

ISSN 2409-9260 (Print)  
ISSN 2415-3869 (Online)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ  
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ  
НАУКОВЦІВ

# НАУКОВИЙ ВІСНИК

№ 10 (252)

Одеса – 2017

**Науковий вісник Одеського національного економічного університету.** – Науки: економіка, політологія, історія. – 2017. – № 10 (252). – 232 с. – Мови: укр., рос., англ.

*Редакційна колегія*

Редакційна колегія затверджена Вченою радою Одеського національного економічного університету. Протокол № 4 від 24 грудня 2013 р.; за економічними науками – перезатверджена 22 березня 2016 р. (Протокол № 7).

Головний редактор: Балджи Марина Дмитрівна – д.е.н., професор кафедри економіки та планування бізнесу Одеського національного економічного університету

Технічний редактор: Гейко Людмила Михайлівна – к.е.н., доцент Одеського національного економічного університету

I. Економічні науки: Зверяков М.І. – д.е.н., професор, член-кореспондент НАН України, Ковальов А.І. – д.е.н., професор, Балджи М.Д. – д.е.н., професор, Баранова В.Г. – д.е.н., професор, Губанова О.Р. – д.е.н., професор, Кузнєцова Л.В. – д.е.н., професор, Лоханова Н.О. – д.е.н., професор, Уперенко М.О. – д.е.н., професор, Харічков С.К. – д.е.н., професор, Янковий О.Г. – д.е.н., професор, Карпов В.А. – к.е.н., доцент, Сментина Н.В. – д.е.н., доцент

II. Політичні науки: Кармазіна М.С. – д.політ.н., професор, Коваль І.М. – д.політ.н., професор, Мілова М.І. – д.політ.н., професор, Пахарев А.Д. – д.політ.н., професор, Пойченко А.М. – д.політ.н., професор, Попков В.В. – д.філософ.н., професор

III. Історичні науки: Демін О.Б. – д.істор.н., професор, Панчук М.І. – д.істор.н., професор, Солдатенко В.Ф. – д.істор.н., професор, Стюпін А.О. – д.істор.н., професор, Хмарський В.М. – д.істор.н., професор, Щербіна Н.Ф. – к.е.н., доцент

Свідцтво про Державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 20991-10791ПР від 18 серпня 2014 р. (перереєстрація)

Збірник включено до оновленого «Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук» (затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 09.03.2016 № 241)

Включено до наукометричної бази даних Російський індекс наукового цитування (РІНЦ) згідно договору № 428-07/2014 від 18.07.2014 р. – [http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=51349](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=51349)

**Індексування і реферування:** реферативна база даних «Україніка наукова», Український реферативний журнал «Джерело», Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru, Google Scholar <http://scholar.google.com.ua/citations?user=PEf4fZIAAAAJ&hl=ru>, електронний архів Одеського національного економічного університету.

Засновник і видавець збірника наукових праці – Одеський національний економічний університет.

**Адреса редакційної колегії:** Україна, 65082, м. Одеса,  
вул. Преображенська, 8, ОНЕУ  
тел.: (0487) 32-77-95  
E-mail: n.visnik.oneu@ukr.net

© Одеський національний економічний університет

## ЗМІСТ

### *ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ*

#### ***Банчуковська Руслана***

Підвищення конкурентоспроможності підприємства у сфері  
нерухомості.....5

#### ***Безверхая Ирина***

Региональные модели коммерческой дипломатии.....14

#### ***Головацька Світлана, Курак Анастасія***

Організаційні аспекти забезпечення ризиків діяльності  
підприємства за міжнародними стандартами.....28

#### ***Жбанкова Анастасія***

Аналіз фінансово-економічного стану ПАТ «СК «ІНТО».....38

#### ***Карпов Володимир, Заїмкіна Христина***

Прогнозування розвитку внутрішнього та зовнішнього ринків  
соняшникової олії.....56

#### ***Карпов Володимир, Кокош Сергій***

Переваги формування соціально-економічної стратегії розвитку  
міста Подільськ.....78

#### ***Кодрик Алена***

Аналіз ефективності діяльності підприємства АО  
«ARTIZANA» и діяльності основних конкурентів.....88

#### ***Короленко Наталія, Садовнік Ірина***

Міжнародна конкурентоспроможність морських портів України в  
умовах глобалізації: шляхи підвищення.....96

#### ***Розенберг Валентина***

Особливості кон'юнктури ринку у сегменті оренди складської  
нерухомості.....108

#### ***Слатвінська Марина***

Вплив фіскальної політики на формування доходів місцевих  
бюджетів України.....115

#### ***Слюсар Марія***

Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства  
«КЛАСИКО».....139

<b><i>Сментина Наталія</i></b>	
Методи та інструменти державного регулювання інтегрованих корпоративних структур.....	<b>150</b>
<b><i>Томашен Вадим, Балджи Марина</i></b>	
Аналіз соціальної сфери в Україні та Одеській області.....	<b>162</b>
<b><i>Тригуб Кристина, Хамініч Світлана</i></b>	
Сучасна концепція маркетингу у формуванні стратегії економічного розвитку національної економіки.....	<b>190</b>
<b><i>Хомутенко Алла, Шевченко Ганна</i></b>	
Спрощена система оподаткування в Україні: переваги та недоліки.....	<b>204</b>
<b><i>Чубенко Михайло</i></b>	
Економічна безпека фумігаційних підприємств.....	<b>217</b>
<b><i>НАШІ АВТОРИ</i></b> .....	<b>229</b>

УДК 334.716

*Банчуковська Руслана*

**ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ НЕРУХОМОСТІ**

На сучасному етапі економічного розвитку проблема конкурентоспроможності посідає центральне місце в економічній політиці держави. Створення конкурентних переваг перед суперником стає стратегічним напрямком діяльності держави та її органів у галузі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, але особливу важливість набуває конкурентоспроможність підприємства сфери нерухомості, як основної ланки економіки, т. к. підвищення значущості сфери послуг в соціально-економічному розвитку суспільства є в даний час загальносвітовою тенденцією [1].

Конкурентоспроможність підприємства — це рівень його компетенції відносно інших підприємств конкурентів у нагромадженні та використанні виробничого потенціалу певної спрямованості, а також його окремих складових: технології, ресурсів, менеджменту (особливо — стратегічного поточного планування), навичок і знань персоналу, що знаходить вираження в таких результируючих показниках, як якість продукції, прибутковість, продуктивність.

У статті розглянуто сутність та значення конкурентоспроможності підприємств, методи оцінки конкурентоспроможності підприємств та фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, економічна конкуренція, розвиток підприємств, підвищення конкурентоспроможності, продуктивність підприємств, нерухомість.

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ**

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия сферы недвижимости, как основного звена экономики, т.к. повышение значимости сферы услуг в социально-экономическом развитии общества является в настоящее время общемировой тенденцией [1].

Конкурентоспособность предприятия – это уровень его компетенции в отношении других предприятий конкурентов в накоплении и использовании производственного потенциала определенной направленности, а также его отдельных составляющих: технологии, ресурсов, менеджмента (особенно – стратегического текущего планирования), навыков и знаний персонала и т.п., находит выражение в таких результирующих показателях, как качество продукции, прибыльность, производительность.

В статье рассмотрены сущность и значение конкурентоспособности предприятий, методы оценки конкурентоспособности предприятий и факторы повышения конкурентоспособности предприятия.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, экономическая конкуренция, развитие предприятий, повышение конкурентоспособности, продуктивность предприятий, недвижимость.

*Banchukovskaya Ruslana*

## **INCREASE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE IN REAL ESTATE SPHERE**

At the present stage of economic development, the problem of competitiveness occupies a central place in the economic policy of the state.

The creation of competitive advantages over the rival becomes a strategic direction of the state and its bodies in the field of ensuring the competitiveness of the national economy, but the competitiveness of the real estate enterprise, as the main link of the economy, becomes particularly important. Increasing the importance of the service sector in the socio-economic development of society is currently a worldwide trend [1].

The competitiveness of an enterprise is the level of its competence with respect to other competitors' enterprises in the accumulation and use of the production potential of a certain orientation, as well as its individual components: technology, resources, management (especially strategic current planning), skills and knowledge of personnel, etc., finds expression in such resulting indicators as product quality, profitability, productivity.

The essence and importance of enterprise competitiveness, methods for assessing the competitiveness of enterprises and factors of increasing the competitiveness of enterprises are considered in the article.

**Keywords:** competitiveness, economic competition, enterprise development, increase of competitiveness, productivity of enterprises, real estate.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах становлення і розвитку ринкових відносин перед кожним підприємством постала проблема оцінки рівня конкурентоспроможності з тим, щоб посилити конкурентну позицію та запропонувати ефективні напрями підвищення. Оцінка конкурентоспроможності є вихідним етапом для розробки стратегічних альтернатив щодо підвищення конкурентних позицій підприємства. Сьогодні для успішного функціонування підприємства на ринку оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

**Аналізом дослідження** проблем конкуренції та забезпечення конкурентоспроможності економічних суб'єктів займалися такі вчені як Л. С. Кобиляцький, С. М. Клименко, С. І. Савчук, М. Ткаченко, В.Н.Осипов, А. Н. Литвиненко, Б. В. Букринський, І.О. Тарасенко, Г.І.Трегуб, О.В. Горбач, Р.А. Фатхудинов, К. Г. Грищенко, Ф. І. Шпіг, Т. Б. Харченко.

**Завданням** дослідження є визначення шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств у сфері нерухомості.

**Основний матеріал дослідження.** Поняття «конкурентоспроможності підприємства» є дуже складним і не має жодного узагальненого визначення. Його не можна розглядати з якоїсь однієї сторони, треба враховувати всі аспекти цього поняття. Деякі науковці вважають, що головним є можливість ефективно розпоряджатися фінансовими ресурсами, інші пояснюють конкурентоспроможність підприємства через здатність випускати та реалізувати конкуренто-спроможний товар. Визначення, які наведені в «Енциклопедії бізнесмена, економіста, менеджера» висвітлюють конкуренто-спроможність з точки зору порівняння рівня компетенції підприємств за багатьма параметрами, що включають також навички і знання персоналу, що не можна було не відзначити.

Складність конкретизації поняття «конкурентоспроможність підприємства» виходить із його особливостей, які були виділені в сучасній економічній літературі різними вченими. Окрім того, в економічній літературі зазвичай розрізняють чотири основні рівні конкурентоспроможності підприємства [1]:

1 рівень – зусилля спрямовані лише на випуск продукції, потреби споживача не враховуються;

2 рівень – прагнення до відповідності продукції підприємства стандартам, які були встановлені конкурентами;

3 рівень – ігнорування стандартів конкурентів та поступове отримання переваг у галузі;

4 рівень – успіх у конкурентній боротьбі забезпечує не виробництво, а управління, при цьому підприємство повністю стає «законодавцем моди» на даному ринку.

Виходячи з вищенаведеного можна зазначити, що конкурентоспроможність:

- як адаптивність не є іманентною якістю підприємства;
- взаємопов'язана та взаємозалежна з конкурентоспроможністю товару;
- потребує підвищення продуктивності використання його ресурсів;
- може виникати і бути оціненою тільки за наявності конкурентів;



- відносно поняття і має різний рівень по відношенню до різних конкурентів;
- залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, галузі, країни;
- залежить від рівня конкурентних переваг і шляхів їх здобуття;
- є результатом людського капіталу.

Отже, конкурентоспроможність є важливою складовою розвитку суспільства і саме тому постійно привертає увагу науковців.

Ринковий шлях становлення економіки в останні роки призвів до бурхливого зростання цілого ряду галузей сфери послуг. До їх числа відноситься сфера оренди нерухомості, більш успішно адаптований до нових економічних умов, ніж інші галузі. За короткий час нерозвинений ринок нерухомості поповнився безліччю приватних фірм, які стали задовольняти потреби громадян, передусім в якісних ріелторських послуг і дали поштовх до розвитку багатьох суміжних галузей. У зв'язку з цим, особливої актуальності набуває створення конкурентних переваг для підприємств сфери нерухомості. Незважаючи на велику кількість методів і факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємства сфери нерухомості, все ж основним і найважливішим з них залишається його здатність надавати конкурентоспроможні послуги і створювати умови для просування на ринок. Сьогодні для вітчизняних агентств нерухомості завдання підвищення конкурентоспроможності послуг стає особливо актуальною у зв'язку з тим, що негативні наслідки світової фінансової кризи, значною мірою послабили їхні позиції на внутрішньому і зарубіжному ринках. Незадовільний стан якості обслуговування і високі витрати не дозволяють багатьом підприємствам сфери послуг позитивно вирішувати цю задачу. У сформованій ситуації для успішної конкурентної боротьби підприємствам необхідно не тільки оновлювати технології та технологічне обладнання, вивчати внутрішній та зовнішній ринок і вести маркетингові дослідження, також виявляти свої можливості, слабкі й уразливі місця конкурентів, але і чинити керуючий вплив на власну конкурентоспроможність і визначати її основні напрямки. Крім того, в умовах ринкової економіки агентство нерухомості, надає свої послуги як на внутрішньому, так і на міжнародному напрямку, не може тривалий час

займати стійкі позиції, спираючись у своїй стратегії тільки на показники конкурентоспроможності послуг, не враховуючи світові рівні якості. Ринкова модель економіки вимагає принципово нових підходів до формування стратегії та тактики дії учасників ринку нерухомості. Для здійснення успішної діяльності в складних і нових для всіх учасників умовах компанії, будучи основною ланкою, що пов'язує попит і пропозицію на даному ринку, змушені були звернутися до концепції управління фірмою, яка дозволяє компанії отримувати прибуток за рахунок задоволення потреб споживачів. Важливим завданням для агентства нерухомості є пошук нових споживачів і утримання вже наявних [2].

Основним методом для залучення нових клієнтів є реклама. Проведення ефективної рекламної кампанії в кризових умовах допоможе організації знайти нових клієнтів і утримати свою конкурентоспроможність шляхом збільшення обсягу продажів [4, с. 127].

Мета рекламної кампанії – це розвиток іміджу компанії з подальшою трансформацією його в бренд. Реалізація мети рекламної кампанії буде контролюватися за допомогою критерію впізнаваності за допомогою опитувань і анкетувань.

Заплановано застосовувати такі рекламні засоби:

- реклама в газетах;
- реклама на телебаченні;
- реклама на радіо;
- реклама в Інтернеті.

Ефективність рекламної кампанії необхідно відстежувати за кількома напрямками:

1. Впізнавання компанії, як бренду за допомогою опитування.
2. Оцінка ефективності використовуваних рекламних засобів за допомогою анкетування на базі експертних оцінок.

3. Вплив рекламної кампанії на прибуток. Кожен квартал бухгалтер повинен передавати директору звіт про прибутки і збитки.

Введення вдосконаленого анкетування та опитування дасть можливість максимально точно визначити фактори, які впливають на впізнавання компанії як бренду.

Можна запропонувати наступні заходи, які підвищать конкурентоспроможність фірми, і, як наслідок, приведуть до

підвищення економічних показників:

- вдосконалення діяльності за допомогою введення в штат експерта з нерухомості;
- розширення мережі філій як за рахунок відкриття власних, так і за рахунок залучення в мережу самостійних агентств;
- посилення просування.

Стійке зростання конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, посилення конкурентних позицій на ринку неможливі без ретельно проробленої організаційно-економічної моделі управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг, заснованої на комплексному механізмі реалізації його конкурентних переваг. Далі буде розглянуто модель, що складається з п'яти етапів, які зображені на рисунку 1.

На першому етапі проводиться комплексний аналіз і оцінка факторів, які можуть вплинути на конкурентоспроможність підприємства, з метою визначення факторів, на які може впливати підприємство, для підвищення власної конкурентоспроможності.

Другий етап включає в себе визначення пріоритетних напрямів посилення потенційних конкурентних переваг, які за допомогою спеціально розроблених заходів будуть переведені в розряд реалізованих переваг.

На третьому етапі визначаються пріоритетні цілі, завдання та напрями розвитку конкурентоспроможності підприємства. Розробляються стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства.

Наступний етап полягає у створенні комплексного механізму реалізації конкурентних переваг компанії.

На останньому етапі проводиться моніторинг стану конкурентоспроможності компанії, рівня реалізації конкурентних переваг у процесі діяльності.

Дослідження та оцінку конкурентоспроможності підприємства варто почати з аналізу стану його місця і ролі в конкурентному середовищі. При цьому важливо знати імідж підприємства (відношення до нього споживачів, встановити мотиви переваг при виборі, того, чи іншого виробника при покупці продукції, включаючи якість, рівень цін, дизайн, упаковку та ін.), частку ринку, сегментів ринку, а також динаміку змін, що відбуваються.

Перший	Формування конкурентного потенціалу		
	Аналіз факторів, що впливають на конкурентоспроможність	Оцінка факторів, на які можна впливати	Оцінка впливу керованих факторів на конкурентоспроможність
Другий етап	Формування системи конкурентних переваг		
	Визначення цілей і основних напрямів розвитку потенційних конкурентних переваг	Розробка заходів щодо перетворення потенційних конкурентних переваг у фактичні	
Третій етап	Розробка стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг		
	Вибір стратегічної мети й завдань управління конкурентоспроможністю	Розробка основних напрямів і заходів щодо досягнення обраної стратегічної мети	Формування системи показників конкурентоспроможності
Четвертий етап	Комплексний механізм реалізації конкурентних переваг підприємства сфери послуг		
	Визначення цілей і напрямів реалізації конкурентних переваг	Розробка системи функцій, методів та інструментарію за напрямками реалізації	Формування системи показників реалізації конкурентних переваг
П'ятий етап	Система моніторингу та зворотного зв'язку управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг		
	Моніторинг внутрішніх і зовнішніх факторів конкурентоспроможності	Моніторинг реалізації конкурентних переваг	Розробка коригувальних впливів і/або зміна цільових орієнтирів

Рис. 1. Організаційно-економічна модель управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг

### **Висновки та напрямки подальших досліджень.**

Успішність підприємства обумовлюється здатністю запропонувати послуги, які найбільш відповідають потребам ринку і споживачів. Тому так важливо пильну увагу приділяти такому багатозначному аспекту підприємства, як конкурентоспроможність.

На нашу думку, напрямки подальшого дослідження в цій сфері – комплексний аналіз і оцінка факторів, які можуть вплинути на конкурентоспроможність підприємства, з метою визначення факторів, на які може впливати підприємство, для підвищення власної конкурентоспроможності.

### *Література*

1. Глушко М.В., Балджи М.Д. Конкурентоспроможність підприємства як системо утворюючий компонент національної економіки / М.В. Глушко, М.Д. Балджи // Науковий студентський вісник. Одеський національний економічний університет. Факультет економіки та управління виробництвом. – 2014. – №20 (2). – С. 29-31.

2. Воронкова А.А. Концепція управління конкурентоспроможним потенціалом підприємства / А.А. Воронкова // Економіст. – 2013. – № 8. – С. 14–17.

3. Гудзь О.Є. Формування та механізм реалізації стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства / О.Є. Гудзь, О.С. Степасюк /// Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, менеджмент, бізнес» / редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) та ін. – 2011. – Вип. 168. – Ч. 1 – С. 194-203.

