатократно збільшити ефективність його роботи, порівняно з результатами Росії. У Київському університеті ім. Т.Шевченка, Інституті фізики НАНУ, Харківському фізико-технічному інституті і лабораторії ТЕТ у Запоріжжі такі дослідження ведуться понад 30 років, вони частково запатентовані, їх результати опубліковані в авторитетних ядерно-фізичних виданнях і визнані в усьому світі, нас запрошують на всі наукові конференції. Але без достатнього зовнішнього фінансування ці дослідження неможливо довести до практичної реалізації і, тим більше, до реального впровадження.

Література

1. Висоцький В. «Бридке каченя» ядерної фізики та можливий прогрес світової енергетики / В. Висоцький // Дзеркало тижня. – 2014. – № 24. – С. 12.
2. Висоцький В. Чи виросте білий лебідь із брудного каченяти? Нові результати термоядерних досліджень здатні кардинально змінити ставлення до ядерної енергії, масштабів її виробництва і використання / В. Висоцький // Дзеркало тижня. – 2014. – №45. – С. 12.
3. Висоцький В. Знову запізнюємся, панове! Витрати на створення вітчизняної технології генерації дешевої енергії менші витрат на «гречку» одного депутата під час виборчої кампанії / В. Висоцький // Дзеркало тижня. – 2015. – № 41. – С. 13.
4. Матюшенко І. Ю. Перспективи розвитку термоядерної енергетики в розвинених країнах світу і України / І. Ю. Матюшенко // Проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 40-46.



УДК 657.2

СУТНІСТЬ ДЕФІНІЦІЇ «ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ АУДИТ ВИКОНАННЯ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ»

Дікань Лариса Василівна, кандидат економічних наук,
професор, завідувач кафедри контролю і аудиту
e-mail: dikan40@mail.ru

Шевченко Ірина Олександрівна, аспірант
кафедри контролю і аудиту
e-mail: irina_shevchenko@inbox.ru

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця

Вступ. Державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм є новим явищем в теорії та практиці державного фінансового контролю України. Тому для створення теоретичної та методичної бази застосування державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм необхідне його всебічне вивчення та наукове осмислення, що досягається за рахунок часу та достатнього практичного досвіду його проведення з урахуванням національних умов і традицій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі питання розвитку системи державного аудиту останнім часом присвячено багато праць вчених та практиків. Так, передумови розвитку, теоретичні засади, питання стандартизації методологія, типологія державного аудиту висвітлені у працях таких вітчизняних вчених, як Л. В. Дікань, В. В. Бурцев, О. А. Шевчук, Л. В. Сухарева, А. В. Хмельков, Ю. Б. Слободяник та багатьох інших. Проте ґрунтовне вивчення такого виду державного аудиту, як державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм, вченими майже не проводилося, оскільки здебільшого увага приділялася аудиту ефективності. Тому з'ясування сутності саме державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм потребує ґрунтового дослідження. Зазначене обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення сутності державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм.

Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності ...

Результати дослідження. В результаті проведеного дослідження встановлено, що в сучасній теоретичній базі, незалежно від рівня законодавчого врегулювання, зустрічаються поняття «державний аудит», «державний фінансовий аудит», «аудит державних фінансів», «аудит ефективності», «аудит відповідності», «аудит адміністративної діяльності», «аудит результативності», «внутрішній аудит», «зовнішній аудит» тощо (табл. 1).

Таблиця 1

Різноманіття термінів, змістовна сутність яких характеризує державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм

Термін	ISSAI 100 [106]	Стандарти аудиту INTOSAI [6]	MCA [14]	Господарський кодекс України [2]	Бюджетний кодекс України [1]	Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» [5]	Постанова від 10.08.2004 р. №1017	Постанова від 12.05.2007 р. № 698	Постанова від 25.03.2006р. №361	Постанова від 31.12.2004 р. № 1777	Постанова від 25.06.2014 р. № 214	Постанова від 28.09.2011 р. N 1001	Концепція розвитку державного внутрішнього фінансового контролю [3]	Стратегія розвитку системи управління державними фінансами [7]	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Аудит державних фінансів		+													+
Аудит державного сектора	+		+												
Фінансовий аудит	+	+													
Аудит відповідності	+														
Аудит адміністративної діяльності		+													
Аудит економічної діяльності		+													

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Аудит ефективності	+	+					+							
Аудит результативності		+												
Держаний фінансовий аудит діяльності суб'єктів господарювання									+					
Державний фінансовий аудит діяльності бюджетних установ										+				
Фінансово-господарський аудит										+				
Державний фінансовий аудит окремих господарських операцій											+			
Операційний аудит											+			
Державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів								+						
Державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм							+							

Аналізуючи табл. 1, доцільно звернути увагу, що у діючому законодавстві державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм ототожнюється й обмежується поняттям «аудит ефективності». На нашу думку, таке ототожнення є некоректним, оскільки державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм відповідно до чинного законодавства є видом держаного фінансового аудиту. При цьому він може проводитися у формі аудиту ефективності, фінансового аудиту, аудиту відповідності тощо.

Тому доцільно запропонувати власне визначення, яке, на думку автора, врахувало всі плюси та мінуси вищенаведених тлумачень: державний

фінансовий аудит виконання бюджетних програм – це динамічна форма державного контролю, яка полягає у незалежній перевірці та аналізі державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю, наданні рекомендацій щодо запобігання виявлених правопорушень та підвищення ефективності діяльності підконтрольного об'єкта.

Висновки. Таким чином, надано власне бачення дефініції «державний фінансовий аудит виконання бюджетних програм», яке більш ґрунтовно розкриває його змістовну сутність за рахунок виокремлення такої морфологічної складової поняття як результативної.

Література

1. Бюджетний кодекс України від 09.07.2010 № 2478-VI [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>

2. Господарський Кодекс України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

3. Концепція розвитку державного внутрішнього фінансового контролю на період до 2017 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 24 травня 2005 р. № 158 [Електронний ресурс]: Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua>

4. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг: видання 2013 року / пер. з англ. О. Л. Ольховікова, О. В. Селезньов, Т. Ц. Шарашидзе – К.: Міжнародна федерація бухгалтерів, Аудиторська палата України, 2013. – 1018 с.

5. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні Закон України від 26.01.93 р. № 2940-XII №3202–IV (зі змінами станом на 16.10.2012). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.zakon.rada.gov.ua

6. Стандарти з аудиту INTOSAI, новий переклад, підготовлений для Рахункової палати України Проектом TESIS «Аудит державних фінансів» – К.: Рахункова палата України, 2002. – 48 с.