4. Олексенко Р.І. Методичні підходи до формування конкурентоспроможності підприємства / Р. І. Олексенко // Держава і регіони. – 2014. – № 2. – С. 172–174.

1. Hlushko M.V., Baldzhy M.D. Konkurentospromozhnist' pidpryyemstva yak systemo utvoryuyuchyuy komponent natsional'noyi ekonomiky / M.V. Hlushko, M.D. Baldzhy // Naukovyy student-s'kyu visnyk. Odes'kyu natsional'nyy ekonomichnyy universytet. Fakul'tet ekonomiky ta upravlinnya vyrobnytstvom. – 2014. – #20 (2). – S. 29-31.

2. Voronkova A.A. Kontseptsiya upravlinnya

konkurentospromozhnym potentsialom pidpryyemstva / A.A. Voronkova // Ekonomist. – 2013. – # 8. – S. 14–17.

3. Hudz' O.Ye. Formuvannya ta mekhanizm realizatsiyi stratehiyi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstva / O.Ye. Hudz', O.S. Stepasyuk /// Naukovyy visnyk Natsional'noho universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannya Ukrayiny. Seriya «Ekonomika, menedzhment, biznes» / redkol.: D.O. Mel'nychuk (vidp. red.) ta in. – 2011. – Vyp. 168. – Ch. 1 – S. 194-203.

4. Oleksenko R.I. Metodychni pidkhody do formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva / R. I. Oleksenko // Derzhava i rehiony. – 2014. – # 2. – S. 172–174.

*Рецензент: Балджи М.Д. д.е.н., професор, кафедра економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет*

20.11.2017

УДК 339.9

*Безверхая Ирина*

## **РЕГИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДИПЛОМАТИИ**

Коммерческая дипломатия разных стран демонстрирует значительную вариативность в организации и имплементации: каждая страна находится в поиске того комплекса организационных элементов и инструментария коммерческой дипломатии, который будет наиболее эффективно способствовать продвижению торговли и инвестиций. Тем не менее, существующая практика коммерческой дипломатии позволяет выявить общие для ключевых торговых регионов мира черты. Статья посвящена определению специфики региональной коммерческой дипломатии, исходя из степени ее интеграции с традиционной дипломатией, подхода к реализации, целевого направления, приоритетности на разных уровнях реализации и в сферах охвата, а также организационного обеспечения. Сделан вывод о существовании четырех устоявшихся моделей коммерческой

дипломатии – североамериканской, европейской, азиатской и латиноамериканской. Африканская модель коммерческой дипломатии находится в стадии формирования, обретая контуры в процессе экономического развития региона.

**Ключевые слова:** коммерческая дипломатия, экономическая дипломатия, парадипломатия, продвижение экспорта, продвижение инвестиций, модели коммерческой дипломатии.

*Безверха Ирина*

## РЕГІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Комерційна дипломатія різних країн демонструє значну варіативність в організації та імплементації: кожна країна знаходиться в пошуку того комплексу організаційних елементів та інструментів комерційної дипломатії, який найефективніше сприятиме просуванню торгівлі та інвестицій. Проте, існуюча практика комерційної дипломатії дозволяє виявити загальні для ключових торговельних регіонів світу риси. Стаття присвячена визначенню специфіки регіональної комерційної дипломатії, виходячи зі ступеню її інтеграції з традиційною дипломатією, підходу до реалізації, цільового спрямування, пріоритетності на різних рівнях реалізації та в сферах охоплення, а також організаційного забезпечення. Зроблено висновок про існування чотирьох усталених моделей комерційної дипломатії - північноамериканської, європейської, азіатської та латиноамериканської. Африканська модель комерційної дипломатії знаходиться в стадії формування, набуваючи контурів в процесі економічного розвитку регіону.

**Ключові слова:** комерційна дипломатія, економічна дипломатія, парадипломатія, просування експорту, просування інвестицій, моделі комерційної дипломатії

*Bezverkha Iryna*

## REGIONAL COMMERCIAL DIPLOMACY MODELS

Commercial diplomacy of different countries significantly varies in terms of organization and implementation: each country seeks

the combination of organizational elements and tools of commercial diplomacy that will most effectively assist promotion of trade and investment. Nevertheless, actual practice of commercial diplomacy allows to identify the features common to the key trading regions of the world. The article outlines the specifics of a regional commercial diplomacy, based on degree of its integration with traditional diplomacy, approach, focus, level of implementation and scope as well as on organizational design. It concludes that there are four conventional models of commercial diplomacy - North American, European, Asian, and Latin American. The African model of commercial diplomacy is in the state of formation, taking shape in the course of economic development of the region.

**Keywords:** commercial diplomacy, economic diplomacy, paradiplomacy, export promotion, investment promotion, commercial diplomacy models.

**Постановка проблемы.** Независимо от степени социально-экономического и научно-технического развития, государства в течение десятилетий пытаются создать устойчивые условия для роста национального экспорта и увеличения объема привлеченных прямых иностранных инвестиций, ожидая от этого сохранения и создания рабочих мест, достижения целей экономического роста. На сегодняшний день в арсенале государств есть много рычагов влияния на объемы экспорта, применение которых в определенной комбинации облегчает производителю путь к целевым зарубежным рынкам. Одним из таких средств реализации политики поддержки экспорта и инвестиций является коммерческая дипломатия. Основанная на общих принципах и использующая одинаковые формы и методы, она, однако, имеет страновые и региональные особенности, требующие основательного изучения.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Несмотря на растущее количество исследований коммерческой дипломатии, они преимущественно сосредоточены или на дальнейшем развитии понятийного аппарата коммерческой дипломатии и/или на коммерческой дипломатии, практикующейся отдельными странами. Авторами исследований страновых моделей и практики коммерческой дипломатии, носящих, в том числе, сравнительный характер, являются М.Костецки, Г.Копп, Д.Ли, А.Мерсье, О.Нарей, Е.Поттер, К.Рана,



Х.Руель, А.Стадман, Д.Хадсон, Г.Юстинец, Л.Йю. Региональные особенности коммерческой дипломатии недостаточно изучены. Лишь А.Стадман и Х.Руель предложили видение общих черт коммерческой политики и практики коммерческой дипломатии, присущих странам ЕС.

**Целью данной работы** является определение специфики коммерческой дипломатии ключевых торговых регионов мира.

**Изложение основного материала исследования.** Коммерческая дипломатия является специфической сферой дипломатической деятельности, которая предусматривает использование государством (в сотрудничестве с негосударственными субъектами) дипломатических каналов и инструментов как на двусторонней, так и на многосторонней основе для содействия торговле и инвестициям с целью обеспечения бизнес-возможностей национальных компаний, устранения барьеров для торговли и инвестиций, повышения конкурентоспособности и развития национальной экономики.

Коммерческая дипломатия является одним из средств имплементации внешнеэкономической политики государства в сфере торговли и инвестирования. Она может реализовываться на макроуровне и микроуровне, хотя линия разграничения является очень условной [1, с. 7]. Макроуровневая коммерческая дипломатия - это торговая дипломатия и инвестиционная дипломатия, которые сосредотачиваются на разработке и модификации международных правил в сфере торговли и инвестирования, создании благоприятных условий торгово-инвестиционного сотрудничества. На микро- (или транзакционном) уровне коммерческая дипломатия обеспечивает содействие предприятиям в вопросах внешней торговли и инвестиций в их борьбе за контракты и рынки.

Коммерческая дипломатия приобретает признаки экономической дипломатии в том случае, когда она связана с целями политическими, геополитическими и обеспечения безопасности, которые находятся в центре внимания традиционной дипломатии. В то же время, экономическая дипломатия является более широким понятием, включая среди прочих направлений финансовую дипломатию и дипломатию развития.

Хотя США и Канада находятся в несколько разных весовых категориях в международных отношениях, *североамериканская коммерческая дипломатия* часто может быть подчиненной стратегическим интересам. Это особенно характерно для США, которые склонны рассматривать коммерческую дипломатию в более широком контексте сохранения лидерства и влияния на международной арене, отодвигая на второй план цели экономического роста и коммерческой выгоды. Организационные модели США и Канады не подобны. В США – фрагментированная модель со сложным механизмом принятия решений несколькими федеральными органами, а Канада имеет унифицированную модель, где коммерческой дипломатией макро и микроуровня занимается министерство глобальных дел, отвечающее за внешнюю политику, внешнюю торговлю и программы помощи. Общими чертами для коммерческой дипломатии обеих стран является то, что на федеральном уровне она является исключительно государственной и осуществляется при отсутствии национальных агентств содействия экспорту и инвестициям, поэтому работа американских и канадских коммерческих дипломатов считается про-активной. Время от времени коммерческая дипломатия обеих стран использует стратегический подход. Под стратегической коммерческой дипломатией понимается ее сосредоточенность на определенном временном промежутке, отдельных странах, продвижении определенной группы товаров. Так, США в 1990-х годах сосредотачивали усилия на десяти интенсивно растущих рынках, так называемой «большой десятке»: Мексике, Бразилии, Аргентине, Южной Африке, Польше, Турции, Индии, Индонезии, Китае и Южной Корее. [2] Еще в начале 1990-х годов у Канады не было четких стратегических приоритетов в части продвижения экспорта. Однако со временем появились целевые секторы, особенно в применении к отдельным странам. Например, в Украине предлагается содействие канадскому экспорту и инвестированию в аэрокосмическую отрасль, нефтегазовый сектор, сельское хозяйство и пищевую промышленность, а также продвижению услуг в сфере образования. [3] Именно в этих отраслях канадская служба торгового представителя видит наибольшие возможности для канадских компаний в Украине. Коммерческая парадипломатия также активна и развивается на федеративном уровне,

на котором работает развитая инфраструктура организаций содействия экспорту и инвестициям.

Термин «парадипломатия» как производная от слов «параллельная» и «дипломатия» закрепился в научной литературе благодаря П.Солдатосу и И.Духачеку. Под парадипломатией понимается «участие субнациональных властей в международных отношениях путем установления формальных и неформальных постоянных и ситуативных контактов с иностранными официальными и частными субъектами с целью продвижения социально-экономических или культурных вопросов, а также других вопросов в пределах их конституционной компетенции» [4, с. 40].

Штаты наделены автономией в привлечении ПИИ, поэтому значительная часть парадипломатических усилий США и Канады направлена их привлечение. Обе страны также заинтересованы в инвестировании за границу. На транзакционном уровне за рубежом инвестированию содействуют дипломаты Государственного департамента США. До недавнего времени в Канаде организацией, ответственной за продвижение инвестиций, было агентство «Инвестируй в Канаду» (Invest in Canada), однако сегодня вопросы продвижения инвестиций в Канаде также находятся в ведении коммерческих дипломатов. В целом, обе страны тесно связаны между собой торговлей (Североамериканская зона свободной торговли), поэтому существенных региональных интересов на макроуровне коммерческой дипломатии нет. Хотя с нынешней инициативой США о пересмотре условий действующего соглашения, региональная коммерческая дипломатия, безусловно, получит новый импульс. Интерес для обеих стран до недавнего времени составляли преимущественно многосторонние форматы - активное участие в ВТО и Транс-Тихоокеанское партнерство (ТТП). В этом году США вышли из переговорного процесса по ТТП, однако Канада в нем остается, и в прошлом году также подписала соглашение о свободной торговле с ЕС и его странами-членами.

Европейская коммерческая дипломатия, имея в виду, в первую очередь, дипломатию Европейского Союза (ЕС), с точки зрения активной реализации на макроуровне также предпочитает многосторонние форматы сотрудничества, в частности работу в ВТО, где ЕС является очень активным самостоятельным игроком. Однако

инертность Доха-раунда заставила ЕС также обратить внимание на заключение двусторонних соглашений о свободной торговле (ССТ). Все двусторонние (между ЕС и странами, не являющимися его членами) и многосторонние (в прошлом в ГАТТ, а затем в ВТО) переговоры, касающиеся таможенной политики, проводятся Европейской комиссией. Таким образом, компетенция Еврокомиссии в продвижении торговли и инвестиций заключается в выработке торговой политики, направленной на отмену тарифов и других торговых ограничений, и инвестиционной политики (с момента введения в действие Лиссабонского соглашения в 2009 году). Однако, несмотря на то, что многие полномочия в торгово-экономических отношениях стран-членов ЕС переданы наднациональным органам, страны ЕС не ограничены общими правилами ведения коммерческой дипломатии в той ее части, которая касается действий в поддержку национального бизнеса стран-членов. Евроцентричность торговли (около двух третей внешней торговли стран ЕС приходится на торговлю между собой) обуславливает изменение обязанностей коммерческих дипломатов стран-членов, которые работают в рамках ЕС, в связи с развитием региональной интеграции. «Классические задачи по продвижению экспорта» в рамках ЕС стали ненужными. [5, с. 12] Это касается, в первую очередь, функций торговой дипломатии и инвестиционной дипломатии, а также частично сбора коммерческой информации и маркетинговых исследований, которые становятся более доступными для стран-членов ЕС.

Институциональная инфраструктура обеспечения коммерческой дипломатии на государственном уровне в странах ЕС является более централизованной сравнению с США, хотя и не имеет общепринятых норм. В большинстве стран-членов ЕС ответственность за реализацию коммерческой дипломатии возложена на два министерства – министерство иностранных дел и министерство экономики. В остальных странах ведомством, ответственным за коммерческую дипломатию, является министерство иностранных дел (Бельгия, Греция, Ирландия, Швеция и Великобритания) или министерство экономики при определенной поддержке министерства иностранных дел и его посольств (Франция, Польша, Португалия, Словения, Испания). [6, с. 113] При этом, Германия и Австрия на транзакционном уровне отводят ведущую роль в продвижении

экспорта сети торгово-промышленных палат за рубежом, оставляя дипломатам посольств функции адвокации и лоббирования. Некоторые страны практикуют стратегическую дипломатию, в частности Франция, Швеция. [7, с. 9]. Такая разница в организационном обеспечении вместе с различиями в социально-экономическом развитии и внешнеэкономических приоритетах определяет и подход, и представительство, и разнообразие методов и инструментов, которыми пользуются коммерческие дипломаты стран ЕС.

Еще одна особенность коммерческой дипломатии стран-членов ЕС, наблюдавшаяся до недавнего времени, – определенная геостратегическая фрагментарность. ЕС был склонен рассматривать коммерческую дипломатию как инструмент достижения экономического роста: европейские страны стали гораздо активнее в поиске экспортных возможностей и инвестиционных проектов за рубежом. Это проявлялось в усилении акцента на двусторонних связях и удалении от общих подходов Евросоюза, а также в усилении конкуренции между странами-членами ЕС за коммерческий доступ к растущим рынкам. Однако, в последние годы произошло усиление интеграции коммерческой дипломатии с традиционной дипломатией ЕС, как реакция на трансформацию международных отношений, в том числе в связи с российской агрессией в отношении Украины и аннексией Крыма.

Анализируя дипломатию Азиатско-тихоокеанского региона (далее – азиатская дипломатия), имеет смысл сосредоточиться на группе стран АСЕАН+6 (10 стран Ассоциации Юго-Восточной Азии (АСЕАН) плюс Китай, Япония, Южная Корея, Индия, Австралия и Новая Зеландия), поскольку в состав этой группы входит ряд успешных экспортно-ориентированных экономик мира. Азиатская коммерческая дипломатия получила развитие на глобальном, региональном и двустороннем уровне, однако в ее стратегическом фокусе внимания находится региональная интеграция, проявляющаяся в подписании региональных двусторонних и многосторонних ССТ. Количество таких соглашений в целом в Азии с начала этого века кумулятивно выросло более чем вчетверо. Они упростили условия для торговли и инвестиций, улучшили трансфер технологий, способствуя экономии на масштабах производства и развивая и закрепляя участие стран региона в глобальных цепочках добавленной стоимости.

Коммерческая парадипломатия в целом (за исключением Китая) развита слабо.

Связь коммерческой с традиционной дипломатией является умеренной: государства, в первую очередь, заинтересованы в достижении коммерческих интересов. Тем не менее, хотя использование ключевой формы коммерческой дипломатии региона (ССТ) принесло баланс сил в регионе и стало своеобразным гарантом безопасности для торговли и инвестиций, растущее использование экономических рычагов Китаем в решении территориальных споров и других политических интересов считается одним из вызовов для азиатской коммерческой дипломатии. [8, с. 2]. В целом, для азиатских стран характерна высокая роль государства в общественных процессах преимущественно из-за сращения государства и бизнеса, поэтому частный сектор вовлечён в процесс формирования переговорной позиции государства в торговых вопросах. Кроме того, торговые ассоциации также традиционно сильны, могут играть важную роль государственно-частном диалоге по упрощению условий торговли и даже могут быть широко представлены за рубежом.

С точки зрения организационного обеспечения коммерческой дипломатии, страны региона имеют преимущественно модели полного (Китай) или частичного разграничения полномочий между министерствами иностранных дел и торговли, зачастую делегируя функции продвижения экспорта определенной структуре. Такая структура может быть органом (подразделением), образованным совместно МИД и министерством экономики или торговли (Тайвань) или независимым госучреждением под кураторством министерства торговли (Индонезия, Малайзия, Лаос, Сингапур, Южная Корея, Япония). Для Австралии, Южной Кореи и Японии является характерным объединение в одном агентстве функций содействия торговле и инвестициям. До недавнего времени Южная Корея была одной из трех стран региона (Австралия и Новая Зеландия), имеющих унифицированную модель организационного обеспечения коммерческой дипломатии, однако в результате недавней реорганизации функция ведения торговых переговоров была передана Министерству торговли, промышленности и энергетики. Целью такого шага было желание усилить связь между промышленностью и торговлей и использовать ее в процессе формирования торговой

политики и переговорной позиции в торговых переговорах. [9, с. 4].

Еще одним характерным признаком азиатской дипломатии является ее персонализированность – особое внимание и значение придается личным отношениям с партнерами. Поэтому часто поощряется длительное пребывание коммерческих дипломатов на службе в отдельной стране для построения хорошо развитой сети контактов и наработки опыта общения с местной общественностью и диаспорой, которой тоже может отводиться существенная роль. Кроме того, поскольку страновые программы развития региона были ориентированы на производство и экспорт определенной продукции, коммерческая дипломатия обычно имеет стратегический характер. Так, корейские и японские коммерческие дипломаты особое внимание уделяют продвижению высокотехнологической продукции, а также работе с определенными компаниями.

В отличие от азиатской коммерческой дипломатии, общий фокус коммерческой дипломатии стран Латинской Америки и Карибского бассейна (33 страны) на макроуровне смещен в сторону мультилатерализма: страны региона стараются оказать влияние на развитие норм и правил в рамках ВТО. Это объясняется, во-первых, желанием получить опыт формирования международной торговой системы: только Бразилия и Куба с 1948 года были в числе стран-основателей и членов ГАТТ, которая предшествовала ВТО, а больше половины стран региона присоединились к организации только в 1990-х годах. Во-вторых, небольшие страны с ограниченными возможностями диктовать условия на переговорах имеют больше шансов на успех на многостороннем уровне, в том числе за счет коалиционной деятельности, чем в двусторонних соглашениях, где разница в международном весе партнеров является слишком ощутимой. Среди стран региона наиболее очевидного успеха на глобальном уровне коммерческой дипломатии достигли Бразилия, Мексика и Аргентина. Однако многим странам региона по-прежнему не хватает должной технической подготовки и финансирования для полноценного участия в переговорах по сложным вопросам. В третьих, для преимущественно слабо диверсифицированных экономик региона ставки на позитивный результат от решений ВТО, особенно в части решения споров, особенно высоки, поэтому латиноамериканская коммерческая дипломатия активно пользуется механизмом

разрешения споров ВТО.