7. Стратегія розвитку системи управління державними фінансами: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1.08. 2013 р. № 774-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/



УДК 331.108.2

ПРАКТИЧНІ І ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ АКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ВИРОБНИЧОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Доронін Андрій Віталійович, доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту

Національного аерокосмічного університету імені М. Є. Жуковського
e-mail: 14494xk@ukr.net

Чепель Ірина Володимирівна, аспірант

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
e-mail: bic-irina@mail.ru

Природна допитливість людини та бажання задовольняти зростаючі потреби привели до інтенсивного насичення сфери її життєдіяльності інформацією і розвитку непрогнозованості середовища, в тому числі й економічного, без якого вона не може існувати. Взаємодія суб'єкта економічної діяльності із зовнішнім середовищем ускладнюється, стає все більше непередбачуваною. Формування індустріального суспільства, а згодом – суспільства, підґрунтям якого є інформація і знання, постійно активізувало учених і практиків до пошуку і розвитку нових форм активності людини, її взаємодії із зовнішнім середовищем, зміну моделей і технологій менеджменту. На основі аналізу основних індикаторів динамічності економічної системи й еволюції теорій менеджменту доведено актуальність його подальшого розвитку з посиленням уваги до людських ресурсів підприємства і його поведінкових моделей. Для забезпечення результативності наукових досліджень сучасного підприємства його слід розглядати як економіко-соціальну систему з посиленням уваги до другої компоненти.

Збагачення різновидів людської енергії, яка використовується у трудовій діяльності, змінювало джерела і природу активності людини та посилювало роль поведінкової компоненти. Аналіз сутнісних відмінностей двох форм активності людини в економічній системі – діяльності і поведінки – дозволив встановити, що різниця в механізмах їх впорядку-

вання обумовлена відмінностями природи найпростіших елементів – дії і вчинку [1]. Традиційна діяльність побудована на усвідомлених цілях та запланованих діях і є основою механічної моделі виробничої організації. Динамічність середовища, в якому вона функціонує, створює передумови для переходу до поведінкової моделі, в якій використовується творчий потенціал людини. Остання орієнтована на врахування незвичності ситуацій, які все частіше спонтанно виникають як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі, і на використання творчості персоналу для забезпечення адекватної реакції на них.

Особливості дослідження і діагностики організаційної поведінки полягають у необхідності врахування того факту, що в будь-якій економічній системі соціальні суб'єкти відносин (людина, колектив або організація) є цілеспрямованими системами. Вони не тільки виконують поставлені перед ними ззовні цілі, але й формулюють власні цілі і завдання, змінюють їх залежно від результатів діагностики навколишнього середовища. Керівникам колективів особливо важливо враховувати цілеспрямованість підлеглих з високим творчим потенціалом [2]. Саме вони здатні, порівнюючи власні цілі і завдання з цілями організації, розподіляти і перерозподіляти зусилля на їхні досягнення, не завжди віддаючи пріоритети цілям, нав'язаним ззовні. Якщо керівник не враховує волю й інтереси підлеглих, вони своєю поведінкою істотно можуть змінити заплановані ним результати роботи. Ефективне використання в теорії і практиці менеджменту форми активності персоналу «поведінка» забезпечується посиленням уваги до соціалізації і психологізації інструментів впливу на людину як цілеспрямовану систему.

Розвиток форм активності людини в економічній системі сприяв перегляду сутності її моделей і джерел трудової поведінки. Їх еволюція відбувається в напрямку інтелектуалізації праці, пов'язаних з нею процесів гуманізації і демократизації стосунків працюючої людини з організацією, введенням в дію при виконанні функціональних обов'язків нових духовних, емоційних, інтелектуальних різновидів енергії, посиленням спрямованості на збільшення питомої ваги у трудових процесах унікальності порівняно із стандартизацією [3; 4].

Паралельно з розвитком моделей людини розвивалися соціально-економічні теорії організації, кожна з яких обирала певний варіант джерел активізації діяльності і поведінки людини, способи узгодження інтересів організації і її персоналу. Вивчення й узагальнення тенденцій і етапів розвитку моделей людини в економічній системі і соціально-економічних теорій організації дозволило зробити висновок, що майбутнє належить організаціям з високою питомою вагою інтелектуального капіталу, здатним перманентно і швидко адаптуватися до змін, балансувати на межі хаосу й порядку, активізувати поведінку творчої частини персоналу, узгоджувати цілі виробничої організації і співробітників.

Література

1. Доронін А. В. Активність персоналу виробничої організації (поведінкова модель): Монографія / А. В. Доронін, М. С. Дороніна. – Х.: ТОВ «ТО Ексклюзив», 2015. – 268 с.
2. Дороніна М. С., Голубев С. М. Соціалізація економіки та трудового потенціалу виробничої організації // Бізнес інформ. – 2013. – №6. – С. 214 – 220;
3. Дороніна М. С., Чепель І. В. Актуальные проблемы обеспечения организаций квалифицированным персоналом // Бизнес Информ. – 2012. – №9. – С. 194–197;
4. Чепель І. В. Професійно-кваліфікаційний потенціал персоналу виробничої організації: сутність і зміст // Управління розвитком. – 2013. – №2(142). – С. 125–127.



UDC 358

SIGNS FAVORING REINVENTION OF ECONOMIC SOCIAL PATTERN IN UKRAINE

Doronina M., Economics, Professor, Senior Research Associate
e-mail: doroninams@mail.ru

Mykhailenko D., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Ph.D. Candidate
e-mail: dasha.mihailenko@mail.ru

of the Research Centre for Industrial Development Problems of NAS of Ukraine (Kharkiv City)

Ukraine is currently standing in need of systemic reinvention of all the social fields such as economy, politics, culture and spiritual field. Today each of them, as well as the society in whole, functions in the mode of self-survival. Numerous reform programs offer activities that cannot be implemented due to the reasons, involving, firstly, inconsistency with the real possibilities and, secondly, not acceptance of these activities both by final program performers in particular, and by country population in whole.

As for the economy, its condition in the context which could ensure its recovery and further sustainable development has not been diagnosed yet. The mode of production is demolished: within the reformation period productive forces were reinvented neither quantitatively nor qualitatively in the proper amount, the integrity of industrial relation structure is nearly demolished. Property relations are in especially serious condition. Voucher privatization failed to provide the formation of the renewed motivation of workers to productive labor and brought them to the state of anomie, estrangement, loss of confidence in administering authorities at all the levels.

The generalization of foreign experience and scientific advice with respect to the solution of systemic crises in different social systems shows that Ukraine shall consolidate efforts of socially responsible representatives of the academic world and practitioners to develop a unique model of a new society. A special resource for the implementation of such a model shall become the youth, since it is free of paternalism blemish, hopes that «the good government» will ensure good living standard, conditions for self-realization of creative potential and recognition of personal achievements.

There are no final recommendations for the solution of such problems. However, we shall pay attention to already traditional search of economy behavioral model by world civilization. The main problem of scientific substantiation of its idea consists in the need for multidisciplinary approach, combining theoretical and practical technologies of many sciences, related primarily with the study of human activity in the particular social environment. This environment is saturated with strengthening information flows, which make it unpredictable variable to the extent that strategic decisions shall be taken in real-time.