Сравнительно меньший акцент латиноамериканской коммерческой дипломатии на региональном уровне обусловлен более медленными процессами региональной экономической интеграции, чем в Азиатско-тихоокеанском регионе. Страны часто ищут партнеров за пределами региона, вместо того, чтобы развивать торговлю между собой. [10] Среди основных причин – невысокая комплементарность товарной номенклатуры экспорта и колониальное прошлое, которое диктует осторожное отношение к сближению между странами и возможности утери части суверенитета в ведении внешнеэкономической политики. Поэтому страны региона прикладывают много усилий для диверсификации экономических и дипломатических связей с государствами других регионов и ослабления зависимости от США. На субнациональном уровне развивается федеральная парадипломатия, а в Бразилии практикуется также и муниципальная парадипломатия (наиболее яркий пример – бразильский город Сан-Паулу).

Большая часть стран региона ориентирована, прежде всего, на достижение коммерческого успеха, однако некоторые из них могут проявлять избирательность в привлечении отдельных прямых иностранных инвестиций. Из всех государств региона, лишь Бразилия в стремлении быть региональным лидером ведет активную, а в некоторых аспектах агрессивную, экономическую дипломатию. В некоторых вопросах конкуренцию ей пытаются составить Мексика и Аргентина. С точки зрения организационных особенностей можно отметить определенную географическую зависимость: в странах региона, расположенных южнее, за внешнюю торговлю отвечает, как правило, министерство иностранных дел, тогда как страны к северу региона создали для этого отдельные министерства. [11, с. 95] Практически все государства региона делегируют продвижение экспорта на транзакционном уровне соответствующим организациям. Большинство этих организаций занимаются также и продвижением инвестиций (за исключением Аргентины, Чили, Коста-Рики, Эквадора, Сальвадора и Гватемалы). Поскольку страны часто опираются на агентства содействия экспорту и не имеют достаточных средств для построения развитой сети дипломатических учреждений, стиль работы коммерческой дипломатической службы считается преимущественно



пассивным.

Колониальное прошлое также оказывает влияние на интеграционные процессы в Африке, которые идут еще более слабыми темпами, чем в Латинской Америке и странах Карибского бассейна. Лишь 15% объема внешней торговли товарами стран Африки приходится на внутрорегиональную торговлю. Поэтому в центре внимания африканской коммерческой дипломатии находится диверсификация торговли и инвестиций. Хотя ЕС остается ведущим торговым партнером Африки (на него приходится 30% внешнеторгового оборота континента), в географическом отношении торговля смещается в сторону Азии. Доля стран Азии в общем объеме африканской торговли товарами, достигла 25% в 2015 году, при этом Китай и Индия стали ведущими странами-торговыми партнерами, сменив США и Францию (2000 год). [12, с. 76] Проблемой остается неразвитость экономик стран континента, их преимущественно аграрный характер и, соответственно, очень узкая номенклатура экспорта. Привлечение инвестиций также затруднено: их росту препятствует репутация многих стран региона как наиболее рискованных в мире для ведения бизнеса.

Возможности коммерческой дипломатии региона, как на макро, так и на микроуровне пока существенно ограничены финансированием: большинство государств Африки относится к странам с низким доходом или доходом ниже среднего. Это обуславливает и неразвитость сети дипломатических представительств, и низкую техническую подготовку дипломатов, и ограниченность доступного инструментария коммерческой дипломатии и, таким образом, пассивный характер коммерческой дипломатии. Многие страны Африки либо не имеют представительств в ВТО, либо уровень их представительств является недостаточным для полноценного участия в формировании повестки дня многосторонних переговоров. Поэтому в общем контексте экономической дипломатии коммерческая дипломатия пока является менее значимой, чем дипломатия развития, направленная на повышение качества жизни населения континента. [13, с. 95] Однако, учитывая задачи, стоящие перед странами, интерес к коммерческой дипломатии будет расти. Таким образом, африканская модель коммерческой дипломатии находится в процессе формирования,

обретая контуры в процессе экономического развития стран региона.

### **Выводы и перспективы дальнейших исследований.**

Коммерческая дипломатия разных стран демонстрирует значительную вариативность в организации и ведении. Тем не менее, существующая практика позволяет выявить общие для основных торговых регионов мира черты коммерческой дипломатии, исходя из степени ее интеграции с традиционной дипломатией, подхода к реализации, целевого направления, приоритетности на разных уровнях реализации и в сферах охвата, а также организационного обеспечения.

Сегодня можно говорить о существовании четырех устоявшихся моделей коммерческой дипломатии – североамериканской, европейской, азиатской и латиноамериканской. Африканская модель находится в стадии развития. Однако наличие общих черт не означает, что все страны отдельного региона практикуют схожую коммерческую дипломатию. Различия могут быть существенными – каждая страна находится в поиске того комплекса организационных элементов и инструментария коммерческой дипломатии, который будет наиболее эффективно способствовать продвижению торговли и инвестиций, поэтому изучение страновых моделей остается актуальным направлением исследований.

### *Литература*

1. Kopp H. Commercial Diplomacy and the National Interest. Washington, DC: American Academy of Diplomacy, 2004.
2. Garten J. E. The Big Ten: The Big Emerging Markets and How They Will Change Our Lives. New York: BasicBooks, 1997.
3. Trade Commissioner Service – Ukraine. The Canadian Trade Commissioner Service. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://tradecommissioner.gc.ca/ukraine/index.aspx?lang=eng>.
4. Cornago N. Diplomacy and Paradiplomacy in the Redefinition of International Security: Dimensions of Conflict and Cooperation. [авт. книги] F. and M. Keating (eds) Aldecoa. Paradiplomacy in Action: The Foreign Relations of Subnational Governments. Paradiplomacy in Action: The Foreign Relations of Subnational Governments : Frank Cass Publishers, 1999.
5. Kosteci M. and Naray, O. “Commercial diplomacy and

international business”. Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations “Clingendael”, April 2007, 42 p.  
Режим доступа: <http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20>.

6. Stadman A. and Ruel, H. Competitors or Collaborators: A Comparison of Commercial Diplomacy Policies and Practices of EU Member States in Commercial Diplomacy and International Business: A Conceptual and Empirical Exploration, edited by Ruel, H. 1st editi.

7. Seringhaus R. and P. Rosson. Export Development And Promotion: The Role Of Public Organizations. Boston, MA: Springer Science & Business Media, 2012. 364p.

8. Basu Das, S. Growing Economic Diplomacy in ASEAN: Opportunities and Threats. ISEAS Perspective. No 22. April 10, 2014.

9. Sohn Y. Policy Recommendation for South Korea’s Middle Power Diplomacy: Trade. EAI MPDI Policy Recommendation Working Paper. March 2015. Режим доступа: [http://www.eai.or.kr/data/bbs/eng\\_report/2015031017263644.pdf](http://www.eai.or.kr/data/bbs/eng_report/2015031017263644.pdf).

10. Can Latin America become an EU-like trading success? THOMSON REUTERS. January 8, 2016 [Електронний ресурс] Режим доступа: <https://blogs.thomsonreuters.com/answeron/can-latin-america-become-an-eu-like-trading-success/>.

11. Jordana J., Volpe Martincus, C. and A. Gallo. Export Promotion Organizations in Latin America and the Caribbean: An Institutional Portrait. IDB working paper series No. IDB-WP-198. Washington, DC: Inter-American Development Bank, 2010.

12. African Economic Outlook 2017: Entrepreneurship and Industrialisation. African Development Bank, OECD, UNDP, 2017. – Режим доступа: [https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/AEO\\_2017\\_Report\\_Full\\_English.pdf](https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/AEO_2017_Report_Full_English.pdf).

13. Mudida, R. Emerging Trends and Concerns in Economic Diplomacy of African States. International Journal of Diplomacy and Economy. Vol.1, No.1, 2012. pp. 95-109.

*Рецензент: Циганкова Т.М. д.е.н., професор, зав. кафедри міжнародної торгівлі ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»*

*13.12.2017*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РИЗИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ**

Нестабільність світової економіки, нестійкий фінансовий стан та в деяких випадках банкрутство багатьох компаній спонукають до впровадження міжнародних стандартів управління ризиками. Це дозволяє керівникам більш ефективно ними управляти, максимізувати доходи та мінімізувати витрати в процесі досягнення цілей підприємства та реалізації проектів. За останні роки стався революційний переворот в області управління ризиками: ризик-менеджмент перестав бути винятковою турботою фінансових корпорацій і став активно застосовуватися на підприємствах з різними формами власності та різними видами діяльності. Це дозволяє вирішити не тільки фінансові, але й екологічні, соціальні, технічні та інші проблеми на підприємстві. Нові завдання управління ризиками передбачають перехід від фрагментарного підходу з вузькою спрямованістю на конкретні операції і види діяльності компанії до комплексного управління ризиками компаній, холдингами і цілими галузями економіки.

*Ключові слова:* ризик, ризик-менеджмент, міжнародні стандарти управління ризиками, ISO 31000:2009, COSO, FERMA.

*Головацька Світлана, Курак Анастасія*

## **ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ РИСКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ**

Нестабильность мировой экономики, неустойчивое финансовое состояние и в некоторых случаях банкротство многих компаний побуждают к внедрению международных стандартов управления рисками. Это позволяет руководителям более эффективно ими управлять, максимизировать доходы и минимизировать расходы в

процессе достижения целей предприятия и реализации проектов. За последние годы произошел революционный переворот в области управления рисками: риск-менеджмент перестал быть исключительной заботой финансовых корпораций и стал активно применяться на предприятиях с различными формами собственности и различными видами деятельности. Это позволяет решить не только финансовые, но и экологические, социальные, технические и другие решения на предприятии. Новые задачи управления рисками предусматривают переход от фрагментарного подхода с узкой направленностью на конкретные операции и виды деятельности компании к комплексному управлению рисками компаний, холдингами и целыми отраслями экономики.

**Ключевые слова:** риск, риск-менеджмент, международные стандарты управления рисками, ISO 31000:2009, COSO, FERMA.

*Golovatskaya Svitana, Kurak Anastasiia*

## **ORGANIZATIONAL ASPECTS OF PROVIDING OF THE COMPANY'S FUNCTIONAL RISKS ACCORDING TO INTERNATIONAL STANDARTS**

Instability of the world economy, unstable financial condition and, in some cases, bankruptcy of many companies motivate them to implement international standards of risk management. It gives the chiefs an opportunity to operative them more effective, to maximize incomes and to minimize expenses in the process of achieving goals and making projects. Recently there has been a revolution in the management of risks: risk management has ceased to be the exclusive concern of financial corporations and has become actively used in companies with different forms of ownership and various activities. This allows us to solve not only financial, but also environmental, social, technical and other problems at the company. New tasks of risk management have the aim to move from fragmented approach with limited direction on specific operations and activities to complex management of risks, holdings and economic branches.

**Key words:** *risk*, risk management, international standards of risk management, ISO 31000:2009, COSO, FERMA.

**Постановка проблеми.** Сьогодні, в час поширення світових глобалізаційних процесів, в час трансформації ринкових відносин, нестабільного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на українські підприємства стає актуальним питання оволодіння ефективними методами управління ризиками як запоруки економічній безпеці їх господарювання. Тому керівники підприємств впроваджують систему ризик-менеджменту в процес управління. Для цього потрібно ознайомитися зі спеціалізованими стандартами управління ризиками, які мають широке використання у світовій практиці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз міжнародних стандартів управління ризиками у наукових працях досліджували такі вчені: А. Альгін, В. Буянов, П. Верченко, В. Вітлінський, Н. Внукова, С. Головацька, В. Гранатурова, В. Дикань [1], О. Донець [2], О. Кузьміна, П. Куцик, А. Матвійчук, Б. Райзберг, Т. Райс, Л. Севідж, Т. Савельєва, Н. Стрельбіцька [3], Ю. Урецька, М. Фрідмен, П. Шумпетер, В. Хобт та інші.

**Метою статті** є теоретичне дослідження основних міжнародних стандартів для управління ризиками. Так як для українських підприємств не є обов'язковим використання Міжнародних стандартів з управління ризиками і вони не мають широкого використання, потрібно розглянути практику їх впровадження за кордоном.

**Виклад основного матеріалу.** У першій половині 1980-х–на початку 1990-х років в Австралії та Новій Зеландії виникла необхідність у систематизації знань про вибір в умовах ризику й у розробленні заходів управління ризиком на світовому ринку. Закордонні фахівці доклали багато зусиль для практичної реалізації своїх напрацювань. Зокрема, авторитетними державними та професійними організаціями прийняті та рекомендовані до широкого застосування спеціальні нормативні документи, безпосередньо присвячені тому, як впровадити управління ризиками в практику бізнесу. Саме тоді у Австралії та Новій Зеландії було створено стандарт AS / NZS 4360 з ризик-менеджменту, що має загальний (позагалузовий) характер, його основні положення адаптовані окремими транснаціональними компаніями до побудови систем управління ризиком. Відповідно до цього стандарту, управління ризиком на рівні компанії – це сукупність п'яти стадій і двох процесів

наскрізного характеру. При цьому під управлінням ризиком в стандарті розуміється сукупність культури, процесів і структур, орієнтованих на використання потенційних можливостей при одночасному управлінні негативними впливами [6].

Характеристика стадій системи управління ризиками наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Стадії системи управління ризиками

Стадія	Назва стадії	Характеристика
Стадія 1	Визначення оточення (середовища)	На цій стадії визначають спектр цільових показників діяльності, перелік елементів стратегії підприємства, параметри її функціонування, необхідні ресурси та облікові процедури, забезпечення балансу можливих витрат і вигод.
Стадія 2	Ідентифікація ризиків	На даній стадії повинні бути ідентифіковані ризики, обумовлені особливостями зовнішнього і внутрішнього середовища.
Стадія 3	Аналіз ризиків	На даній стадії визначають рівень ризиків, що відображають оцінку наслідків та ймовірності настання ризикових подій.
Стадія 4	Оцінювання ризиків	Завданням даної стадії є прийняття рішення про допустимість / недопустимість ризику. На даній стадії передбачають дослідження рівнів підконтрольності ризикової події та витрат пов'язаних з ризиковою подією.
Стадія 5	Обробка ризику	На даній стадії здійснюється робота з оціненими ризиками, щодо яких прийнято рішення про їх неприйнятність/ недопустимість для підприємства відповідно з критеріями, визначеними на початкових стадіях даного процесу управління ризиками.

Серед факторів, що визначають необхідність аналізу і ідентифікації внутрішнього середовища підприємства, слід виділити наступні: управління ризиком має здійснюватися в контексті певних цілей і завдань організації; одним з основних ризиків підприємства є виникнення перешкод в процесі досягнення поставлених стратегічних, операційних, проектних та інших цілей; чітке формулювання принципів організаційної політики і цілей підприємства сприятиме визначенню основних напрямків корпоративної політики в галузі управління ризиками; цілі та завдання компанії, а також цільові орієнтири, що формуються при реалізації окремих корпоративних проектів, повинні розглядатися відповідно з цілями компанії як єдине ціле.

Також розглядається наявна інформація про сприйняття ризику (усвідомлення ризику), як внутрішніми так і зовнішніми користувачами. Особливі вимоги висуваються щодо якості інформації (максимально можливий рівень релевантності, повноти і точності).

Незважаючи на існуючі теоретичні та практичні напрацювання в сфері управління ризиком, в Україні відсутні навіть методологічні підходи до ризик-менеджменту. Існують лише Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України, схвалені Постановою Правління Національного банку України від 02.08.2004 № 361. Але цей документ стосується лише банків.

Практика застосування системи ризик-менеджменту на підприємствах в нашій країні незначна. Ефективному використанню міжнародних стандартів на українських підприємствах заважає ряд обставин:

- недостатня підготовка та кваліфікація відповідного персоналу;
- слабка інформованість суспільства;
- нестача і недоступність зрозумілих методичних рекомендацій;
- відсутність нормативного забезпечення з боку держави.

Вплив цих недоліків можна зменшити шляхом впровадження Міжнародних стандартів управління ризиками в господарську діяльність підприємств України.



Найвідоміший стандартом є ISO 31000:2009 розроблено Міжнародною організацією зі стандартизації (International Organization for Standardization). Дана організація розробила цілу низку відповідних міжнародних стандартів управління ризиками, які набули широкого поширення у світі. До них відносяться: ISO 73:2009 «Ризик-менеджмент. Словник» (Risk management - Vocabulary), ISO/IEC 31010:2009 «Ризик-менеджмент. Методи оцінки ризику» (Risk management - Risk assessment techniques) та Проект ISO/AWI 31004 «Ризик-менеджмент - Інструкції щодо реалізації ISO 31000» (Risk management - Guidance for the implementation of ISO 31000).

ISO 31000:2009 є документом, який зможе допомогти підприємствам розробити власний підхід до ризик-менеджменту. Впроваджуючи даний стандарт, підприємство може порівняти свій досвід управління ризиками з міжнародною практикою та знайти оптимальний варіант.

Стандарт ISO 31000:2009 був розроблений для того, щоб допомогти організаціям досягнути основної мети; стимулювати превентивне управління; усвідомлювати необхідність в ідентифікації та оцінці усіх ризиків організації; поліпшити процес ідентифікації можливостей і загроз; відповідати організаційним, законодавчим і нормативним вимогам згідно міжнародних норм; покращити фінансову звітність; збільшити довіру зацікавлених осіб (акціонерів, інвесторів та ін.); створити надійну основу для прийняття рішень і планування; вдосконалити методи управління; ефективно розподіляти та використовувати ресурси для управління ризиком; поліпшити операційну результативність та ефективність; підвищити результативність заходів, спрямованих на захист безпеки і навколишнього середовища; мінімізувати збитки; вдосконалити навчання персоналу; забезпечити стійкість організації [8].

Перевагою цих нормативних документів є те, що вони орієнтують менеджмент організації на те, щоб функція управління ризиком пронизувала всю організаційну структуру підприємства, охоплювала всі підрозділи підприємства, залучаючи їх до сфери управління ризиком, а також пов'язують реалізацію функції управління ризиком зі стратегією підприємства в цілому [1, с.316]. Важливим додатковим елементом став словник ризик-менеджменту. Даний словник має розв'язати проблему, яка полягає в тому, що у

різних стандартах управління ризиками по-різному визначають та тлумачать основні поняття [4]. Процес управління ризиками згідно зі стандартом ISO 31000:2009 розпочинається з визначення цілей діяльності підприємства, внутрішніх і зовнішніх факторів, що можуть вплинути на досягнення поставлених завдань.

Підвищена увага консультантів у сфері ризик-менеджменту приділяється документу «Управління ризиками організацій. Інтегрована модель», розробленому Комітетом спонсорських організацій комісії Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – COSO).

Цей документ – це опис концептуальних основ управління ризиками компаній, який дає докладні рекомендації щодо створення корпоративної системи управління.