Appeal to the philosophy, allowing build the scientific picture of the world, determining the choice of construction methods of disciplinary research shows that it requires development and renovation of its concepts. With regard to the philosophy of humanities development, many its representatives come to the conclusion that it is not rationale for choosing concept of Kuhn, Popper or Lakatos the attention shall be paid on but on the search of ways for their rational combining.

Of course, the consolidating point of this synthesis can be the picture of the world. It is fitting that it shall be chosen as a way for systematizing knowledge, relevant to the particular stage of civilization development as a tool for studying and modeling radical renewal of the reality. Unfortunately, firstly, the life cycle of such a picture of the world for studying and transforming the certain situation is greatly reduced, and secondly, its structure shall be permanently revised with the focus on new critical points of economic system and change of its environment.

The picture of the world for behavioral economy shall focus scientists and practitioners not so much on economic but on social criterion for decision-making. This criterion directs the search of problem solution in the interests of ensuring sustainable development both of modeling object and the environment, outside which its existence becomes senseless.

Behavioral variant of economic subject activity implies permanent change of instruments influencing him and compulsory registration of cultural values typical for him. Therefore, the traditional concept of scientific paradigm is transformed into a variant of cultural paradigm. The latter is formed by case

study method and obliges scientific substantiation and practical use not of management tool but tools of influencing the activity of the research subject. The main structural element in such economic object of research is a creative person, the owner of the intellectual capital, at that, not alone, but collective, possessing total labor force. The most important social reserve for the formation of such a total employee is trust, qualitative communication, organic solidarity and social responsibility.

Radical restructuring of education, changing the model of knowledge transfer from teacher to student to the model of development of students' skills to formulate the problem of practice and find its unique solution shall promote the way of society towards the formation of effective behavioral economy.

The state shall be obliged, firstly, to provide exchange of scholars' and practitioners' opinions through conferences, trainings, seminars, round tables, and secondly, to create the conditions for pilot testing of the developed programs and their adapting to the real life of society. Developers of new programs shall, in their turn, be responsible for their reality, compliance with the latest achievements of domestic and foreign science. At a high-level of such team-created programs, it makes sense not only material or moral encouragement, but also discussing the possibility of awarding academic degrees to leading performers.



УДК 338.242.2

ІНСТРУМЕНТАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНТИМОНОПОЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

Кирилук Андрій Олександрович, аспірант
кафедри??????

Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: andrejkriluk@yahoo.com

Конкурентна боротьба між товаровиробниками виводить більш успішних учасників ринку у лідери, що, з *одного боку*, надає їм можливість покращувати свою продукцію та поліпшувати організацію виробництва, але, з *іншого боку*, вони можуть і зловживати своїм ринковим становищем, поглинати інші компанії, сприяючи посиленню концентрації та централізації виробництва, що, у свою чергу, обумовлює тенденцію до монополізації економіки та появи монопольних утворень.

Тож перед державою постає складна задача забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників з урахуванням особливостей внутрішнього та зовнішнього ринку, боротьби з монополізмом та поліпшенням загальної соціально-економічної ситуації в державі.

Проблемами державної антимонопольної політики та реалізації її інструментів займалося багато вчених таких як: О. Беляєв [2], Т. Дерун [3], М. Лайкова [4], Ю. Росецька [5], А. Чухно [6] та інші. Але, незважаючи на значні дослідження, проблема обґрунтованого використання інструментів антимонопольної політики не досліджено повністю, зокрема немає чіткого обґрунтування передумов вибору інструментів антимонопольної політики.

Реалізація основних напрямів антимонопольного регулювання здійснюється за допомогою певних інструментів. Інструменти антимонопольного регулювання вбудовані у систему економіко-правового регулювання інструментарію державного регулювання економіки. Основу застосування інструментів антимонопольної політики становлять дії держави, спрямовані на дозвіл, заборону або примус щодо певних дій суб'єктів господарювання [5, с. 215].

Виходячи з методів впливу інструменти антимонопольної політики можна поділити на 3 групи, в залежності від їхніх функцій: стримуючі, стимулюючі й обмежуючі. В залежності від направленості інструмента та функцій, що він виконує, всі інструменти можна розподілити між цими напрямками [6].

Антимонопольна, політика є складовою загальнодержавної економічної політики, отже і використання інструментів антимонопольної політики доцільне саме виходячи із загальнодержавної економічної політики та цілей, що вона ставить перед собою.

О. Беляєв [2] стверджує, що одним із принципів формування економічної політики є чітка постановка довгострокової мети та визначення основного напрямку, форм і методів її досягнення [2. с 52].

Слід зазначити, що будь-які стратегічні цілі розвитку держави, а значить і економічна політика, повинні базуватися на вже на існуючій ситуації в економіці, тобто для антимонопольного регулювання також важливою є ситуація, що складається на різних ринках, і саме аналізуючи цю ситуацію, можна зробити висновки щодо доцільності застосування певних заходів антимонопольного регулювання (табл. 1).

Таблиця 1

Передумови використання заходів антимонопольного регулювання

Методи впливу на конкурентне середовище	Ситуація на ринку	Можливі передумови застосування
1	2	3
Контроль за концентрацією. Антимонопольне регулювання	Сильне відхилення ринкової структури від конкурентної	Монопольно високі ціни або монопольно низькі ціни
Традиційні інструменти антимонопольного регулювання (податки, кредити, тарифи, інвестиції, відсотки, пільги, ліцензії, квоти, антимонопольне законодавство), а також правові, фінансово-економічні та адміністративно-організаційні заходи щодо зняття бар'єрів, сприяння вступу на ринок нових суб'єктів, захисту і розвитку конкуренції	Стабільний розвиток ринку	Необхідність поживлення розвитку конкурентного середовища

Закінчення табл.1

1	2	3
Превентивні, протекціоністські заходи захисту національних економічних інтересів	Вплив міжнародної конкуренції	Тенденції щодо поглинання вітчизняних товаровиробників іноземними конкурентами
Спеціальні виключення в антимонопольному законодавстві для окремих регіонів та галузей (перспективних, депресивних, експортних), дозвіл на злиття експортних виробництв, заохочення експортних картелів тощо	Загроза поглинання або знищення вітчизняних товаровиробників	Необхідність підтримати вітчизняного товаровиробника в умовах міжнародної конкуренції
Гармонізація інструментів конкурентної, структурної, промислової, інноваційної, зовнішньоекономічної політики (відмова від широкого застосування державного субсидування і протекціонізму взагалі, створення умов для використання потенціалу конкуренції)	Посилення інтеграційних процесів. Прийняття міжнародних стандартів у сфері конкуренції	Необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників з урахуванням вимог міжнародних стандартів

Отже, в таблиці наведені методи впливу антимонопольної політики, які доцільно використовувати в залежності від ситуації, що складається на кожному окремому ринку, та описані причини, з яких можливе застосування цих інструментів.

Враховуючи ситуацію на ринках, можна виокремити ключові суб'єкти господарювання та визначити, яким чином необхідно впливати на даний ринок та на його ключові фігури для досягнення поставлених цілей.

Відповідні інструменти антимонопольної політики допоможуть забезпечити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств різних галузей підтримуючи їх або ж допомагаючи розвивати галузь взагалі, стимулюючи її.

Висновки: антимонопольне регулювання являє собою складову загальнодержавної, довгострокової економічної політики. Економічна політика визначає основну мету, напрям, методи та форми її досягнення. Економічна політика, базуючись вже існуючій ситуації в економіці взагалі, та на сформованій ситуації на різних ринках, використовує антимонопольне

регулювання, інструменти антимонопольного регулювання та певні заходи антимонопольного регулювання задля досягнення поставленої мети. Причому слід зазначити, що антимонопольна політика повинна бути спрямована не лише на боротьбу з монополізацією та концентрацією економіки, а й на підвищення функціонування економіки вцілому.

Література

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 р. // ВВР України. – 2001. – № 12. – Ст. 64.
2. Беляєв О. О. Економічна політика // О. О. Беляєв, А. С. Бебело, М. І. Діба та ін. – К. : КНЕУ, 2004. – 287 с.
3. Дерун Т. М. Інструменти формуванні і реалізації державної політики // Державне управління: удосконалення та розвиток № 2-05/3 від 08.07.2009 р.
4. Лайкова М. С. Антимонопольна політика України: її зміст та особливості реалізації // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна № 988. Серія «ПРАВО». Випуск № 10, 2011 рік
5. Росецька Ю. Б. Інституційні форми розвитку конкурентних відносин: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.01 [Електронний ресурс] /Ю.Б. Росецька; Одес. держ. екон. ун-т. – 2007. – 20 с. – Режим доступу: <http://www.esteticamente.ru/ard/2007/07gybrkv.zip>
6. Чухно А. А. Інституціонально-інформаційна економіка: Підручник. Затверджено МОН / Чухно А. А., Юхименко П. І., Леоненко П. М. – К., 2010. – 687 с.



УДК 331.101.3

РОЛЬ МОТИВУВАННЯ ПРИ ПРОБЛЕМО-ОРІЄНТОВАНОМУ УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Лаптев В'ячеслав Ігорович, кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
e-mail: vlaptev777@gmail.com

Сучасний стан розвитку економічних відносин в Україні свідчить про корінні зміни, які відбуваються у сфері управління персоналом підприємств. Ці зміни характеризуються існуванням певного парадокса, який полягає в тому, що при існуванні гуманістичного підходу до менеджменту персоналу і розумінні його актуальності, а також важливості застосування, на практиці він не реалізується або реалізується з точністю до навпаки. Основною тезою даного підходу є те, що ключовим елементом будь-якого підприємства, організації або установи є людина з набором певних знань, умінь, психофізіологічних особливостей. Саме працівник є рушійною силою, яка генерує ідеї, тим самим стимулюючи науково-технічний прогрес, створює продукцію та її додану вартість, а відповідно приносить прибуток або є причиною отримання збитків. У зв'язку з цим, не працівник існує для роботи підприємства, а підприємство функціонує для забезпечення потреб працівника. Однак у той же час практика вітчизняного господарювання свідчить про інше. З *одного боку*, відбулася остаточна руйнація моделі управління персоналом, яка була властива радянській плановій економіці, а з *іншого* – сформувалася своєрідна «квазімодель», де людина так і залишилася «гвинтиком», який можна замінити при необхідності, однак вже на ринкових засадах, що передбачає нові форми працевлаштування з відсутністю певних соціальних пільг і компенсацій, невизначеністю кола функціональних обов'язків, рівня та структури винагороди тощо. Такий підхід свідчить про орієнтацію підприємства на короткострокові цілі, вирішення поточних проблем без планування. Все це створює значні ризики як для найманого працівника, так і для роботодавця, адже нерозуміння або небажання враховувати потреби людини, які є її ключовими внутріш-

німи рушійними силами, призводить до зменшення зацікавленості в роботі, несприйняття цілей підприємства як власних, зниження лояльності, а відповідно до погіршення якості та інтенсивності праці, тобто продуктивності праці, яка є основним показником ефективності використання трудових ресурсів.

У зв'язку з цим, актуальним є пошук ідей, підходів та методів мотивування персоналу в умовах проблемно-орієнтованого управління, що й обумовлює тематику даного дослідження.

Теоретичний фундамент розвитку концепцій мотивації як однієї з ключових функцій менеджменту закладено в роботах таких вчених, як: Д. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, П. Друкер, Е. Локк, Е. Лоулер, Ф. МакКлелланд, А. Маслоу, М. Портер, М. Мескон, Ф. Тейлор, А. Файоль, Х. Хекхаузен та ін.

Сучасні проблеми мотивації праці є об'єктом дослідження таких вітчизняних і закордонних фахівців у сфері менеджменту персоналу: Л. Балабанова, Д. Богиня, О. Єгоршин, П. Капустянський, А. Кібанов, А. Колот, Н. Лук'яненко, М. Семикіна, Ю. Одегов, В. Сумін тощо.

Однак у той же час питання мотивування персоналу в умовах орієнтації підприємств на вирішення певних проблем, пошук нових ідей і методів потребує більш детального вивчення.

Існує безліч точок зору до формулювання дефініції «мотивування», які враховують процесний, системний та ситуативний підходи, розглядаючи його і як певний складний процес, і як сукупність рушійних сил, і вибір поведінки в заданих умовах.

Однак, незважаючи на ці розбіжності, головною ознакою мотивування є врахування як внутрішніх (мотивів), так і зовнішніх (стимулів) рушійних сил, які спонукають людину до активної діяльності.

Це є також основною відмінністю «мотивування» від «стимулювання», адже останнє враховує лише зовнішню складову (стимул) при активізації працівника та його дій. І це є важливим зауваженням з точки зору методів, які застосовуються роботодавцями на практиці, адже деякими з них «мотивування» та «стимулювання» ототожнюються, що є невірним.

Враховуючи це, цікавою точкою зору є порівняння А. Кібанова «мотивації» і «стимулювання» зі «стратегією» та «тактикою». Згідно з його думкою, «мотивація виступає стратегією, яка заснована на довгостроковому впливі на працівника з метою зміни за заданими параметрами структури ціннісних орієнтацій й інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра та розвитку на цій основі трудового потенціалу.

Стимулювання як тактика вирішення проблеми є орієнтацією на фактичну структуру ціннісних орієнтацій й інтересів робітника, на більш повну реалізацію трудового потенціалу, який існує» [3, с. 485]. Тобто мотивація є ширшим поняттям, яке сполучене зі стратегічним планом розвитку підприємства та відповідає його довгостроковим цілям, саме воно формує лояльність персоналу, готовність працівників витратити зусилля для досягнення цих цілей, які вони сприймають як власні. Тоді як стимулювання спрямоване на закріплення сформованого мотиваційного ядра людини за рахунок своєчасних але тактичних (або навіть оперативних) інструментів.