Стандарт «COSO» покликаний вирішити такі завдання:

- визначити рівні ризику відповідно до стратегії розвитку;
- удосконалити процеси прийняття рішень щодо реагування на виникаючі ризики;
- скоротити число непередбачених подій і збитків у господарській діяльності;
- визначити всю сукупність ризиків;
- управляти всією сукупністю ризиків;
- використовувати сприятливі можливості;
- раціонально використовувати капітал.

Цей документ встановлює взаємозв'язок між цілями підприємства, його організаційною структурою, і визначеними процесами управління ризиками.

Стандарт надає певні рекомендації управління ризиками. Їх характеристика подана в таблиці 2.

Поряд з рекомендаціями COSO як базовий розглядається Стандарт з управління ризиками Федерації європейських асоціацій ризик-менеджерів (FERMA), який є спільною розробкою (2002 р.) Інституту ризик-менеджменту (IRM), Асоціації ризик-менеджменту та страхування (AIRMIC). Ці організації на професійному рівні займаються питаннями управління ризиками, тому їх внесок у розробці цього стандарту є значним. Даний документ містить основні визначення, пояснює внутрішні та зовнішні фактори ризику, процеси управління ризиками, методологію та технологію оцінки та аналізу

ризиків, а також загальні обов'язки ризик менеджера [5].

Таблиця 2

Рекомендації управління ризиками

№ з/п	Рекомендація	Характеристика
1.	Постановка цілей	Цілі мають бути визначені до того, як керівництво почне виявляти події, які можуть вплинути на їх досягнення. Керівництво має правильно організувати процес вибору і формування цілей.
2.	Оцінка ризиків	Ризики аналізуються з урахуванням ймовірності їх виникнення і ступеня їх впливу, виявлення внутрішніх і зовнішніх подій, що впливають на досягнення цілей підприємства.
3.	Реагування на ризик	Керівництво вибирає метод реагування на ризик: ухилення; прийняття; зниження; передача.
4.	Контрольні процедури	Політика і процедури розробляються і встановлюються таким чином, щоб забезпечувати гарантію того, що реагування на ризик відбувається ефективно і своєчасно.
5.	Інформація та комунікація	Забезпечується ефективний обмін інформацією між структурними підрозділами.
6.	Моніторинг	Весь процес управління ризиками підприємством відстежується і по необхідності коригується.

Відповідно до стандарту «FERMA», до обов'язків фахівця з ризиків відносяться:

- розробка програми управління ризиками,
- супровід її реалізації,
- координація співробітництва підрозділів організації,

– створення програм зі зменшення втрат і заходів з підтримки безперервності бізнес-процесів.

Одним з небагатьох законодавчо затверджених стандартів у сфері управління ризиками є «Закон Сарбейнса-Окслі» (Sarbanes-Oxley Act). Даний закон розглядає, перш за все, питання внутрішнього контролю і достовірності фінансової звітності, а також опосередковано регулює процес управління ризиками. У законі немає керівних вказівок з розробки конкретних процедур фінансового контролю. Стандарт пропонує аналіз даних, що надходять щодо хід процесів і перевірку відповідності шляхом аудиту. Якщо отримані результати свідчать про підвищений рівень ризику, то необхідне застосування документованих дій. Вирішуючи питання про застосування необхідних процедур фінансового контролю, керівник повинен виявити, які угоди можуть бути ризикованими. Якщо не враховувати ризики по кредитах і активів, то основними джерелами фінансових ризиків, відповідно до закону, є:

- точність обчислення доходів;
- рішення по закупівлях і своєчасність поставок;
- управління продукцією;
- витрати на робочу силу і точність виконання робіт;
- управління активами;
- управління витратами;
- точність рахунків;
- дебіторська / кредиторська заборгованість.

Питання управління ризиками постає майже в усіх стандартах, що регулюють сфери діяльності людини. Якщо йдеться про управління ризиками в банківській сфері, то використовуються стандарти, що описують діяльність банківської сфери. Якщо йдеться про управління ризиками в безпеці інформації та бізнесі, то інформацію про них слід шукати у відповідних стандартах певної галузі.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Процес управління ризиками має бути безперервним, ефективним, пов'язаним з діяльністю, застосовуваним на всіх рівнях, і повністю інтегрованим на підприємстві. В Україні потрібно розробляти стандарти ґрунтуючись на міжнародному досвіді, але потрібно

враховувати специфіку українських підприємств для досягнення позитивних результатів.

### *Література*

1. Дикань В. Л. Дослідження міжнародних стандартів управління ризиками / В. Л. Дикань, І. М. Посохов // Бізнес Інформ. - 2014. - № 1. - С. 314-319.

2. Донець О. М. Використання міжнародних стандартів в управлінні ризиками / О. М. Донець, Т. В. Савельєва, Ю. І. Урецька // Збірник наукових праць: Управління розвитком складних систем. – Київ : КНУБА, 2011. – Випуск 6. – С. 36 – 42.

3. Стрельбіцька Н. Уніфікований міжнародний стандарт ризик-менеджменту як відповідь на виклики глобалізації / Н. Стрельбіцька // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2 (5) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11snyvnh.pdf>.

4. ISO/IEC GUIDE 73:2002. Risk management-Vocabulary – Guidelines for use in standards. International Organization for Standardization, 2002.

5. Enterprise Risk Management – Integrated Framework Executive Summary. Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO), 2004.

6. Risk Management Standard. 2002 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.theirm.org/publications/documents/Risk\\_Management\\_Standard\\_030820.pdf](http://www.theirm.org/publications/documents/Risk_Management_Standard_030820.pdf).

7. Базель III: International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/press/p100912.pdf>.

8. BS ISO 31000:2009 Risk management. Principles and guidelines [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ddata.over-blog.com/xxxxyy/0/32/13/25/Risques/ISO\\_DIS\\_31000\\_-E—1-.pdf](http://ddata.over-blog.com/xxxxyy/0/32/13/25/Risques/ISO_DIS_31000_-E—1-.pdf).

1. Dykan' V. L. Doslidzhennya mizhnarodnykh standartiv upravlinnya ryzykamy / V. L. Dykan', I. M. Posokhov // Biznes Inform. - 2014. - # 1. - S. 314-319.

2. Donets' O. M. Vykorystannya mizhnarodnykh standartiv v

upravlinni ryzykamy / O. M. Donets', T. V. Savel'yeva, Yu. I. Urets'- ka // Zbirnyk naukovykh prats': Upravlinnya rozvytkom skladnykh system. – Kyiv : KNUBA, 2011. – Vypusk 6. – S. 36 – 42.

3. Strel'bits'ka N. Unifikovanyy mizhnarodnyy standart ryzykmenedzhmentu yak vidpovid' na vyklyky hlobalizatsiyi / N. Strel'bits'ka // Sotsial'no-ekonomichni problemy i derzhava. – 2011. – Vyp. 2 (5) [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11snyvnh.pdf>.

4. ISO/IEC GUIDE 73:2002. Risk management-Vocabulary – Guidelines for use in standards. International Organization for Standardization, 2002.

5. Enterprise Risk Management – Integrated Framework Executive Summary. Committee of Sponsoring Organization of the Treadway Commission (COSO), 2004.

6. Risk Management Standard. 2002 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://www.theirm.org/publications/documents/Risk\\_Management\\_Standard\\_030820.pdf](http://www.theirm.org/publications/documents/Risk_Management_Standard_030820.pdf).

7. Bazel' III: International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.bis.org/press/p100912.pdf>.

8. BS ISO 31000:2009 Risk management. Principles and guidelines [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : [http://ddata.overblog.com/xxxxyy/0/32/13/25/Risques/ISO\\_DIS\\_31000\\_-E—1-.pdf](http://ddata.overblog.com/xxxxyy/0/32/13/25/Risques/ISO_DIS_31000_-E—1-.pdf).

*Рецензент: Карпов В.А. к.е.н., професор, кафедра економіки, права та управління бізнесом Одеського національного економічного університету*

*12.12.2017*

УДК 336.01

*Жбанкова Анастасія*

## **АНАЛІЗ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПАТ «СК «ІНТО»**

У статті розглянуто основні положення аналізу фінансово-економічного стану підприємства. Проаналізовано фінансово-

економічні показники діяльності ПАТ «СК «ІНТО», що спеціалізується на медичному страховому ринку. Аналіз розглянуто як основа стабільності й прийняття оптимальних управлінських рішень.

В даній статті була розглянута комплексна характеристика ПАТ «СК «ІНТО», проаналізовані основні економічні та фінансові показники. Компанія спеціалізується на медичному страхуванні та її продуктом продажу є медичні страхові програми для індивідуального та корпоративного страхування. Аналіз внутрішнього середовища показав наступне: підприємство працює за рахунок лише власних вкладених коштів, віддача від яких з кожним роком збільшується, при чому можна говорити про фінансову стійкість підприємства. Продукція підприємства не є фондомісткою. Як свідчить проведений аналіз зовнішнього середовища підприємство має великий потенціал розвитку, працює в сприятливих зовнішніх умовах, не має перепон з боку уряду, хоча і працює в умовах конкуренції, а його продукт користується попитом в Одеському регіоні.

**Ключові слова:** фінансовий стан підприємства, фінансові результати, фінансові ресурси, ліквідність, рентабельність, ефективність діяльності.

*Жбанкова Анастасія*

## **АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ЧАО «СК «ИНТО»**

В статье рассмотрены основные положения анализа финансово-экономического состояния предприятия. Проведен анализ финансово-экономических показателей деятельности ЧАО «СК «ИНТО», которое специализируется на медицинском страховом рынке. Анализ рассмотрен как основа стабильности и принятия оптимальных управленческих решений.

В данной статье была рассмотрена комплексная характеристика ПАО «СК« ИНТО », проанализированы основные экономические и финансовые показатели. Компания специализируется на медицинском страховании и ее продуктом продаже есть медицинские страховые программы для индивидуального и корпоративного страхования.

Анализ внутренней среды показал следующее: предприятие работает за счет только собственных вложенных средств, отдача от которых с каждым годом увеличивается, причем можно говорить о финансовой устойчивости предприятия. Продукция предприятия не является фондоемкие. Как показывает проведенный анализ внешней среды предприятие имеет большой потенциал развития, работает в благоприятных внешних условиях, не имеет преград со стороны правительства, хотя и работает в условиях конкуренции, а его продукт пользуется спросом в Одесском регионе.

**Ключевые слова:** финансовое состояние предприятия, финансовые результаты, финансовые ресурсы, ликвидность, рентабельность, эффективность деятельности.

*Zhbankova Anastasiia*

## **ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC CONDITION PJSC «IC «INTO»**

The main provisions of analysis of financial and economic conditions of enterprise are examined in the article. The analysis of financial and economic indicators of activity of the industrial enterprise, specializing in medical insurance market. The analysis is considered as the basis of stability and the adoption of optimal management decisions.

The article considered the complex characteristics of PJSC "SC" INTO ", analyzed the main economic and financial indicators. The company specializes in health insurance and its sales product are health insurance programs for individual and corporate insurance. Analysis of the internal environment showed the following: the company operates at the expense of only its own invested funds, the returns of which each year increases, which can be said about the financial sustainability of the enterprise. Enterprise products are not funded. According to the analysis of the external environment, the enterprise has a great potential for development, works in favorable external conditions, has no obstacles on the part of the government, although it works in a competitive environment, and its product is in demand in the Odessa region.

**Keywords:** financial condition of enterprise, financial performance, financial resources, liquidity, profitability, activity efficiency.



**Постановка проблеми.** Для утримання стабільної тенденції розвитку фінансово-господарської діяльності підприємства в умовах постійного загострення конкурентної боротьби необхідно достовірно оцінювати фінансовий стан підприємства. Фінансовий стан підприємства характеризує забезпеченість власними оборотними коштами, оптимальне співвідношення запасів товарно-матеріальних цінностей з потребами виробництва, а також своєчасне проведення розрахункових операцій і платоспроможність. Оцінка фінансового стану підприємства показує в яких конкретних напрямках потрібно вести цю роботу.

**Аналіз публікацій.** Питанню аналізу фінансового стану підприємств присвячено багато наукових праць як вітчизняних, так і зарубіжних учених, а саме: І. Балабанова, Є. Бріггема, Е. Хелфферта, М. Абрютіна, В. Ковальова, А. Ковальова, М. Креніна, А. Поддерьогіна, С. Довбні, В. Савчука й інших.

**Метою дослідження** є аналіз фінансово-економічного стану ПАТ «СК «ІНТО», вивчення тенденцій зміни економічних показників діяльності.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення й використання фінансових ресурсів [1, с. 93].

Головною метою фінансової діяльності підприємства є отримання прибутків шляхом збільшення обсягів виробництва та реалізації продукції, нарощування власного капіталу й забезпечення стійкого фінансового стану. Для цього необхідно постійно підтримувати платоспроможність і рентабельність підприємства, а також оптимальну структуру активу та пасиву балансу [2, с. 169].

Основними завданнями аналізу фінансового стану підприємства є такі:

- дослідження рентабельності й фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними обіговими коштами;

- об'єктивне оцінювання динаміки та стану ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства;
- оцінювання становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку й кількісне оцінювання його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів [3].

Аналіз фінансового стану підприємства виконано на прикладі ПАТ «СК «ІНТО», що займається розробкою і реалізацією медичного страхового продукту у місті Одесі. З метою аналізу фінансового стану підприємства проведемо розрахунки його діяльності (табл. 1).

Таблиця 1  
Динаміка фінансових показників діяльності підприємства в 2013 - 2016 роках, тис. грн. (складено за даними [4])

Найменування показників	Роки				2016 у % до 2013 р.
	2013	2014	2015	2016	
1. Виручка від реалізації продукції	-	-	-	-	-
2. Податок на додану вартість	-	-	-	-	-
3. Інші вирахування з доходу	-	-	-	-	-
4. Чистий дохід від реалізації	56428	54251	63410	76800	36,1
5. Собівартість реалізованої продукції	4211	9326	16811	14959	255
6. Валовий прибуток	22639	11179	5723	14083	-37,8
7. Інші операційні доходи	817	711	627	814	-0,37
8. Адміністративні витрати	2854	2980	3501	11832	315
9. Витрати на збут	175	114	513	556	218
10. Операційні витрати	172	1910	890	159	-7,56
11. Фінансовий результат від операційної діяльності	20255	6886	1446	2350	-88,4
12. Разом доходи	10161	5205	6505	7392	-27,3
13. Разом витрати	36990	48076	62591	75264	103
14. Фінансовий результат від звичайної діяльності	11940	7616	7992	8732	-26,9
15. Податок на прибуток	1779	2411	1487	1340	-24,7
16. Чистий прибуток	10161	5205	6505	7392	-27,3

ПАТ «СК «ІНТО» за 2013-2016 рр. З даних розрахунків табл. 1 ми можемо зробити такий висновок, що чистий дохід в звітному році в порівнянні з базисним збільшився на 36,1 % причанами такого зростання стало збільшення договорів про страхування на підприємстві. Щодо валового прибутку, то він у звітному році в порівнянні з базисним зменшився на 37,8 %. Причиною цього стало збільшення собівартості на 255 % та зменшення інших доходів від операційної діяльності на 0,37%, а також збільшення адміністративних витрат на 315% . Фінансовий результат від операційної діяльності зменшився на 88,4 %. Зменшення цього показника є негативним для підприємства оскільки можна сказати, що підприємство не в змозі виконати свої плани. Фінансовий результат від звичайної діяльності зменшився в звітному році у порівнянні з базовим на 26,9 %. Причиною такого зменшення є збільшення витрат на 103%. Причиною є зменшення валового прибутку, фінансового результату від операційної діяльності та збільшення витрат. Така тенденція зміни показників не є позитивною. З розрахунків табл. 2 ми можемо зробити такий висновок, що операційні витрати в 2016 в порівняні з 2013 рр. збільшилися на 103,5%.

Таблиця 2

Елементи операційних витрат підприємства  
у 2012 – 2016 роках, тис. грн.

Показники	2012	2013	2014	2015	2016
1. Матеріальні витрати	57	79	169	584	924,6
2. Витрати на оплату праці	2011	2160	2497	10315	412,9
3. Відрахування на соціальні заходи	512	634	680	780	52,34
4. Амортизація	200	205	512	980	390
5. Інші операційні витрати	34210	44998	58733	2605	83
Разом	36990	48076	62591	75264	103,5

Збільшення відбулися за рахунок таких статей витрат: матеріальні витрати, які збільшилися на 924,5 %, що свідчить про закупівлю обладнання або будівлі, витрати на оплату праці на 412,9 % це означає що, підприємство заохочує працівників збільшенням заробітної плати і відповідно витрати на соц. заходи також збільшились на 52,34 %, амортизація на 390%, інші операційні

витрати на 83%. Таке збільшення показника є негативним і означає що, підприємство збільшує свої витрати на реалізацію послуги.

Далі для розрухунку експрес-аналізу нам потрібні будуть показники балансу, які представлені у таблиці 3.

Таблиця 3

Показники балансу підприємства в 2013 - 2016 роках, тис. грн. (складено за даними [4])

Найменування статей	Показники на кінець років			
	2013	2014	2015	2016
1. Нематеріальні активи	99	566	1134	1310
2. Основні засоби	6012	5897	6888	6959
3. Незавершене будівництво	-	-	-	-
4. Довгострокові фінансові інвестиції	13647	10836	12909	29458
5. Довгострокова дебіторська заборгованість	-	-	-	-
6. Усього необоротні активи	20191	17732	20931	37727
7. Виробничі запаси	-	10	11	47
8. Товари	-	-	-	-
9. Незавершене виробництво	-	-	-	-
10. Дебіторська заборгованість за розрахунками	630	600	3682	903
11. Дебіторська заборгованість за товари (послуги)	602	273	380	389
12. Інша дебіторська заборгованість	81	184	148	1137
13. Грошові кошти	27499	33616	51390	51239
14. Гроші та їх еквіваленти та витрати майбутн. Періодів	6084	11096	68	19
15. Усього оборотні активи	34896	45779	55679	53734
16. Баланс	55087	63511	76652	91503
17. Статутний капітал	12941	12941	12941	12941
18. Не оплачений капітал	-	-	-	-
19. Нерозподілений прибуток	19029	24037	30542	37934
20. Резервний капітал	1745	1942	1942	1942
21. Усього власний капітал	33715	38920	45425	52817
22. Довгострокові зобов'язання	7625	8849	1138	16630

## Продовж. табл. 3

1	2	3	4	5
23. Короткострокові кредити банків	-	-	-	-
24. Кредиторська заборгованість за товари (послуги)	413	1400	827	2444
25. Поточні зобов'язання за розрахунками	6208	6208	6208	6208
26. Інші поточні зобов'язання	7126	8134	12854	13404
27. Усього поточні зобов'язання	13747	15742	19889	22056
28. Баланс	55087	63511	76652	91503

У таблицях 4 і 5 здійснено аналіз ліквідності балансу підприємства. Так якщо порівнювати найбільш ліквідні активи ( $A_1$ ) та найбільш термінові зобов'язання ( $\Pi_1$ ) то як у 2013-2016 роках очевидно що зобов'язання значно значно менші ніж, найліквідніші активи підприємства, отже у підприємства достатньо ліквідних активів для погашення термінових зобов'язань.