Таким чином, мотивування та стимулювання не є синонімами, але тісно взаємопов'язані та потребують своєрідного синтезу в умовах проблемно-орієнтованого підходу в управлінні.

Враховуючи особливості господарювання в Україні (незначний термін життя підприємств, відсутність стратегічного планування, орієнтація на короткострокові цілі, перевага пасивної або реактивної кадрової політики, орієнтація на матеріальні важелі управління), можна зробити висновок про переважне використання у практичній діяльності саме стимулювання персоналу. І дійсно, невизначеність перспектив та бажання отримати максимальний прибуток за мінімальний строк сприяє формуванню специфічного ставлення роботодавця до найманого працівника, якому для виконання короткострокової роботи не потрібно формувати мотиваційне ядро, створювати гарні умови, вирішувати конфлікти, планувати кар'єру, а достатньо лише заплатити заробітну плату (винагороду, яка задовольнить його такі самі короткострокові потреби). Однак проблема в даному випадку полягає в тому, що заробітна плата (матеріальна винагорода) має свою функціональну межу, по досягненню якої вона припиняє

бути стимулом, тобто сприяти більш ефективній та якісній праці. Також, згідно з теорією Ф. Герцберга [4], вона відповідає за усунення невдоволеності людини, але не дозволяє отримувати задоволення від праці. Вона є фактором підтримки, який задовольняє первинні потреби працівника, тобто створює умови, за яких він не буде відволікатися від роботи (заробітна плата дає змогу заплатити за житло, харчі, транспорт, дитячий садок або школу, одягтися або відкласти на відпустку, подорож тощо). Однак, у той же час, матеріальна винагорода не пов'язана з потребами вищого рівня, задоволення яких дійсно робить людину щасливою, що, у свою чергу, актуалізує необхідність використання методів нематеріального мотивування.

Спираючись на зазначене вище, можна зробити висновок про доцільність створення організаційно-методичного забезпечення управління персоналом, орієнтованого на вирішення певних проблем, яке враховує оптимальне поєднання інструментів різних видів мотивування та стимулювання, спрямованих не лише на тимчасове вирішення цих проблем, але й на запобігання її появи в майбутньому.

Література

1. Виханский О. С. Менеджмент / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Экономика, 2006. – 670 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : «Дело», 1992. – 702 с.
3. Управление персоналом организаций: учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 638 с.
4. Herzberg, F. I. 1987, 'One more time: How do you motivate employees?', Harvard Business Review, Sep/Oct87, Vol. 65 Issue 5, p. 109 – 120.



УДК 330. 341. 1 : [338. 1 : 339. 137. 2] (477)

МЕСТО И РОЛЬ БАЗОВЫХ ИННОВАЦИЙ В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНЫ

Ляшевская Виктория Ивановна, аспирантка

кафедры экономики и менеджмента

Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеця

e-mail: lyashevskaya_vik@mail.ru

Последовательная смена технологических укладов за последние два века в мире была обусловлена базовыми инновациями. Отметим поэтому, что ядром пятого технологического уклада выступают инновации в сфере информации, биотехнологий и нанотехнологий. В этом контексте уместно обратиться к выводам Нобелевского лауреата по экономике С. Кузнеця. В 1971 г. он получил эту высшую профессиональную международную награду за работу, посвященную экономическому росту [3, с. 104 – 124]. При этом он обосновал, что эпохальные инновации, как разновидность базисных, определяют эволюцию мировой экономики через последовательную смену массовых технологий в ведущих экономиках мира.

Принимая в качестве исходного методологического положения выводы этого автора, мы обратились к соответствующим показателям Украины. В частности, за последние 22 года (1991 – 2013 гг.) существенно снизилась база инновационного развития в Украине:

- ▶ в 3,3 раза снизилась численность работников в инновационной сфере (в США и Западной Европе за этот же период она возросла в 2 раза);
- ▶ в 3,5 раза снизилось количество исследователей в отрасли технических наук (при этом в 5,6 раз увеличилась их численность в политических науках, в 3,5 – в юридических);
- ▶ в 14,3 раза уменьшилось освоение новых видов техники;
- ▶ в 5,5 раз (с 60% до 11,2%) снизилась доля инновационно активных промышленных предприятий (в России эта доля составляет 10%, в Польше – 16, в ЕС – в среднем 60) [2, с. 63].

В настоящее время ведущие страны мира отказываются от индустриальной экономики, основанной на эксплуатации национальных природных ресурсов, понимая их естественную ограниченность. Это естественно обуславливает переход на более наукоемкие технологии 5 – 6 укладов. К большому сожалению, Украина сохраняет свою ориентацию в наполнении бюджета на энергоемкие, фондоемкие и трудоемкие отрасли: металлургию и химию, которые работают с середины прошлого столетия. Украина пытается строить свое благосостояние на металлургии и химии, которые работают на технологиях середины прошлого тысячелетия.

По данным Института экономики и прогнозирования НАНУ, экономика Украины состоит:

- ▶ на 47% – из технологий третьего технологического уклада;
- ▶ на 50% – из технологий четвертого технологического уклада;
- ▶ на 3% – из технологий пятого и шестого технологических укладов – технологий будущего [3, с. 64].

Как известно, мировые лидеры по росту конкурентоспособности национальных экономик – Сингапур, Япония, Китай и др., вышли на конкурентные рынки стран ЕС и США лишь при реализации собственных долгосрочных национальных программ инновационного развития.

Общим в устойчивом динамике неуклонного роста конкурентоспособности наукоемкой продукции Японии, Китая, Сингапура, Южной Кореи и др. является реализация программ долгосрочного инновационного развития.

Авторский анализ широко известной в мире монографии крупного специалиста по конкурентоспособности американского ученого М. Портера «Может ли Япония конкурировать» [4] показал: из 7 разделов монографии два посвящены государственной политике в сфере фундаментальной науки, два – связи прикладной науки с производством, один связи университетов с прикладными НИР и производством. На 3-х развернутых схемах указанный американский ученый убедительно показал путь Японии к стремительному росту конкурентоспособности национальной экономики через устойчивый рост бюджетного финансирования всей развернутой цепочки НИОКР.

Следует отметить, что в отличие от США, Великобритании, Франции, Китая, Индии и России, эта страна не ставила своей целью развивать в базовых отраслях собственную фундаментальную науку. С послевоенного периода (1945 г.), признав свою военно-технологическую отсталость, взяла курс на закупку патентов, лицензий и технологий, расширив бюджетное финансирование прикладной науки.

Опыт Китая в сфере успешной реализации инновационного развития тесно связан с работой по формуле: «быстрый второй» это означает, что подавляющее большинство инновационной продукции на остро конкурентных рынках стран ЕС и США появилось вследствие реализации строго контролируемых государством:

- ▶ по реформам общеобразовательной системы и высших учебных заведений с ориентацией на мировые достижения и вхождения в общепризнанную систему индикаторов;
- ▶ по преобразованию фундаментальной прикладной науки с ориентацией на быстрые конечные результаты, что в последнее время ассоциируется с понятием «коммерциализация науки»;
- ▶ по широкому участию государственных структур в международных организациях, связанных с образованием информации электронными средствами ее обработки и доставки, что позволило за короткий срок сформировать собственные электронные базы данных практически по всем отраслям знаний, которые в своей совокупности определяют вектор НТП XXI в.

К сожалению, в Украине, как показало авторское обобщение различного пласта публикаций, эти процессы пока не нашли надлежащего воплощения. Поэтому, как нам представляется, в настоящее время в системе государственного регулирования конкурентоспособности назрела необходимость в следующих мерах долгосрочного характера.

Во-первых, на всех уровнях государственной власти определить национальные приоритеты развития, требующие стабильного бюджетного инвестирования.

Во-вторых, ограниченные бюджетные средства центрального и регионального уровней управления сконцентрировать, используя стратегию

фокусирования. Мировой опыт давно показал отставание тех стран, в которых допускалось распыление инвестиций на центральном и региональном уровнях по отраслям будущего.

В-третьих, при определении долгосрочных стратегических приоритетов силами академических научных учреждений необходимо определить весь кластер развернутой цепочки НИОКР, включая крупные и средние предприятия различных форм собственности.

Только признание общих тенденций повышения конкурентоспособности в глобальном мире может сократить риски низкоэффективного использования ограниченных бюджетных средств всех уровней.

Литература

1. Указ Президента України Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>. Загол. з екрану.

2. Мазур А.А. Технологічні парки України : цифри, факти, проблеми / А. А. Мазур, С. В. Пустовойт // Наука та інновації. – 2013. – Т. 9. – С. 59–72.

3. Нобелевские лауреаты по экономике. Взгляд из России: К Международному симпозиуму «Нобелевские лауреаты по экономике и российские экономические школы» (16 – 18 сентября 2003 г.; Санкт-Петербург) Ред. Ю. В. Яковец. – СПб. : Гуманистика, 2003. – 967 с. // С. Кузнец. Современный экономический рост : результаты исследований и размышления. С. 104–124.

4. Портер М. Японская экономическая модель : Может ли Япония конкурировать? / Майкл Портер, Хиротака Такеути, Мариико Сакакибара ; Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 262 с.



УДК 001.895: 338.2

МОДЕЛЬ ВПЛИВУ ПОТЕНЦІАЛУ НА РЕЗУЛЬТАТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Полякова Ольга Юрїївна, кандидат економічних наук,
доцент, завідувач відділу інноваційного розвитку та конкурентоспроможності
e-mail: polya_o@ukr.net

Шликова Вікторія Олександрівна, кандидат економічних наук,
молодший науковий співробітник відділу інноваційного розвитку та конкурентоспроможності
e-mail: shlykova@ukr.net

Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Інноваційний розвиток у сучасному світі є не тільки запорукою успішності економічного розвитку країни, але його обов'язковою складовою. Україна, на жаль, не може поки що розглядатися як передова інноваційно активна країна через тривалий період недостатньої реальної підтримки цього напрямку. Попри усі заяви, наразі все обмежується гаслами та посиленнями на нестачу грошей. У той же час слід розуміти, що подальше нехтування проблемами науково-технічного та інноваційного розвитку обернеться незворотною втратою самої можливості такого розвитку.

Метою роботи було визначити взаємозв'язки між різними за характером складовими потенціалу інноваційного розвитку та результатами науково-технічної та інноваційної діяльності, які дозволять виявити можливості активізації цих процесів.

На основі детального аналізу складових головних міжнародних співставлень [1; 2] було виділено множину показників потенціалу та результатів інноваційного розвитку. У дослідженні розділялися етапи створення потенціалу та його використання. Крім того, у потенціалі було виділено освітню та інституційну складові. Таким чином, показники потенціалу було розділено на чотири групи. До показників створення освітнього потенціалу відносилися фінансування освіти, середній період здобуття вищої освіти, доступ до інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ); створення інституційного потенціалу описувалося рівнем розвитку кластерів, легкості одержання кредитів та легкості захисту інвесторів. Серед

показників створеного освітнього потенціалу головними були рейтинг університетів та кількість дослідників, а інституційного – спроможність до інновацій. На етапі використання потенціалу додатково залучалися показники загальних витрат на НДДКР та використання ІКТ. Як результуючі показники у моделі було використано узагальнений індекс результатів науково-технічної діяльності, який базується на оцінці результатів патентування, індекс результатів комерціалізації інновацій, який узагальнює результати створення наукомісткої та високотехнологічної продукції та послуг, глобальний інноваційний індекс та обсяг ВВП на душу населення, як головний показник ефективності інноваційної та науково-технічної діяльності.

Вихідними даними для побудови моделі були дані по країнах ЄС та Україні за 2013 – 2015 рр., опубліковані у звітах Глобальний інноваційний індекс та Євротабло, а також дані Держстату України [3]. Дані не розглядалися як панельні, а використання звітів за декілька років пояснюється тим, що дані у них відповідають різним рокам та часто відстають на два-три періоди.

Попередній аналіз даних виявив, що деякі країни через специфічні умови економічної діяльності, законодавства, тощо, слід розглядати як викиди, оскільки їх показники різко відрізняються від решти країн. Таким чином, при побудові моделей взаємозв'язку окремих показників потенціалу і результатів у більшості випадків було виключено Люксембург, Кіпр та Мальту.

Для побудови моделі впливу потенціалу на результати інноваційної діяльності дані по країнах було стандартизовано. Проведений кореляційний аналіз виявив статистично значущі та високі кореляційні зв'язки між показниками потенціалу в рамках підгруп та між показниками потенціалу та результатів. Єдиним показником, який майже не корелює з рештою, виявився експорт творчої продукції, тож його було виключено з моделі.

Побудовані часткові моделі вважалися прийнятними за умови статистичної значущості їх параметрів ($p < 0,05$) та коефіцієнта детермінації не менше 0,7. Для оцінки довгострокових ефектів від здійснення певних заходів активізації інноваційної діяльності модель було замкнено через вста-

новлення залежностей фінансових показників створення та використання потенціалу від ВВП на душу населення.

Отримані результати моделювання показали, що поряд із збільшенням фінансової складової потенціалу інноваційного розвитку країни, суттєвий вплив здійснюють інституціональні чинники. Так, сприяння розвитку кластерів має призвести до концентрації фінансових, кадрових та організаційних ресурсів задля розробки і впровадження інновацій, що призводить до збільшення обсягів реалізованої інноваційної продукції та високотехнологічного експорту.