Таблиця 4

Розрахунки аналізу ліквідності балансу  
(складено за даними [4])

Формули	2013	2014	2015	2016
$A_1 = (1160+1165)$	$A_1=27499+6077=33576$	$A_1=33616+11089=44705$	$A_1 =51390$	$A_1=51239$
$A_2 = \Sigma(1120-1155)$	$A_2=1313$	$A_2=1057$	$A_2 =4221$	$A_2=2429$
$A_3=(1100+1110+1170+1190+1200)$	$A_3=7$	$A_3 =10+7=17$	$A_3=11+68+42=121$	$A_3=47+19+42=108$
$A_4 = (1095+1170)$	$A_4=20191+7=20198$	$A_4=17732+7=17739$	$A_4=20931+68=20999$	$A_4=37727+19=37746$
$\Pi_1 = \Sigma(1615-1690)$	$\Pi_1=13747$	$\Pi_1 =15742$	$\Pi_1 =19889$	$\Pi_1=22056$
$\Pi_2 = (1600+1610)$	$\Pi_2=0$	$\Pi_2 =0$	$\Pi_2 =0$	$\Pi_2=0$
$\Pi_3 = (1595+1700)$	$\Pi_3=7625$	$\Pi_3 =8849$	$\Pi_3 =11338$	$\Pi_3=16630$
$\Pi_4 = (1495+1520+1665)$	$\Pi_4=33715+219=33934$	$\Pi_4=38920+426=39346$	$\Pi_4=45425+432=45857$	$\Pi_4=52817+2041=54858$

Таблиця 5

Платіжний надлишок (нестача) балансу підприємства  
за 2013-2016 роки, тис. грн. (складено за даними [4])

А	Рівень показників за роками (тис.грн.)				П	Рівень показників за роками (тис.грн.)				Платіжний надлишок (нестача) (тис.грн)			
	2013	2014	2015	2016		2013	2014	2015	2016	2013	2014	2015	2016
A <sub>1</sub>	33576	44705	51390	51239	П <sub>1</sub>	3747	15742	19889	22056	9829	28963	31501	29183
A <sub>2</sub>	1313	1057	4221	2429	П <sub>2</sub>	0	0	0	0	1313	1057	4221	2429
A <sub>3</sub>	7	7	121	108	П <sub>3</sub>	7625	8849	11338	16630	-7618	-8832	-11217	-16522
A <sub>4</sub>	198	17739	20999	37746	П <sub>4</sub>	33934	39346	45857	54858	-13736	-21607	-24858	-17112

Примітка:

A<sub>1</sub> – грошові кошти та короткострокові фінансові вкладення.

A<sub>2</sub> – дебіторська заборгованість та інші оборотні активи.

A<sub>3</sub> – запаси і довгострокові фінансові вкладення.

A<sub>4</sub> – фіксовані активи (розділ 1 балансу).

П<sub>1</sub> – кредиторська заборгованість.

П<sub>2</sub> – короткострокові кредити та інші запозичені кошти.

П<sub>3</sub> – довгострокові кредити та інші запозичені кошти.

П<sub>4</sub> – капітал.

При порівнянні релізованих активів (A<sub>2</sub>) та короткострокових зобов'язань (П<sub>2</sub>) переважають швидко реалізовані активи, тобто дебіторська заборгованість. При порівняння активів третьої групи, тобто повільно реалізованих активів (A<sub>3</sub>) та довгострокових пасивів (П<sub>3</sub>) переважають довгострокові пасиви, або довгострокові пасиви банків. У активах четвертої групи переважають постійні пасиви (П<sub>4</sub>) над важкорелізовані активи (A<sub>4</sub>). Баланс вважається ліквідним, якщо A<sub>1</sub> > П<sub>1</sub>; A<sub>2</sub> > П<sub>2</sub>; A<sub>3</sub> > П<sub>3</sub>; A<sub>4</sub> ≤ П<sub>4</sub>. У нашому випадку активи лише третьої групи не відповідають даному співвідношенню, а отже можна говорити, що баланс в цілому ліквідний.

Далі продовжуємо аналізувати ліквідність підприємства за допомогою коефіцієнтів (табл. 6).

Коефіцієнт покриття (загальної ліквідності) = Ф.1 стр. 1195 / Ф. 1. стр. 1695

$$2013 \text{ Кп.} = 34896 / 13747 = 2,5384$$

$$\begin{aligned}
& 2014 \text{ Кп.} = 45779/15742 = 2,9081 \\
& 2015 \text{ Кп.} = 55679/19889 = 2,7995 \\
& 2016 \text{ Кп.} = 53734/22056 = 2,4363 \\
& \text{Коефіцієнт швидкої ліквідності} = \\
\Phi 1 [(\text{стр.}1125+1135+1130+1155+1165+ 1160+1190)/\text{стр.}1695] \\
& 2013 \text{ Кш.л.} = (433+13647+81+27499)/13747 = 3,0305 \\
& 2014 \text{ Кш.л.} = (433+10836+184+33616)/15742 = 2,863 \\
& 2015 \text{ Кш.л.} = (12909+148)/19889 = 0,6565 \\
& 2016 \text{ Кш.л.} = (29458+1137)/22056 = 1,3872 \\
& \text{Коефіцієнт абсолютної ліквідності} = \Phi 1 \\
& [(\text{стр.}1160+1165)/\text{стр.}1695] \\
& 2013 \text{ Ка.л.} = (27499+6077)/13747 = 2,4424 \\
& 2014 \text{ Ка.л.} = (33616+11089)/15742 = 2,8399 \\
& 2015 \text{ Ка.л.} = 51390/19889 = 2,5838 \\
& 2016 \text{ Ка.л.} = 51239/22056 = 2,3231
\end{aligned}$$

Таблиця 6

Аналіз показників ліквідності підприємства за 2013-2016 роки

Показники	Нормативне значення	Період			
		2013	2014	2015	2016
Коефіцієнт поточної ліквідності (загальної)	>2,0-2,5	2,5384	2,9081	2,7995	2,4363
Коефіцієнт швидкої ліквідності	>0.6-0.8	3,0305	2,863	0,6565	1,3872
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0.2-0.25	2,4424	2,8399	2,5838	2,3231

Аналіз даних таблиці 6 показав, що в усіх роках управлінський персонал підприємства зміг за рахунок грошових коштів та їх еквівалентів покрити усі поточні зобов'язання в повному обсязі. При цьому його орієнтовне нормативне значення повинно бути 2, що вказує про те що в 2016 р. на 1 грн. поточних зобов'язань припадає 2,44 грн. поточних активів. В досліджуваних роках усі поточні зобов'язання були покриті за рахунок швидко реалізованих активів, але лише в 2015 році лише 65,65% поточних зобов'язань були покриті за рахунок швидко реалізованих активів. Зазначимо, що таке значення

коефіцієнта швидкої ліквідності є нижче його рекомендованого значення (0,8), тобто у підприємства у 2015 році були відсутні у достатній кількості засоби у вигляді швидкореалізованих активів, які повинні разом з грошовими коштами покривати 80% або повністю всі поточні зобов'язання. Щодо значення коефіцієнтів загальної ліквідності зазначимо, що за рахунок наявних на підприємстві оборотних активів в кожному з представлених років поточні зобов'язання були покриті в повному обсязі. Стосовно динаміки вищезазначених коефіцієнтів ліквідності, то спостерігається що найкращі показники були в 2014 році, а найгірші в 2016, але в цілому усі показники мають хороші значення, що свідчить про наявність грошових та їх еквівалентів, платоспроможність підприємства в найближчий час та в довгостроковому періоді, здатність підприємства в повній мірі покрити поточні зобов'язання за допомогою грошових коштів та дебіторської заборгованості.

У таблиці 7 розраховані основні показники ділової активності ПАТ «СК «ІНТО».

Таблиця 7

Аналіз ділової активності підприємства за 2013-2016 роки

Показники	Період			
	2013	2014	2015	2016
Коефіцієнт оборотності активів	1,0243	0,8542	0,8272	0,8393
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	42,9763	51,3254	15,0617	31,6179
Період інкасації(в днях)	0	0	0	0
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	135,6295	38,7507	76,6747	31,4239
Строк оплати рахунків кредиторів (в днях)	0	0	0	0
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	-	5425,1	5764,54	1634,04
Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)	9,3859	9,1998	9,2059	11,0361
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,6737	1,3939	5,5927	4,6182

$$\text{Коефіцієнт оборотності активів} = 2000 / 1300$$

$$\text{Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості} = 2000 / (1125 + 1130 + 1135 + 1140 + 1155)$$

$$\text{Період інкасації(в днях)} = (1125 + 1130 + 1135 + 1140 + 1155) / 2000 * 365$$



Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості=2000/1615

Строк оплати рахунків кредиторів (в днях)=1615/2000\*365

Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів=2000/1100

Коефіцієнт оборотності основних засобів (фондовіддача)=2000/(1010+1090)

Коефіцієнт оборотності власного капіталу=2000/1495

Так коефіцієнт оборотності активів показує, скільки разів за звітний період відбувається повний цикл виробництва й обігу, який приносить відповідний ефект у вигляді прибутку. Цей коефіцієнт на протязі 2015-2016 рр. має тенденцію до збільшення, так у 2015 році він становив 0,8272, у 2016 році 0,8393. Такі зміни вказують на зростання ефективності використання майна підприємства, яке відбулось за рахунок скорочення тривалості обігу оборотного капіталу. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості значно зменшився із 42,9763 до 31,6179 за досліджувані 2013-2016 роки. Це свідчить про активізацію роботи керівництва підприємства з контрагентами – дебіторами. Прямопропорційну тенденцію можна спостерігати і із коефіцієнтом оборотності кредиторської заборгованості, яка зменшилася із 135,6295 до 31,4239 у 2013-2016 роках. Позитивним є те, що строк погашення дебіторської заборгованості складає менше 1 дня. Така ж сама ситуація і зі строком погашення кредиторської заборгованості. Показник оборотності запасів протягом досліджуваного періоду зменшився, що свідчить про ефективність роботи підприємства щодо запасів. Коефіцієнт оборотності основних засобів коливався приблизно однакових межах, так у період із 2015 по 2016 роки він зріс на 2,1 пункти, а у 2013-2015 роках був майже сталим. Показав тенденцію коефіцієнт оборотності власного капіталу, який у 2013-2016 рр. коливався у межах від 1,6737 до 4,6182.

Формули розрахунків.

Рентабельність активів=2290/1900\*100%

Рентабельність власного капіталу=2350/1495\*100%

Рентабельність продукції=2350/2050\*100%

Рентабельність діяльності=2350/2000\*100%

У таблиці 8 розраховано основні показники рентабельності підприємства. Так рентабельність активів є позитивною, але

постійно зменшується із 21,67% до 9,54%, тобто підприємство отримувало 0,22- 0,1 грн. прибутку на 1 грн. активів підприємства, що характеризує не ефективність використання активів підприємства. Рентабельність власного капіталу становила: 30,14% у 2013 році, 13,37% у 2014, 14,32% у 2015 та 13,995% у 2016 році, що характеризує ефективність вкладення засобів в дане підприємство. Дещо краща тенденція була у рентабельності продукції, оскільки вона зростала із 38,69% у 2015 році до 49,42% у 2016 році, що характеризує прибутковість господарської діяльності підприємства від основної діяльності.

Таблиця 8

Аналіз рентабельності діяльності підприємства  
за 2013-2016 роки , %

Показники	Нормативне значення	Період			
		2013	2014	2015	2016
Рентабельність активів, %	>0	21,67	11,99	10,43	9,54
Рентабельність власного капіталу, %	>0	30,14	13,37	14,32	13,995
Рентабельність продукції, %	>0	241,3	55,81	38,69	49,42
Рентабельність діяльності, %	>0	18,01	9,59	10,26	9,63

Щодо рентабельності діяльності, то показники тут поступово знижувались. Так рентабельність діяльності знизилась із 18,01% до 9,63%, характеризує недостатню ефективність господарської діяльності підприємства. Взагалом, рентабельність підприємства є позитивною, але має незначну тенденцію до зниження.

Підприємство – це відкрита система, і його розвиток залежить від зовнішнього середовища (його також називають загальним оточенням, середовищем непрямого впливу або сукупністю неконтрольованих факторів). Зовнішнє середовище, або середовище непрямого впливу, діє не безпосередньо на кожну окрему організацію, а на всі одразу. Це не означає, що їхній вплив менший за вплив факторів безпосереднього оточення. Необхідність дослідження проблеми взаємодії підприємства і зовнішнього середовища обумовлена формуванням нової концепції управління підприємством як відкритої системи, внутрішня стабільність якої залежить від умов

зовнішнього середовища. Навіть, якщо в самому підприємстві не відбувається ніяких змін, постійні зміни навколишнього середовища чинять суттєвий вплив на результати його діяльності. Це викликає необхідність проведення постійного моніторингу стану зовнішнього середовища підприємства, який розглядається як невід'ємна складова частина стратегічного планування.

Зовнішнє фінансове середовище охоплює фінансові відносини компанії з її клієнтами, партнерами, страховими посередниками, перестраховиками, державою, об'єднанням страховиків та інвесторами (в тому числі і кредиторами), а внутрішнє фінансове середовище – фінансові відносини всередині компанії між її структурними підрозділами, правлінням, а також керівництвом і працівниками.

До основних методів стратегічного фінансового аналізу можна віднести PEST-аналіз та SWOT-аналіз. PEST-аналіз (рідше STEP-аналіз) використовується для опису впливу політичних (P - policy), економічних (E - economy), суспільних (S - society) та технологічних (T - technology) факторів зовнішнього середовища, що впливають на стратегічний процес в страховій компанії (табл. 9). Аналіз зовнішнього середовища передбачає дослідження та оцінку впливу на компанію ряду факторів, серед яких можна виокремити фактори прямої дії та фактори опосередкованого впливу.

До факторів прямої дії відносимо: клієнтів компанії, перестраховиків з якими співпрацює страхова компанія, конкурентів, державні органи влади, фінансову інфраструктуру економіки, законодавство, тенденції страхового ринку тощо. Страхова компанія «ІНТО» має висококваліфікованих працівників, які отримали вищу економічну або технічну освіту і стаж роботи. На мою думку, негативний вплив на діяльність будь якої страхової компанії в Україні є певна недовіра з боку населення до страхування, як такого. Необізнаність більшої частини громадян створює певні суперечності при відшкодуванні страхових сум при настанні страхового випадку. Страхувальники вважають що їх обманюють і створюють негативні відгуки про страхові компанії.

Для будь – якої страхової компанії важливе значення мають взаємовідносини зі своїми партнерами, перестраховиками, клієнтами. Страхова компанія «ІНТО» не є виключення.

Таблиця 9

## PEST-аналіз зовнішніх факторів середовища

Політичні фактори (P)	Економічні фактори (E)
Політична стабільність в країні. Нормативне середовище. Державне регулювання фінансового ринку. Рейтинги компаній. Динамізм законодавчої бази.	Рівень розвитку економіки в цілому. Стан страхового ринку. Позиція страхувальників. Стан фінансового ринку. Платоспроможність клієнтів.
Соціальні фактори (P)	Технологічні фактори (T)
Культура та традиції страхування. Кваліфікація персоналу в страховій галузі. Природне середовище. Переваги споживачів.	Технічне та програмне оснащення компаній. Інтернет-технології. Використання інформаційних технологій.

СК «ІНТО» співпрацює з ПАТ "Марфін Банк", в якому відкритий поточний рахунок, як в іноземній, так і в національній валюті.

Головними партнерами Into-Sana щодо перестрахування на українському ринку, зокрема, є: ПАТ «СК «Українська страхова група», ПАТ «СК «АХА-Страхування», ПАТ «СГ«ТАС», ПрАТ "УСК "Княжа Вієнна Іншуранс Груп", ЗАТ "УАСК АСКА".

Аналіз факторів опосередкованого впливу передбачає дослідження і оцінку стану розвитку економіки, тенденцій світових фінансових ринків, особливості міжнародних економічних відносин, соціально-культурні обставини, політичні події та обставини міжнародного оточення тощо.

Державне законодавство, політичні сили впливають на діяльність страховиків. Це здійснюється шляхом видання відповідних нормативних актів. Значний вплив на діяльність страхової компанії мало прийняття Податкового кодексу, який змінив порядок оподаткування страхових операцій.

Зростання інфляції в країні негативно позначається на фінансовій стійкості підприємства. У залежності від того, яку економічну політику веде держава: зменшуються податки, чи заохочує

вітчизняних виробників, які вживає заходи щодо підвищення якості продукції, що випускається, залежить фінансова стійкість. Оскільки більшість населення України мають досить низький рівень доходів, виникає проблема їхньої неплатоспроможності та неможливості дозволити собі застрахуватись. Страхуються тільки ті, в яких є нагальна в цьому потреба або високий рівень доходів.

Технічний рівень страхової компанії — оснащення комп'ютерною технікою, телефаксами, каналами електронного зв'язку — значною мірою впливає на розвиток страховика.

Наявність власного сайту допомагає донести страхові послуги до потенційних клієнтів та розрекламувати свою компанію.

Одним із методів проведення діагностики розвитку страхової компанії є дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища з використанням SWOT-аналізу.

SWOT-аналіз – це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища компанії. Аналізу підлягають:

- сильні сторони (Strength),
- слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища,
- можливості (Opportunities)
- загрози (Threats) зовнішнього середовища компанії.

Методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними. SWOT-аналіз страхової компанії «ІНТО» представлений в таблиці 10.

Для більш повного уявлення про діяльність страхової компанії у сфері медичного страхування, розробки шляхів розвитку галузі та прогнозування рівня розвитку на перспективу, було проведено SWOT-аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища їх функціонування, виявлено найбільш реальні можливості та загрози.

Практична доцільність здійснення SWOT-аналізу ПАТ «СК «ІНТО» полягає в тому, що він визначає шляхи покращення результативності діяльності страхових компаній.

Результати SWOT-аналізу дозволяють створити початкову інформаційну базу для її наступної обробки, дають змогу адекватно оцінити рівень розвитку підприємства, виявити конкурентні переваги та визначити напрями подальшого прикладання зусиль щодо зростання страхового ринку.