Фінансова складова дозволяє отримати найбільший ефект з позиції збільшення ВВП, а саме, через збільшення витрат на освіту підвищується освітній потенціал і результати НДДКР. Результати комерціалізації інновацій найбільше чутливі до розширення доступу до ІКТ та їхнього використання, а також поліпшення кредитної політики та легкості захисту інвесторів.

Таким чином, інноваційна діяльність потребує не лише фінансової підтримки, але й інституційної, що відкриває можливості її активізації за умов браку фінансових ресурсів. Але зменшення витрат може виявитися фатальним.

Література

1. The Global Innovation Index 2014: The Human Factor in Innovation – Cornell University, INSEAD, WIPO– Fontainebleau, Ithaca, Geneva. – 2015. – 401 p. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.globalinnovationindex.org
2. Innovation Union Scoreboard 2015. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/files/ius-2015_en.pdf
3. Державна служба статистики України. Економічна статистика / Наука, технології та інновації [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm



УДК 47.01

КВАНТОВАЯ ЭЛЕКТРОНИКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Чугай Олег Николаевич, доктор технических наук, профессор

Александрова Анна Юрьевна, студент

e-mail: aleannaengineering@gmail.com

Национального аэрокосмического университета им. Н. Е. Жуковского

Современная прикладная физика вынуждена решать многие задачи, связанные с изучением квантовых явлений. Одной из таких задач является квантовая электроника. Но что она из себя представляет и почему так важна?

Квантовая электроника входит в раздел физики, которая изучает методы усиления и генерации электромагнитного излучения, основываясь на использовании явления вынужденного излучения в неравновесных квантовых системах. Также, используются свойства получаемых таким образом усилителей и генераторов и их применение в электронных приборах.

В своей физической основе она содержит понятие о том, что энергия излучения берется из внутренней энергии квантовых систем (например, молекул, ионов или электронов), в отличие от классического представления о том, что генерация электромагнитного излучения осуществляется за счет кинетической энергии свободных электронов, движущихся согласовано в колебательном контуре.

Благодаря развитию квантовой электроники со времен Эйнштейна, который ввел представление о вынужденном излучении, сегодня мы можем пользоваться такими устройствами, как:

- ▶ мазеры (квантовые генераторы, которые излучают когерентные электромагнитные волны сантиметрового диапазона. Они применяются в космической связи);
- ▶ лазеры (устройство, преобразующее энергию накачки в энергию когерентного, монохроматического, поляризованного и узконаправленного потока излучения).

На данный момент лазеры используются повсеместно. При помощи лазеров сегодня производится гравировка, резка, пайка, сварка, они применяются в голографии, лазерной локации, космической навигации, лазерной химии, медицине, управляемых термоядерных синтезах, военных целях и даже в домашней технике. Все это есть у нас благодаря развитию квантовой электроники.

В чем же проблема применения лазеров и мазеров на практике?

Во-первых, это, конечно, безопасность. Лазеры даже самой малой мощности представляют повышенную опасность для зрения, так как при попадании в глаз луч лазера фокусируется на сетчатке, что может за очень короткий срок привести к ожогам сетчатки глаза. Лазеры большой мощности способны вызывать поражения глаз даже рассеянным излучением. Лазеры большой мощности также представляют опасность пожарную. *Во-вторых*, это стоимость исследований и улучшений для новых лазерных установок, открывающих новые возможности.

Нарастающие темпы исследований в области лазерной физики и техники открывают возможности создания лазеров новых типов с улучшенными характеристиками, позволяющими еще больше расширить области их применения. В частности, увеличение мощности излучения твердотельных лазеров создает новые перспективы для реализации лазерного управляемого термоядерного синтеза – глобальной проблемы, решение которой обеспечит человечество практически неисчерпаемым источником энергии. Перечислить все применения лазеров и мазеров, которые имеют место в настоящее время и ожидаются в перспективе, практически невозможно. Однако можно выразить уверенность в том, что области применения лазерной техники будут множиться и расширяться.

Література

1. Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.rfe.by/news/~shownews/654#.VILLz8bvc4g>
2. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.quantum-electron.ru/ra.phtml?page=onlcont>

3. Википедия [Электронный ресурс] – Режим доступа : https://ru.wikipedia.org/wiki/Квантовая_электроника

4. Светов В. И. Оптическая и квантовая электроника / В. И. Светов. – Иваново, 2004. – 122 с.



УДК 338.012

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В КОКСОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: РИНКОВИЙ АСПЕКТ

Шпілевський Олексій Володимирович, молодший науковий співробітник відділу інноваційного розвитку та конкурентоспроможності Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Коксохімічна промисловість є одним з ключових виробничих переділів гірничо-металургійного комплексу (ГМК). Коксове виробництво та виробництво залізо-рудної сировини є фундаментом та невід'ємною частиною виробництва чорних металів, а саме передільного чавуну, який у свою чергу є основною технологічною сировиною для виробництва первинної сталі.

Ресурсно-технологічний зв'язок виробництва коксу з постачанням коксівного вугілля з однієї сторони та доменним виробництвом з іншої, визначає пряму залежність змін у коксовій промисловості від змін у даних галузях промисловості.

Зважаючи на експортну орієнтацію вітчизняного ГМК, опосередкований, але суттєвий, вплив на тендітність змін у вітчизняному коксовому виробництві мають глобальні фактори, а саме кон'юнктура світового ринку металургійної продукції.

Саме кон'юнктурні зміни на світовому ринку металопродукції визначають тенденції змін у світовому коксовому виробництві і технологічно пов'язаних з ним галузях. Наведена на *рис. 1* динаміка світового виробництва коксу коксівного вугілля, коксу і чавуну свідчать про наявність стійкої тенденції їх зростання. При цьому деяке випереджаюче зростання ви-

робництва коксу у порівнянні з виробництвом чавуну (з 2004 по 2013 рік 63% проти 58%), свідчить про актуальність проблематики косового виробництва.

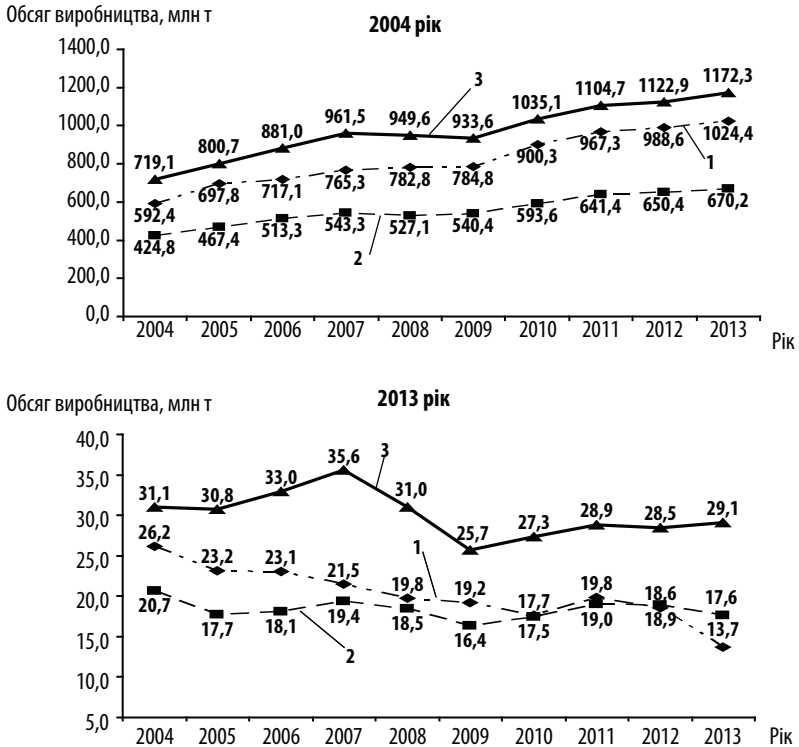


Рис. 1. Порівняльна динаміка виробництва коксівного вугілля, коксу та чавуну у світі та Україні у 2004 – 2013 роках:

1 – вугілля; 2 – кокс; 3 – чавун [за даними 1 – 2].

В цей же період в ГМК України спостерігались прямо протилежні тенденції (рис. 1). Виробництво чавуну з у 2013 році у порівнянні з 2008 роком знизилось на 6,4%, коксу на 15,0%, коксівного вугілля на 47,7%.

Наведені факти наглядно свідчать, що основною причиною падіння виробництва коксу в 2009 – 2013 роках було скорочення видобутку коксівного вугілля в Україні. Дефіцит коксівного вугілля вітчизняного видобу-

Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності ...

ку визначив збільшення закупівель даного ресурсу коксовими заводами за межами України, що призвело до збільшення частки імпорту в загальному постачанні сировини у 2013 році до 48% проти 26% 2008 року. В абсолютному виразі імпорт коксівного вугілля виріс з 7,0 млн. т у 2008 році до 10,4 млн т у 2013 році, тобто на 48,6%, на фоні скорочення споживання вугільної сировини коксовими заводами в той же період з 27,0 млн. т до 21,7 млн т, тобто на 19,6%.

Наведені факти свідчать про наявність негативного процесу посилення залежності вітчизняного коксового виробництва від зовнішніх джерел постачання сировини, а то ж й послаблення енергетичної незалежності країни.

Структурні зміни у постачанні коксівного вугілля суттєво змінили умови господарської діяльності коксових заводів, але не обумовили суттєвих структурних змін у галузі.

Різні можливості коксових заводів в забезпеченні виробництва вугільною сировиною визначили зміни ринкової позиції деяких підприємств (рис. 2).

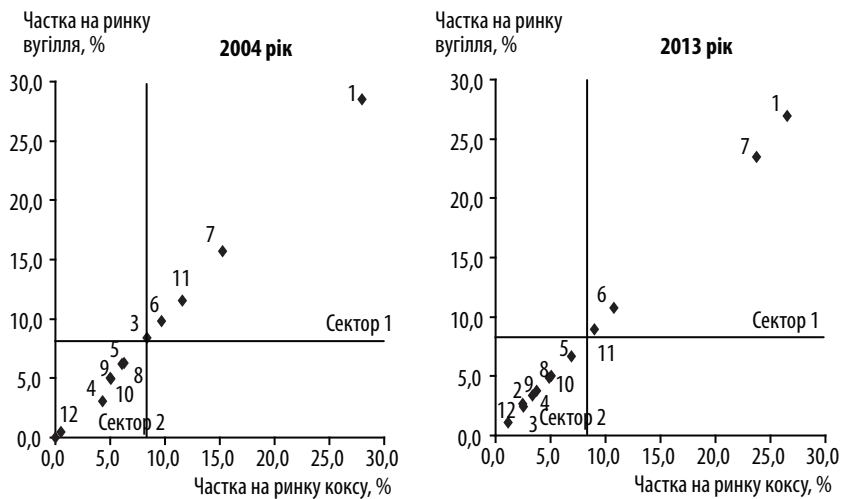


Рис. 2. Матриці ринкової позиції коксових заводів у 2004 та 2013 роках: (нумерація підприємств відповідає наведеній в табл. 1)

Таблиця 1

Рейтинг українських коксових заводів за ринковою позицією у 2004 та 2013 роках

№	Підприємство	Позиція по сектору	
		2004 рік	2013 рік
1	ПАТ Авдіївський КХЗ	1	1
2	Філіал «Горлівський КХЗ» ТОВ ІСТЕК	12	10-11
3	ПАТ «Донецькокс»	5	10-11
4	ЗАТ «Єнакіївський коксохімпром»	10	8
5	ЗАТ «Макіївкокс»	6-7	5
6	ПАТ «Ясінівський КХЗ»	4	3
7	ПАТ «Алчєївськкокс»	2	2
8	ПАТ «ЄВРАЗ Баглейкокс»	6-7	7
9	ПАТ «ЄВРАЗ Днепродзержинский КХЗ»	8-9	9
10	ПАТ «Дніпрококс» (група ЄВРАЗ)	8-9	6
11	ПАТ «Запоріжкокс»	3	4
12	АОЗТ «Харківський КЗ»	11	12

Вищенаведені дані свідчать, що зміни ринкової позиції коксохімічних підприємств спостерігались тільки у групі підприємств середнього масштабу, до якої можна віднести більшу частину заводів галузі, а саме вісім з дванадцяти.

В цілому можна стверджувати, що коксовій галузі промисловості України, всупереч вище охарактеризованим негативним тенденціям, притаманна висока ринкова стійкість і невисокий рівень галузевої конкуренції.

Література

1. International Energy Agency «Coal information 2013 edition». <http://www.iea.org/statistics/>
2. L. F. Sarcinelli Garsia, Carlos Heitor M. de Faria «World market for metallurgical coal». Belo horizonte magazine. Brasil, Rio de Janeiro. September 2013, p – 31
3. Рудыка В. И., Кравченко А. М., Приступа А. М.и другие. «Систематизация и анализ технико-экономических показателей работы коксохимических предприятий Украины», выпуски

Секція 3. Проблеми розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності ...

2005 – 2014 годов. Украина. Министерство промышленной политики. Государственный институт по проектированию предприятий коксохимической промышленности «ГИПРОКОКС». – Харьков.



Наукове видання

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

**Тези доповідей
Міжнародної науково-практичної конференції**

**18 – 19 листопада 2015 року
м. Харків**

Підписано до друку 31.11.2015 р. Формат 60 x 84/16.
Гарнітура ArnoPro. Обл.-вид. арк. 27,5. Наклад 100 прим. Зам. № 7.

ФОП Лібуркіна Л. М.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного
реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
від 12.02.2003 р., серія ХК № 76
61001, м. Харків, пр. Московський, 38, кв. 54.