## SWOT-аналіз ПАТ «СК «ІНТО»

Сильні сторони:	Слабкі сторони:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ринок, що динамічно розвивається;</li> <li>- зростання рівня капіталізації страхового ринку;</li> <li>- зростання обсягу страхових операцій;</li> <li>- гнучка цінова політика;</li> <li>- обов'язкове медичне страхування іноземних громадян, що тимчасово перебувають на території України;</li> <li>- цілодобова служба;</li> <li>- високий рівень обслуговування;</li> <li>- оперативне рішення проблем клієнта;</li> <li>- збільшення страхових премій;</li> <li>- збільшення статутного капіталу;</li> <li>- робота з юридичними особами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- недосконалість законодавчої бази;</li> <li>- високий рівень концентрації ринку;</li> <li>- обмежені можливості для інвестування;</li> <li>- інформаційна закритість;</li> <li>- відсутність маркетингових стратегій діяльності;</li> <li>- слабка програма просування послуг;</li> <li>- відсутність маркетингових досліджень;</li> <li>- мале охоплення території;</li> <li>- неоперативне регулювання на зміні ринку;</li> <li>- вузький список послуг.</li> </ul>
Можливості:	Загрози:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- введення обов'язкового медичного страхування;</li> <li>- розвиток страхового посередництва;</li> <li>- вдосконалення системи інвестування страхових резервів;</li> <li>- низький рівень фінансування охорони здоров'я;</li> <li>- формування середньокласу в Україні;</li> <li>- високий рівень освіти;</li> <li>- орієнтація на західний стиль життя;</li> <li>- медичне страхування стає елементом - корпоративної культури підприємств;</li> <li>- запозичення досвіду іноземних колег;</li> <li>- знижки постійним клієнтам.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- політична та економічна нестабільність;</li> <li>- високий рівень інфляції;</li> <li>- зростання курсів іноземних валют;</li> <li>- зростання цін на послуги;</li> <li>- конкуренція з боку іноземних та місцевих страховиків;</li> <li>- податкове законодавство;</li> <li>- відсутність обов'язкового страхування</li> <li>- відповідальності лікарів за нанесену пацієнту шкоду;</li> <li>- тіньові розрахунки з лікарями;</li> <li>- низька кадрова забезпеченість;</li> <li>- скорочення чисельності населення;</li> <li>- низька страхова культура;</li> <li>- загальноекономічна криза;</li> <li>- зниження платоспроможності населення;</li> <li>- не найнижчі тарифи.</li> </ul>

**Висновки.** В даній статті була розглянута комплексна характеристика ПАТ «СК «ІНТО», проаналізовані основні економічні та фінансові показники. Компанія спеціалізується на медичному страхуванні та її продуктом продажу є медичні страхові програми для індивідуального та корпоративного страхування.

Аналіз внутрішнього середовища показав наступне: підприємство працює за рахунок лише власних вкладених коштів, віддача від яких з кожним роком збільшується, при чому можна говорити про фінансову стійкість підприємства. Продукція підприємства не є фондомісткою.

Як свідчить проведений аналіз зовнішнього середовища підприємство має великий потенціал розвитку, працює в сприятливих зовнішніх умовах, не має перепон з боку уряду, хоча і працює в умовах конкуренції, а його продукт користується попитом в Одеському регіоні.

### *Література*

1. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства / Т.А. Обущак // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – С. 92–98.
  2. Ларка М.І. Аналіз фінансового стану підприємства як засіб підвищення ефективності його діяльності / М.І. Ларка, Г.О. Лісовські // Вісник НТУ «ХПІ». Серія «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Х. : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 168–174.
  3. Ткаченко С.О. Фінанси підприємств : [навч. посіб.] / С.О. Ткаченко. – Х. : Вид-во Харк. нац. ун-ту внутр. справ, 2008. – 312 с.
  4. Фінансова звітність ПАТ «СК «ІНТО».
- 
1. Obushchak T.A. Sutnist' finansovoho stanu pidpryyemstva / T.A. Obushchak // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2007. – # 9. – S. 92–98.
  2. Larka M.I. Analiz finansovoho stanu pidpryyemstva yak zasib pidvyshchennya efektyvnosti yoho diyal'nosti / M.I. Larka, H.O. Lisovs'ki // Visnyk NTU «KhPI». Seriya «Tekhnichnyy prohres i efektyvnist' vyrobnytstva». – Kh. : NTU «KhPI». – 2013. – # 22 (995). – S. 168–174.
  3. Tkachenko S.O. Finansy pidpryyemstv : [navch. posib.] / S.O. Tkachenko. – Kh. : Vyd-vo Khark. nats. un-tu vnutr. sprav, 2008. – 312 s.
  4. Finansova zvitnist' PAT «SK «INTO».

*Рецензент: Лоханова Н.О. д.е.н., профессор, зав. кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Одеського національного економічного університету*

13.11.2017

УДК 336.0

*Карпов Володимир, Заїмкіна Христина*

## **ПРОГНОЗУВАННЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА ЗОВНІШНЬОГО РИНКІВ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ**

У статті проведено аналіз сучасного стану світового та українського ринків соняшникової олії, виявлено основні тенденції, що спостерігаються на ринку. Визначено місце України на світовому ринку соняшникової олії. Доведено важливість прогнозування стану ринкової кон'юнктури задля підвищення ефективності сільського господарства в цілому та виробництва соняшникової олії зокрема, а також розвиток попиту спонукає до пошуку нових шляхів його задоволення.

Визначено основні та важливі проблеми українського ринку соняшникової олії. Проведено прогнозування стану ринку соняшникової олії України. Щодо досліджуваного ринку існує достатній обсяг інформації, прогнозування стану вітчизняного ринку соняшникової олії здійснено за допомогою методу балансу змінних, а прогнозування стану зовнішнього ринку – за допомогою трендової моделі.

**Ключові слова:** соняшник, ринок соняшникової олії, кон'юнктура ринку, прогнозування, метод балансу змінних.

*Карпов Владимир, Заимкина Христина*

## **ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО И ВНЕШНЕГО РЫНКА ПОДСОЛНЕЧНОГО МАСЛА**

В статье проведен анализ современного состояния мирового и украинского рынков подсолнечного масла, выявлены



основные тенденции, наблюдаемые на рынке. Определено место Украины на мировом рынке подсолнечного масла. Доказана необходимость прогнозирования состояния рыночной конъюнктуры для повышения эффективности сельского хозяйства в целом и производства подсолнечного масла в частности, а также развитие спроса побуждает к поиску новых путей его удовлетворения.

Определены основные проблемы украинского рынка подсолнечного масла. Проведено прогнозирование состояния рынка подсолнечного масла Украины. По исследуемому рынку существует достаточный объем информации, поэтому прогнозирования состояния отечественного рынка подсолнечного масла осуществлено с помощью метода баланса переменных, а прогнозирование состояния внешнего рынка - с помощью трендовой модели.

**Ключевые слова:** подсолнечник, рынок подсолнечного масла, конъюнктура рынка, прогнозирования, метод баланса переменных.

*Karpov Volodymyr, Zaimkina Christina*

## **FORECASTING OF THE DEVELOPMENT OF INTERNAL AND EXTERNAL MARKETS OF SUNFLOWER OLIVE**

The article analyzes the current world and Ukrainian market conditions of sunflower oil, reveals the main tendencies observed in the market. The place of Ukraine in the world market of sunflower oil is determined. The importance of forecasting of market conditions in order to increase the efficiency of agriculture in general and the production of sunflower oil in particular, as well as the development of demand leads to the search for new ways to meet it is proved.

The basic problems of the Ukrainian market of sunflower oil are determined. The forecast of the sunflower oil market condition of Ukraine was carried out. There is enough information available for the studied market. Forecasting of the domestic market conditions of sunflower oil is carried out using the method of balance of variables, and forecasting of the external market conditions is carried out using a trend model.

**Keywords:** sunflower, sunflower oil market, market conditions, forecasting, method of balance of variables.

**Постановка проблеми.** Ринок соняшникової олії в Україні є ринком, який динамічно розвивається, оскільки, з одного боку, передові компанії витісняють менш потужних гравців, а з іншого – постійно з'являються нові гравці, які створюють конкурентне середовище.

У зв'язку з цим виникає необхідність докладно вивчити стан ринку соняшникової олії та здійснити прогнозування кон'юнктури ринку соняшникової олії України. Даний ринок для України має стратегічно важливе значення, оскільки є стабільним джерелом валютних надходжень. Отже, подальша участь України на світовому ринку рослинних олій є досить важливою.

Кон'юнктура являє собою сукупність ознак і показників, які характеризують поточний стан економіки. Вивчення кон'юнктури ринку передбачає аналіз ситуації на ринку та її прогнозування. Кінцевим підсумком такого дослідження є отримання відповідей на наступні питання: в який момент і за якими цінами слід продавати або купувати товар.

Для вивчення кон'юнктури ринку та підготовки прогнозів його розвитку необхідно насамперед з'ясувати, у якій фазі свого циклу знаходиться економіка країни. Потім дати комплексну характеристику економіки за попередній рік, виявити і проаналізувати всі чинники, що впливають на кон'юнктуру ринку, і зробити обґрунтований кон'юнктурний прогноз.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналізу кон'юнктури ринку соняшникової олії присвячено багато робіт таких науковців як Стрельникова Д, Тюха І., Усик С., Шестак О., Кроніковський Д., Галушко О. та ін.

**Невирішені раніше частин загальної проблеми.** Аналіз світового досвіду показує, що економічний підйом розвинутих країн та їх окремих регіонів давно базується на використанні сфери високих технологій, що гарантує прогресивний розвиток нації та людства в цілому. Актуальність вивчення олійного ринку зумовлена перш за все тим, що в сучасних умовах господарювання ефективне використання потенціалу України неможливе без дослідження світових тенденцій розвитку ринку олії, вивчення структури попиту та пропозиції як на національному, так і на світовому ринку, аналізу конкурентних переваг України та перспективних напрямків розвитку даної галузі.

**Метою статті** є аналіз кон'юнктури ринку соняшникової олії, виявлення перспектив його розвитку та прогнозування ринкової кон'юнктури.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Агропромисловий комплекс загалом і вітчизняна олійно-жирова промисловість зокрема є функціональною ланкою всього національно-господарського комплексу. Вона має значні ресурси для підвищення ефективності соціально-економічного розвитку країни на основі заохочення інвестицій, створення нових робочих місць, надання соціальних гарантій працівникам, впровадження інновацій, виробництва сировини для розвитку інших галузей, забезпечення валютних надходжень та формування позитивного іміджу України як найбільшого світового експортера соняшникової олії.

Основною олійною культурою, що вирощується в Україні, є соняшник, у складі всіх олійних культур він займає 70% посівної площі та 85% валового збору. У нашій державі з насіння соняшнику виробляється приблизно дві третини всієї рослинної олії.

Соняшникова олія має важливе народногосподарське значення. Її споживають як цінний харчовий продукт у натуральному вигляді, широко використовують у харчовій, лакофарбовій, парфумерній та інших галузях промисловості для виробництва маргарину, оліфи, мила тощо. Тому соняшник – одна з прибуткових культур України з найвищим рівнем рентабельності серед сільськогосподарських культур.

Соняшник більш ніж на 90% забезпечує сировинну базу й функціонування олійно-жирового підкомплексу України. Так, у 2016 році від реалізації соняшникової олії господарства суспільного сектору отримали 28148,1 млн. грн. прибутку, тому соняшник посідає особливе місце в економіці та формуванні експортного потенціалу країни. Високий рівень рентабельності вирощування цієї культури та виробництва з неї олії, зумовлений мінімальними виробничими витратами і порівняно високою реалізаційною ціною, стимулював значне розширення посівних площ. Висока відпускна ціна робить олійнопереробну галузь економічно вигідною для народного господарства України, сприяє підйому економіки. Попит на соняшник і соняшкову олію суттєво не зменшується при зростанні цін. Тому виробництво олійних культур і олійно-жирової продукції є одним з

пріоритетних та перспективних напрямів розвитку аграрного сектора економіки України.

За даними Державної служби статистики України посівні площі соняшнику у 2016 році у всіх категоріях господарств становлять 6286,7 тис. га та збільшилися, порівняно з 2015 роком на 21,69%. Найбільше збільшили посівні площі проти минулого року господарства Миколаївської (62,7 тис. га), Дніпропетровської (55,4 тис. га), Херсонської (38,8 тис. га), Запорізької (37,1 тис. га), Полтавської (33,4 тис. га), Кіровоградської (32,7 тис. га) та ряду інших областей. Збільшення посівних площ викликано високим рівнем прибутковості виробництва соняшнику та значним попитом у світі на рослинні жири. Динаміка виробництва соняшнику в Україні наведена у таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка виробництва соняшнику в Україні у 2010-2016 рр.  
(складено за даними [4])

Рік	Валовий збір соняшнику, тис т	Площа, з якої зібрано врожай, тис га	Урожайність центнерів з 1 га зібраної площі
2010	6771,5	4525,8	15,0
2011	8670,5	4716,5	18,4
2012	8387,1	5081,7	16,5
2013	11050,5	5090,1	21,7
2014	10133,8	5212,2	19,4
2015	11181,1	5166,2	21,6
2016	13626,9	6286,7	22,4

З таблиці 1 видно, що за останні роки спостерігається стабільне зростання посівних площ та урожайності насіння соняшнику. Обсяг валового збору соняшнику України за підсумками 2016 року збільшився на 21,87%, в порівнянні з попереднім роком та склав 13626,9 тис т. Площа, з якої було зібрано врожай збільшилась на 21,68% та склала 6286,7 тис га. Відповідно урожайність з 1 га зібраної площі збільшилась на 3,7% та склала 22,4 ц. Проаналізувавши дані, можна дійти висновку, що обсяг виробництва збільшується екстенсивним методом, тобто за рахунок збільшення посівних площ.

Динаміку обсягів виробництва соняшнику в Україні за 2010-2016 рр. наведено на рис. 1.

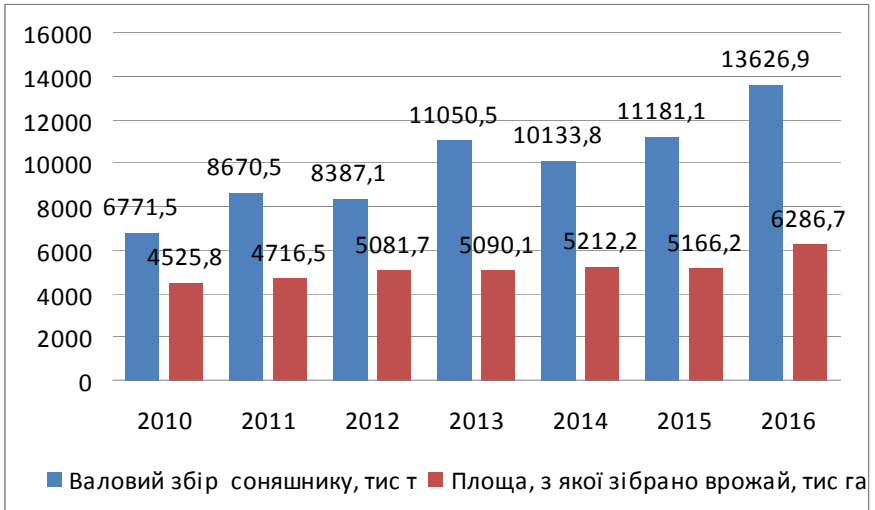


Рис. 1. Динаміка вирощування соняшнику в Україні за 2010-2016 рр. (складено за даними [4])

Як видно на рис. 1, максимальний спад валового збору соняшнику спостерігався у 2010 році. У 2010 році було зібрано 6771,5 тис т соняшнику. У 2016 році обсяг виробництва соняшнику склав 13626,9 тис т. Після 2014 року спостерігається позитивна тенденція зміни обсягу валового збору соняшнику.

Також необхідно розглянути динаміку урожайності соняшнику за 2010-2016 рр., яка зображена на рис. 2.

Як видно на рис. 2, починаючи з 2014 р., урожайність має позитивну тенденцію та у 2016 р. склала 22,4 ц/га, що на 49,33% вище, порівняно із 2010 р.

Рівень рентабельності виробництва соняшнику у 2011 р. становив 57%, у 2012 р. – 46%, у 2013 р. – 21%.

Закупівельна ціна у 2011 р. складала 3225 грн./т, у 2012 р. – 3591 грн./т, у 2013 р. – 3315 грн./т (станом на 14 серпня 2014 р. закупівельна ціна соняшнику без ПДВ становить 4141 грн./т).

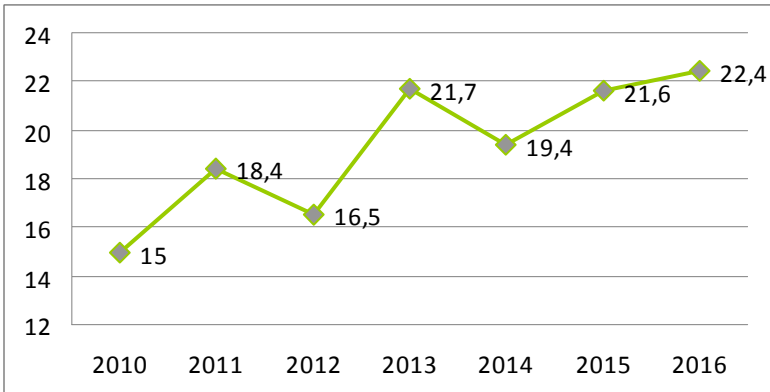


Рис. 2. Динаміка урожайності соняшнику у 2010-2016 рр., ц/га (складено за даними [4])

Так, висока ціна реалізації соняшникової олії призводить до того, що в окремих регіонах України ця культура в структурі посівних площ займає до 35%, нехтуючи загальним станом ґрунтів.

Крім того, у порушення всіх агротехнічних вимог, окремі сільгоспвиробники допускають вирощування соняшнику по кілька років на одних і тих же земельних ділянках, хоча припустима періодичність вирощування соняшника – не менше, ніж раз на 7 років.

Тривала відсутність спеціальних нормативних актів про відповідальність за безгосподарське та нераціональне використання земель дозволяла як землевласникам, так і землекористувачам споживацькі ставитися до землі. Вирощування сільськогосподарських культур стало здійснюватися виключно за кон'юнктурою ринку, яка диктує виробництво, насамперед, «прибуткових культур».

Практика показує, що господарювання в такий спосіб призводить не лише до надмірного виснаження, втрати родючості та погіршення інших корисних властивостей ґрунтів, а й робить результати діяльності сільськогосподарських підприємств економічно малоефективними, та, навіть, збитковими.

У 2016 р. було перероблено на 2 тис. насіння соняшнику більше, ніж було вироблено. Це обумовлено перехідними запасами сировини, яка зберігалась у виробників, посередників та переробних підприємствах (табл. 2).

Таблиця 2

Баланс попиту та пропозиції олії у 2011-2016 рр., тис т  
(складено за даними [4])

Найменування показника	2011	2012	2013	2014	2015	2016
<i>Пропозиція</i>	3571	4373	3998	5184	4812	5626
Виробництво олій рослинних	3101	4067	3712	4926	4581	5409
Зміна запасів на кінець року	-151	-75	10	-35	-71	2
Імпорт	319	231	296	223	160	219
<i>Попит</i>	3571	4373	3998	5184	4812	5626
Експорт	2850	3742	3353	4578	4253	5104
Втрати, витрати на нехарчові цілі	41	40	41	35	33	25
Фонд споживання	680	591	604	561	525	497

У 2012 році було майже повністю використано (на 97,3%) можливості виробничих потужностей переробних підприємств, які займаються переробкою насіння соняшнику.

Постійне зростання попиту на рослинну олію змусило наростити потужності переробних підприємств в Україні. Якщо у 2008 р. загальні потужності по переробці олійної сировини склали 6076 тис.т, то у 2012 р. – уже 9748,7 тис.т, тобто ріст склав 60,4%. Внутрішнє споживання соняшникової олії в Україні складає близько 500 тис.т, тому переважна частина (понад 90%) експортується у різні країни світу.

Дані про виробництво соняшникової олії промисловими підприємствами України за 2010-2016 роки наведено на рисунку 3.

З рис. 3 видно, що у 2013 році був спад виробництва соняшникової олії у порівнянні з показником попереднього 2012 року на 401 тис. т, але у порівнянні з 2011 роком виробництво збільшилось на 226 тис. т. У період з 2010 по 2016 роки в Україні виробництво соняшникової олії збільшилося на 39%. Це пов'язано

з виробництвом сировини олійнопереробної галузі – соняшнику, яка мала таку ж тенденцію у період 2010-2016 рр. (див. табл. 1).

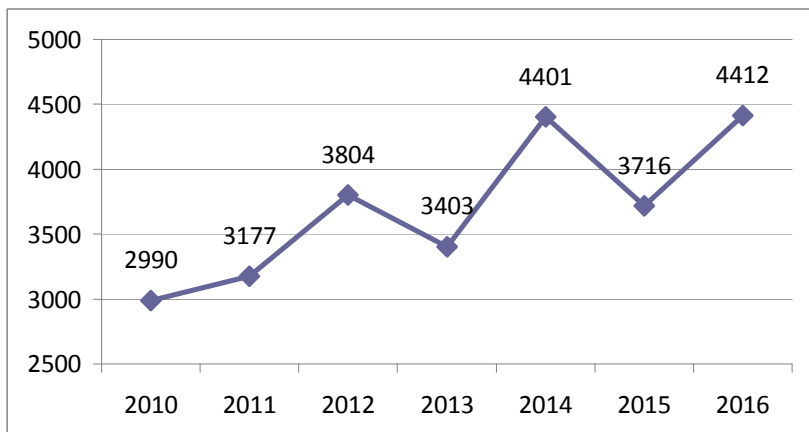


Рис. 3. Динаміка обсягу виробництва соняшникової олії за 2010-2016 роки (складено за даними [4])

Виробництво нерафінованої соняшникової олії в Україні у 2016 році становило 4412 тис. тон, що на 18,73% більше, ніж минулого року. У 2016 році виробництво соняшникової олії в Україні в структурі загального виробництва всіх видів рослинної олії займає 96,3%, виробництво соєвої олії – 2,7%, ріпакової – 1%.

Аналіз середніх цін виробників в Україні соняшникової олії з інтервалом в місяць за 2015-2016 роки показав, що рівень цін істотно не змінюється, різких стрибків цін не спостерігається. Цей аналіз показує, що підприємства торгівлі утримують ціни приблизно на одному рівні. Середня ціна виробників нерафінованої соняшникової олії в Україні з початку 2016 року зросла на 60% порівняно з попереднім періодом 2015 року, відповідно, до кінця 2016 року вона знизилась до 15%. Рафінована соняшnikова олія становить 45% та 7% відповідно.

Найбільші виробники соняшникової олії у 2016/17 маркетинговому році (далі МР), який триває з 1 вересня попереднього року по 31 серпня поточного року, наведено у табл. 3.



Таблиця 3

Найбільші виробники соняшникової олії у 2016/17 МР  
(складено за даними [6])

Нерафінована олія		Рафінована олія		Фасована олія	
«Кернел»	22,78%	«Бунге Україна»	17,47%	«Кернел»	41,06%
ViOil	8,38%	«Кернел»	17,04%	«Бунге Україна»	26,25%
«Оптимус Агро»	6,08%	«Дельта Вілмар СНД»	10,39%	«Єдинство»	12,64%
МХП	5,58%	ПП «Віктор і К»	9,74%	«Фон Засс АГ»	7,88%
Allseeds	4,88%	«Оптимус Агро»	8,63%	ПП «Віктор и К»	6,38%
Інші	52,30%	Інші	36,73%	Інші	5,79%
Всього	100%	Всього	100%	Всього	100%

Як видно з табл. 3, найбільшими виробниками сирової соняшникової олії в 2016 році є групи компаній «Кернел», ViOil та «Оптимус Агро». Так, на частку агрохолдингу «Кернел» припадає майже 23% обсягу випуску такої продукції у 2016/17 МР (маркетинговому році). Найбільшими виробниками рафінованої соняшникової олії в 2016 році є «Бунге Україна», «Кернел» та «Дельта Вілмар СНД». Найбільшими виробниками фасованої соняшникової олії в звітному періоді стали «Кернел», «Бунге Україна» та група «Єдинство».

Лідери виробництва соняшнику серед областей країни у 2016 р. стали такі області: Одеська (308 тис. т), Запорізька (300 тис. т), Кіровоградська (252 тис. т), Вінницька (201 тис. т), Харківська (168 тис. т), Дніпропетровська (151 тис. т), Полтавська (124 тис. т) і Херсонська (114 тис. т). Найбільші темпи зростання виробництва були зафіксовані в Дніпропетровській області.

На сьогоднішній день у нашій державі спостерігається спад виробництва ринку соняшникових олій, що обумовлено, головним чином, загостренням економічної кризи та нестабільною політичною ситуацією, що склалася в Україні. Негативно також вплинула втрата посівних площ тимчасово окупованих територій. Не зважаючи на це, є тенденція збільшення споживання соняшникової олії для харчування

населення, навіть за умови зростання вартості майже на 50% порівняно з попереднім 2015 роком.

Мінагрополітики України вбачає, що покращення фінансово-економічних показників сільгосптоваровиробників за рахунок соняшнику повинно здійснюватися не за рахунок збільшення його посівних площ, а шляхом впровадження нових технологій, високоврожайних гібридів, дотримання всіх технологічних вимог, що повинно забезпечити належний валовий збір та урожайність.

Олійно-жирова галузь практично не забезпечується новою технікою, а отже, актуальною є проблема її інноваційного розвитку. В Україні існує ряд причин, які перешкоджають останньому: з одного боку, відсутність необхідних ресурсів, як на державному, так і на галузевому рівнях, брак обігових коштів у підприємств, а з іншого – в країні досі не задіяні механізми підтримки інноваційної діяльності, ефективність яких підтверджена досвідом багатьох країн світу. Чимало сучасних проблем олійно-жирового підкомплексу криються у кризі на продовольчому ринку, тому для захисту вітчизняних товаровиробників і споживачів продовольства держава має визначити економічно доцільні параметри експорту продукції олійно-продуктового підкомплексу, виходячи з його потенціалу та необхідності задоволення потреб українського ринку.

Виробництво в Україні істотно впливає на весь світовий ринок соняшникової олії. У світовій структурі споживання рослинних масел соняшникова олія ніколи не займала лідируючих позицій, обсяг її споживання поступається пальмової, соєвої та ріпакової. Однак вона стає все більш популярною серед споживачів. Попит на соняшкову олію з боку провідних країн-імпортерів стабільний, експортери практично не мають проблем з реалізацією навіть в разі помітного збільшення виробництва.

У поточному маркетинговому році частка України в загальному світовому виробництві соняшникової олії складе не менше однієї третини, в світовому експорті – близько 50%. Іншими найбільшими експортерами на світовому ринку є Росія (частка в загальному виробництві – 25%, серед експортерів – 20%) та Аргентина (частка в світовому експорті – 8-10%).

Основними країнами-імпортерами соняшникової олії є Індія (20% світового імпорту), Китай та ЄС (найбільшим ринком

Європи є іспанська із загальним споживанням близько 550 тис. тонн в рік). Ці країни формують глобальний попит на світовому ринку.

Слід розглянути таке поняття, як «потенціал ринку». Потенціал ринку – це абсолютний або відносний обсяг товарів, який може бути закуплений або спожитий тим чи іншим сегментом ринку за певний період часу [1, с. 134]. Потенціал соняшникової олії України складає 6200 тис т. [7, с. 133].

Попит на соняшникову олію з боку країн-імпортерів призвела до зростання потужностей з переробки соняшнику в Україні, а також зростання посівних площ соняшнику. Однак, за словами експертів, потенціал до подальшого зростання площ в Україні практично вичерпаний, а зростання врожаю можливий тільки за рахунок збільшення врожайності. За прогнозами, в найближчі сезони конкуренція між переробниками залишиться досить високою, що може привести до консолідації галузі.

Прогнозування – це оцінка, передбачення майбутнього розвитку обраного об'єкта управління. Воно повинно передувати плануванню [1, с. 50]. Головна мета прогнозування – це формування наукових передумов для прийняття управлінських рішень. Дані передумови включають:

- аналіз тенденцій та закономірностей зміни об'єкта управління;
- альтернативне передбачення його майбутнього розвитку;
- оцінку наслідків активного впливу на передбачуваної процесі в об'єкті управління.

В умовах прискореного розвитку науково-технічного прогресу й наростання тенденцій глобалізації різко зростає невизначеність у майбутньому поведінки об'єктів управління, збільшується ціна помилок управлінських рішень. Тому роль прогнозування в XXI ст. принципово зростає.

Головними завданнями прогнозування є наступні [2, с. 76]:

1. Науковий аналіз соціально-економічних процесів та явищ, оцінка сформованої ситуації й виявлення вузлових проблем розвитку.
2. Оцінка дії тенденцій у майбутньому, передбачення нових економічних ситуацій, нових проблем, що вимагають свого дозволу.
3. Виявлення можливих альтернатив розвитку в перспективі.

Прогноз являє собою систему аргументованих наукових уявлень про майбутній стан об'єкта управління, що носять ймовірнісний, але досить достовірний характер.

Однією з актуальних проблем в дослідження є пошук та вдосконалення наявних методів прогнозування параметрів явища, що вивчається. При цьому особливого значення набуває збалансованість одержуваних прогнозних оцінок або, принаймні, їх несуперечливість.

Існує ряд практичних підходів, що дозволяють достатньо успішно вирішувати зазначену проблему й отримувати задовільні результати, наприклад, екстраполяції трендів показників. Це, насамперед, якісний аналіз досліджуваного процесу, що охоплює його внутрішню логіку та механізм формування у взаємозв'язку з іншими явищами та умовами. Але можливості такого аналізу частіше всього обмежені.

Щоб уникнути зазначених недоліків при комплексному статистичному прогнозуванні показників, між якими є об'єктивні взаємозв'язки, пропонується вибір форми трендів здійснювати на основі принципу балансу змінних. Його можна сформулювати наступним чином: остаточний висновок про допустимість тих чи інших форм кривих визначається ступенем виконання для прогнозованих значень показника деякого балансового співвідношення, справедливого для періоду передісторії.

Раціональність такого підходу не викликає сумніву, бо про майбутнє ми знаємо точно тільки те, що в ньому збережуться ті ж самі взаємозв'язки між ознаками, які мали місце в минулому та в сьогоденні. Принцип балансу змінних виконує роль зовнішнього доповнення, що несе нову інформацію по досліджуваному процесі. Це означає, що він може та повинен застосовуватися поряд з уже розробленими статистичною теорією та апробованими на практиці методами вибору форм трендів.

Сучасна ринкова система діє за допомогою тісних взаємозв'язків між усіма секторами економіки та сферами ринку, які вимагають підтримання та рівноваги в макроекономічному масштабі. Проблема макроекономічної рівноваги – це проблема вибору, а остання влаштовує всіх в суспільстві, при якому здатність використання обмежених ресурсів, таких як земля, праця, капітал, для створення різних товарів та їх розподіл між членами суспільства

збалансовані. Макроекономічна збалансованість виступає як сукупна пропорційність між:

- виробництвом та споживанням;
- ресурсами та їх використанням;
- пропозицією та попитом;
- факторами виробництва та його результатами;
- матеріально-речовими та фінансовими потоками.

За допомогою балансового методу реалізується принцип збалансованості та пропорційності. Він застосовується при розробці прогнозів, планів та програм.

Баланс в перекладі з французької буквально – «ваги, рівновага або урівноваження двох сторін в будь-якому постійно змінюваному явище». Сутність кожного балансу полягає в забезпеченні кількісних відповідностей між ресурсами та потребами, господарськими заходами й очікуваними результатами.

Балансовий метод виходить з того, що кожен вид продукції, роботи або послуги є, з одного боку, результатом будь-якої діяльності, а з іншого – ресурсом для споживання та дозволяє планомірно встановлювати й погоджувати натурально-речові та вартісні пропорції в народному господарстві.

Результати балансових розрахунків служать основою при формуванні структурної, соціальної, фінансово-бюджетної та кредитно-грошової політики, а також політики зайнятості та зовнішньоекономічної діяльності. Баланси застосовуються також для виявлення диспропорцій в поточному періоді, розкриття невикористаних резервів та обґрунтування нових пропорцій.

За своїм змістом принцип балансу змінних є головним по всій сукупності принципів статистичного прогнозування, оскільки він базується на абсолютно достовірній інформації про майбутній стан системи: які б не були окремі значення змінних, для них має дотримуватися певний баланс, виходячи із сутності досліджуваних ознак. Тому критерії, побудовані на основі принципу балансу змінних, повинні займати пріоритетне становище в ієрархії відбору форм трендів. Задоволення їм є необхідною і достатньою умовою отримання найбільш точних і достовірних прогнозів.

Принцип балансу змінних вперше був висунутий в теорії самоорганізації (один з напрямів технічної кібернетики, очолюване

академіком А. Г. Івахненко) при моделюванні складних імовірнісних систем за допомогою метода групового обліку аргументів [3, с. 25].

Щодо досліджуваного ринку існує достатній обсяг інформації, прогнозування балансу ринку соняшникової олії можливо здійснити за допомогою балансового методу. Сутність цього методу полягає у тому, що будь-який товарний ринок можна описати балансовим рівнянням, де з одного боку усі можливі ресурси товару на цьому ринку, а з іншого боку – напрям розподілу цих наявних ресурсів.

Ринок соняшникової олії, відповідно до даних Державної служби статистики України, підпорядковується наступному балансовому рівнянню:

Ресурси: Виробництво, Зміна запасів на кінець року, Імпорт.

Розподіл: Експорт, Витрачено на корм, Витрачено на посів, Втрати, Переробка на нехарчові цілі, Фонд споживання.

За такої кількості змінних при двох та більше варіантах прогнозу балансу соняшникової олії України на 2018 р. кількість вірогідних варіантів збільшується рівноприскореними темпами. Саме через це було прийнято рішення про укрупнення змінних, що прогножуються, що не суперечить економічній сутності агрегованого показника. В результаті отримано наступне балансове рівняння з трьома змінними:

$$\text{Виробництво} = \text{Споживання} + \text{Експортно-імпортне сальдо} \quad (1)$$

У виразі (1) змінна «Виробництво» включає наступні елементи: Виробництво, Зміна запасів; змінна «Споживання» – Витрачено на корм, Витрачено на посів, Втрати, Переробка на нехарчові цілі, Фонд споживання; змінна «Експортно-імпортне сальдо» відповідає виразу Експорт – Імпорт.

Динаміка зміни кожного агрегованого показника за 2010-2016 рр. представлено в табл. 4.

Для кожної з вказаних вище змінних було побудовано по 3 прогнози значення відповідної змінної станом на 2018 р. із застосуванням трендових моделей, а саме: лінійний, поліноміальний та ступеневий тренди. Матриця прогнозних значень представлено в табл. 5.

Таблиця 4

Динаміка агрегованих балансових показників ринку  
соняшникової олії України за 2010-2016 рр. (складено за  
даними [4])

Показник	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Виробництво	3252	4142	3702	4961	4652	5407
Споживання	2531	3511	3057	4355	4093	4885
Експортно-імпортне сальдо	721	631	645	596	558	522

Таблиця 5

Матриця прогнозних значень агрегованих балансових показників  
ринку соняшникової олії України на 2018 р.

Показники \ Лінія тренду	Виробництво	Споживання	Експортно-імпортне сальдо
Лінійний	6096,62	449,78	5643,38
Поліноміальний	6049,89	468,97	5590,11
Ступеневий	5515,38	518,65	5059,86

Наступним кроком для отримання прогнозного значення балансу соняшникової олії України у 2018 р. є підбір такого сполучення прогнозних значень, які б найбільш точно відповідали загальному балансовому рівнянню (1). За принципами комбінаторики необхідно оцінити 27 варіантів сполучень прогнозів, що не повторюються.

Підбір найбільш вдалого сполучення прогнозних значень балансового рівняння (1) представлено в табл. 6.

Аналіз даних табл. 6 показує, що найбільш точно баланс соняшникової олії України (1) станом на 2018 р. відповідає варіант комбінації прогнозів під номером 1, оскільки саме він має мінімальне абсолютне відхилення від балансового рівняння. Прогнозні значення агрегованих змінних «Виробництво», «Споживання» та «Експортно-імпортне сальдо» цього варіанту отримані за допомогою лінійних трендів. Прогнозування показників за балансовим методом означає, що агреговане виробництво соняшникової олії в Україні в 2018 році

складе 6096,62 тис т, споживання буде на рівні 449,78 тис т, а експортно-імпортне сальдо буде позитивним, при чому експорт переважатиме імпорт на 5643,38 тис т.

Таблиця 6

Підбір найбільш вдалого сполучення прогнозних значень балансу соняшникової олії України на 2018 р.

Варіант комбінації	Виробництво	Споживання	Сальдо експорту-імпорту	Відхилення	Абсолютне відхилення
1	2	3	4	5	6
1	6096,62	449,78	5643,38	3,46	3,46
2	6096,62	449,78	5590,11	56,73	56,73
3	6096,62	449,78	5059,86	586,98	586,98
4	6049,89	449,78	5643,38	-43,27	43,27
5	5515,38	449,78	5643,38	-577,78	577,78
6	6096,62	468,97	5643,38	-15,73	15,73
7	6096,62	518,65	5643,38	-65,41	65,41
8	6049,89	468,97	5643,38	-62,46	62,46
9	6049,89	468,97	5590,11	-9,19	9,19
10	6049,89	468,97	5059,86	521,06	521,06
11	6096,62	468,97	5590,11	37,54	37,54
12	5515,38	468,97	5590,11	-543,7	543,7
13	6049,89	449,78	5590,11	10	10
14	6049,89	518,65	5590,11	-58,87	58,87
15	5515,38	518,65	5643,38	-646,65	646,65
16	5515,38	518,65	5590,11	-593,38	593,38
17	5515,38	518,65	5059,86	-63,13	63,13
18	6096,62	518,65	5059,86	518,11	518,11
19	6049,89	518,65	5059,86	471,38	471,38
20	6096,62	518,65	5590,11	-12,14	12,14
21	5515,38	449,78	5590,11	-524,51	524,51
22	5515,38	449,78	5059,86	5,74	5,74
23	5515,38	468,97	5059,86	-13,45	13,45
24	6049,89	449,78	5059,86	540,25	540,25



Продовж. табл. 6

1	2	3	4	5	6
25	6049,89	518,65	5643,38	-112,14	112,14
26	5515,38	468,97	5643,38	-596,97	596,97
27	6096,62	468,97	5059,86	567,79	567,79

Для наочності розглянуто графік, який відображає зміни в виробництві соняшникової олії (рис. 4).

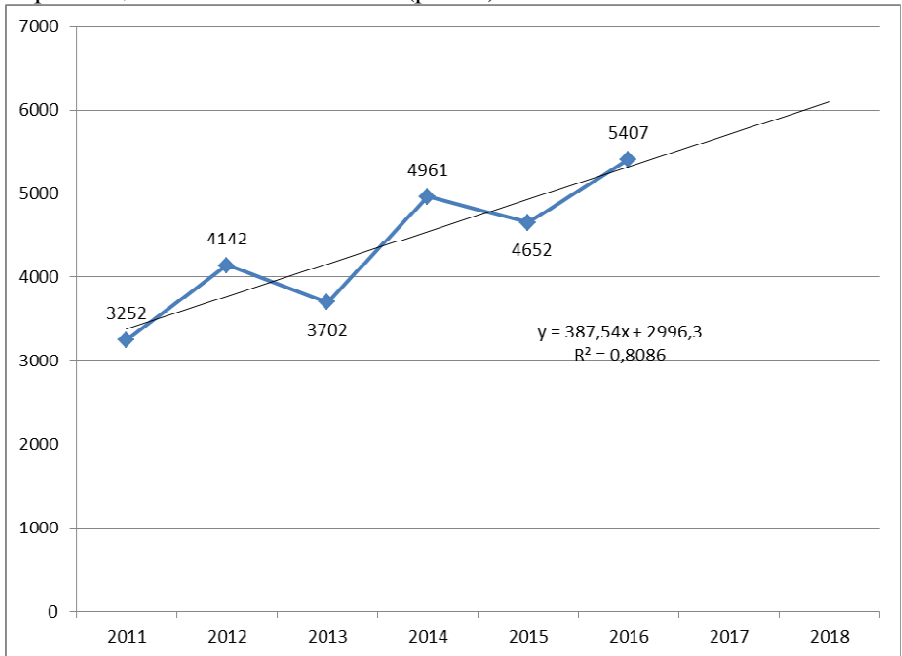


Рис. 4. Прогноз обсягу виробництва соняшникової олії за допомогою лінійного тренду (складено автором)

Візуальний аналіз графіка на рис. 4 дозволяє дійти висновку, що загальний обсяг виробництва соняшникової олії не має чітких етапів розвитку. Розвиток відбувається стрибками.

Найбільш точно обсяг виробництва описує рівняння лінійного тренду:

$$y = 387,54x + 2996,3$$

Обсяг виробництва у 2018 році складе 6096,62 тис т.

Найточніший прогноз споживання надає аналіз із використанням лінійного тренду.

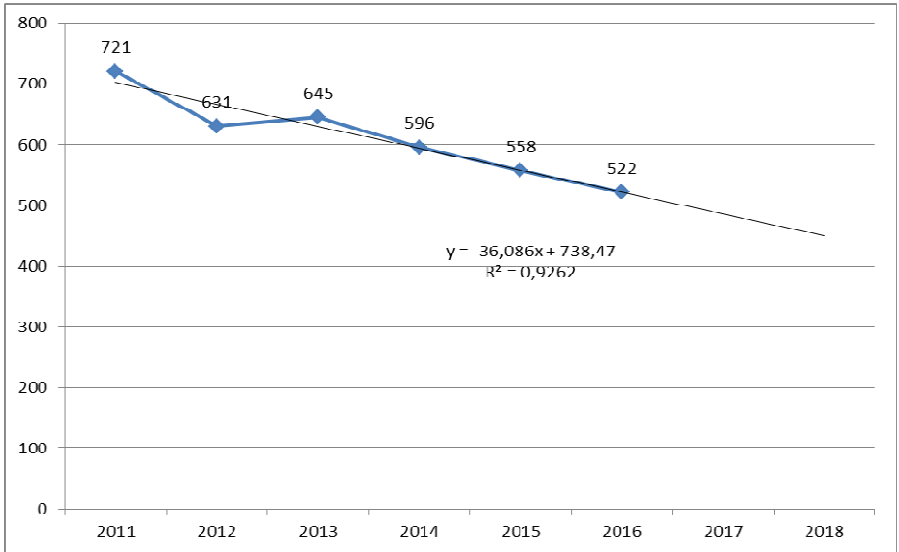


Рис. 5. Прогноз обсягу споживання соняшникової олії за допомогою лінійного тренду (складено автором)

На рис. 5 можна спостерігати тенденцію до зниження цього показника, починаючи з 2012 року.

Найбільш точно обсяг виробництва описує рівняння лінійного тренду:

$$y = -36,086x + 738,47$$

Обсяг споживання соняшникової олії у 2018 році складе 449,78 тис т.

Прогноз експортно-імпортного сальдо соняшникової олії за допомогою лінійного тренду наведено на рис.б.

Візуальний аналіз рис. 6 дозволяє дійти висновку, що експортно-імпортне сальдо соняшникової олії не має чітких етапів розвитку. Розвиток відбувається стрибками.

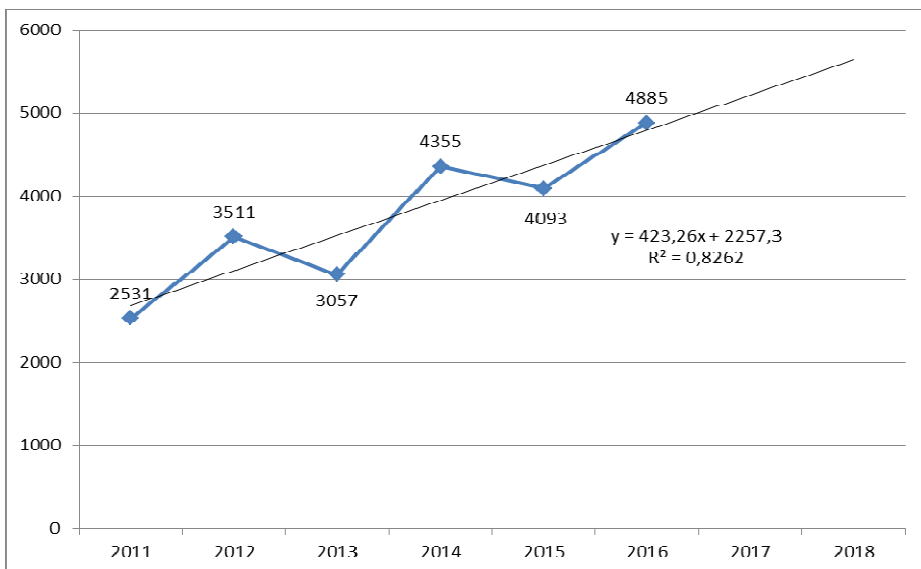


Рис. 6. Прогноз експортно-імпортного сальдо соняшникової олії за допомогою лінійного тренду (складено автором)

Найбільш точно обсяг виробництва описує рівняння лінійного тренду:

$$y = 423,26x + 2257,3$$

Після прогнозування внутрішнього ринку слід провести прогнозування місткості зовнішнього ринку. Прогнозування проводилось з використанням трендової моделі. Результат прогнозування обсягу виробництва соняшникової олії на світовому ринку наведено на рис. 7. Прогноз було побудовано за допомогою ступеневого тренду.

Візуальний аналіз рис. 7 дозволяє дійти висновку, що обсяг світового виробництва соняшникової олії має тенденцію до постійного збільшення

Обсяг виробництва описує рівняння ступеневого тренду:

$$y = 13,828x^{0,1187}$$

Обсяг світового виробництва соняшникової олії у 2018/19 МР складе 17,42 млн т.

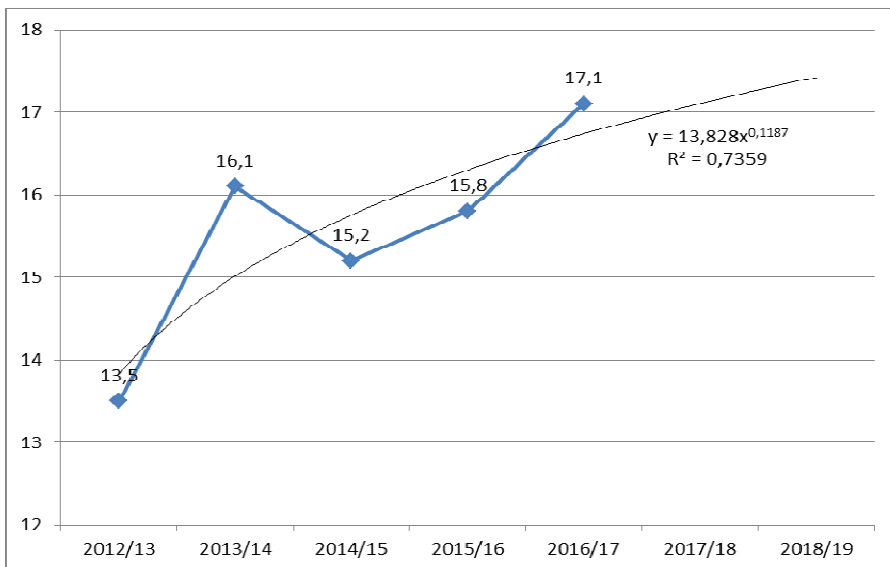


Рис. 7. Прогноз обсягу виробництва соняшникової олії на світовому ринку (складено автором)

**Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень.** Прогнозування – це оцінка, передбачення майбутнього розвитку обраного об'єкта управління. Воно повинно передувати плануванню. Головна мета прогнозування – це формування наукових передумов для прийняття управлінських рішень.

Найбільш точні прогностичні значення агрегованих змінних «Виробництво», «Споживання» та «Експортно-імпортне сальдо» отримані за допомогою лінійних трендів. Прогнозування показників за балансовим методом означає, що агреговане виробництво соняшникової олії в Україні в 2018 році складе 6096,62 тис т, споживання буде на рівні 449,78 тис т, а експортно-імпортне сальдо буде позитивним, при чому експорт переважатиме імпорт на 5643,38 тис т. Прогнозування обсягу виробництва соняшникової олії на світовому ринку проводилось з використанням ступеневого тренду. Обсяг світового виробництва соняшникової олії у 2018/19 МР складе 17,42 млн т.

## *Література*

1. Карпов В.А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: Навч. Посіб./ В.А. Карпов, В.Р.Кучеренко. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2003 – 284 с.

2. Конспект лекцій з курсу «Кон'юнктура товарних ринків» для студентів спеціальності 6.030507 «Маркетинг» / Укл.: В.В. Кузяк, Ю.Я. Добуш. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2013. – 200 с.

3. Кроніковський Д.О. Тенденції соняшникової олії України // Ефективна економіка. – 2014. – № 10. – С. 25-32.

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

5. Офіційний сайт Міністерства сільського господарства США [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>

6. Офіційний сайт статистики торгівлі для розвитку міжнародного бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.trademap.org/>

7. Шестак О.В. Сучасний стан та тенденції розвитку соняшникової олії // Вісник НТУ «ХПІ». Серія «Актуальні проблеми розвитку українського суспільства». – 2016. – № 6. – С. 132–137.

1. Karpov V.A. Marketynh: prohnozuvannya kon"yunktury rynku: Navch. Posib./ V.A. Karpov, V.R.Kucherenko. – K.: T-vo «Znannya», KOO, 2003 – 284 s.

2. Konspekt lektsiy z kursu «Kon"yunktura tovarnykh rynkiv» dlya studentiv spetsial'nosti 6.030507 «Marketynh» / Ukl.: V.V. Kuzyak, Yu.Ya. Dobush. – L'viv: Vydavnytstvo Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politekhnika», 2013. – 200 s.

3. Kronikovs'kyu D.O. Tendentsiyi sonyashnykovoyi oliyi Ukrayiny // Efektyvna ekonomika. – 2014. – # 10. – S. 25-32.

4. Ofitsiynny sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

5. Ofitsiynny sayt Ministerstva sil's'koho hospodarstva SShA [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.usda.gov/wps/portal/usda/usdahome>

6. Ofitsiyyny sayt statystyky torhivli dlya rozvytku mizhnarodnoho biznesu. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.trademap.org/>

7. Shestak O.V. Suchasnyy stan ta tendentsiyi rozvytku sonyashnykovoyi oliyi // Visnyk NTU «KhPI». Seriya «Aktual'ni problemy rozvytku ukrayins'koho suspil'stva». – 2016. – # 6. – S. 132–137.

- **Рецензент:** Уперенко М.О. – д.е.н., професор, зав. кафедри економічної теорії та економічної політики Одеського національного економічного університету

14.11.2017

УДК 303.71:330.33(477)

*Карнов Володимир, Кокош Сергій*

## **ПЕРЕВАГИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСТА ПОДІЛЬСЬК**

У роботі розглядається теоретичний аспект розробки стратегії розвитку міста, поняття стратегії розвитку міста. Проаналізовано соціально-економічний розвиток м. Подільськ, виявлено основні тенденції розвитку, визначені сильні та слабкі сторони міста. Запропоновано основні напрямки стратегії розвитку м. Подільськ, визначені стратегічні цілі соціально-економічного розвитку міста та операційні завдання.

**Ключеві слова:** стратегія, економічний розвиток, стратегічні цілі, завдання, пріоритети.

## **ПРЕИМУЩЕСТВА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГОРОДА ПОДОЛЬСКА**

В работе рассматривается теоретический аспект разработки стратегии развития города, понятие стратегии развития города. Проанализированы социально-экономическое положение г. Подольск, выявлены основные тенденции развития, определены сильные и слабые стороны развития города. Предложены основные направления стратегии развития г. Подольска, определены стратегические цели социально-экономического развития города и операционные задачи.

**Ключевые слова:** стратегия, экономическое развитие, стратегические цели, задачи, приоритеты.

*Карпов Vladimir, Kokosh Sergii*

## **BENEFIS OF FORMING A SOCIAL AND ECONOMIC STRATEGY FOR THE CITY OF PODOLSK**

Diploma thesis deals with theoretical aspects of writing a strategy for city such as the concept of the city development strategy. Diploma contains analysis of social and economic development of Podolsk, main tendencies of development, strengths and weaknesses of the city as well as possibilities. Author proposes economic development strategy of Podolsk, the strategic goals of the city's social and economic development, operational objectives.

**Key words:** strategy, economic development, strategic goals, tasks.

**Постанова проблеми в загальному вигляді.** В умовах глобалізаційних змін, що відбуваються, актуальними є пошуки моделі ефективного функціонування міста, принципів і методів управління місцевим розвитком (зокрема, щодо економічних, фінансових, соціальних, організаційних аспектів). Важливою формою реалізації зазначених аспектів місцевого розвитку є стратегічне планування, яке дає можливість впровадити ефективно управління містом як

єдиним організмом та забезпечити належний рівень життя його населення. За допомогою стратегій координуються зусилля всіх господарюючих суб'єктів міста для досягнення поставлених цілей; стратегії узгоджують діючий організаційно-економічний механізм муніципального управління із змінами, що виникають під час стратегічного планування соціально-економічного розвитку міста.

Актуальність впровадження системи стратегічного планування на рівні міст пов'язана з тим, що воно є визнаним у світовій практиці методом в системі управління, який дає можливість створювати умови і використовувати потенціал місцевої територіальної громади, консолідувати зусилля влади і населення для перспективного розвитку міста. Стратегічне планування дозволяє приймати обґрунтовані рішення з урахуванням стратегічних цілей розвитку міста.

Стратегія розвитку міста є базовим програмним документом, який відображає бачення розвитку міста на перспективу, ставить стратегічні цілі, закладає принципи їх досягнення та пропонує підхід до організації й управління процесом впровадження. Вона ставить за мету досягнення економічного зростання, збільшення добробуту, підвищення конкурентоспроможності економіки міста, комфорту життя населення та реалізацію інтересів усіх секторів територіальної громади міста.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми стратегічного планування розвитку міст розглядалися в наукових роботах як зарубіжних так і українських дослідників. Серед науковців насамперед слід виділити праці таких авторів, як: Р. Кемп, Е. Д. Блейкл, М. Портер, І. П. Данилов, Р. А. Фатхутдінов, Б. А. Чуб, А. З. Селезньова, Л. С. Шеховцева, А. І. Ковальов, А. В. Єрмішина, В. В. Меркушов, В. І. Відянін, Н. В. Сментина, М. В. Степанов, Ю. К. Перський, Н. Я. Калюжнова, К. Кропанцев, Н. Кухарська, А. Воротнікова, В. Н. Парахіна, К. А. Парахін та ін.

Вчені по різному трактують поняття «стратегія». Деякі визначення представлені у табл. 1

Аналіз поняття «стратегія» показує, що різні точки зору на стратегію як вітчизняних, так і закордонних вчених, дають у загальному випадку різні змістовні трактування. Це свідчить про складність, багатоаспектність і багатоплановість поняття «стратегія».



Таблиця 1

## Трактування поняття «стратегія»

Автор	Визначення
І. Ансофф [1]	Набір правил для прийняття рішень, якими суб'єкт управління керується в своїй діяльності. Метод встановлення довгострокових цілей, програми дій та пріоритетних напрямків розміщення ресурсів
М. Портер [2]	Спосіб реакції на зовнішні можливості й загрози, внутрішні сильні та слабкі сторони
М. Мінцберг [3]	Послідовна, узгоджена та інтегрована структура управлінських рішень
Б. Карлофф [4]	Узагальнена модель дій, які необхідні для координації та розподілу ресурсів суб'єкта управління
Е. А. Уткін [5]	Сукупність головних цілей суб'єкта управління й основних способів досягнення цих цілей
Р.А. Фагхутдінов [6]	Програма, план, генеральний курс суб'єкта управління по досягненню ним стратегічних цілей в будь-якій області діяльності

Домінуючим сьогодні є сприйняття стратегії як плану дій, але сучасні спеціалісти і консультанти зі стратегічного розвитку все частіше звертають увагу на стратегію як узгоджений напрямок. Таке їх бачення обумовлено тим, що “зовнішні умови стають все більш динамічними і складання плану на довгострокову перспективу не виправдовує себе через постійну необхідність вносити численні зміни. Натомість використання узгодженого довгострокового бачення дозволяє більш гнучко реагувати на зміни та дотримуватися чіткого курсу розвитку” [7, с. 6].

Отже, поняття “стратегія” має досить глибокі коріння та доволі широке поширення. Якщо узагальнити, то стратегія являє собою сукупність дій, що необхідні для досягнення цілей суб'єкта управління шляхом раціонального використання ресурсів.

Під стратегією розвитку міста необхідно розуміти систему дій та рішень органів місцевого самоврядування, представників громадськості, бізнесу та науковців стосовно вибору, розробки та реалізації стратегій, що включає в себе діяльність із визначення та досягнення запланованих цілей шляхом використання наявних та створення нових конкурентних переваг міста з метою забезпечення його сталого розвитку [8, с. 62].

### **Невирішені раніше частини загальної проблеми.**

Низький рівень ефективності управління як муніципальним, так і господарським комплексом міста Подільськ, непослідовність дій влади, зміни в економічній політиці держави зумовили потребу розробки стратегій економічного розвитку міста Подільськ з метою забезпечення належних умов життя для всіх мешканців міста та наближення стандартів життя до рівня провідних міст.

**Мета роботи** – дослідження теоретико-методологічних основ стратегічного планування на місцевому рівні та розробка стратегії економічного розвитку міста.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Подільськ – місто обласного підпорядкування і центр адміністративного району, крупний залізничний та автомагістральний вузол на півдні України, розміщене у північно-західній частині Одеської області, на відстані 188 км від обласного центру. Місто розміщене на вододілі річок Ягорлик і Тилигул і займає площу 2,5 тис. га [9].

Розташуванням міста на південно-західному порубіжжі України, у вузлі залізничних та шосейних шляхів напрямленням Київ-Одеса, з виходом на країни Північно-східної Європи та Причорномор'я визначило його важливе положення на мапі України.

Але аналіз основних показників соціально-економічного розвитку міста Подільська у 2014-2016 році свідчить, що робота господарського комплексу міста супроводжувалася певними об'єктивними складнощами, властивими для загального стану національної економіки, що пов'язано з військовими подіями в зоні АТО, які програмують українську політику та економіку, негативно впливають на соціальну складову життя українців.

При визначенні цілей розвитку міста обов'язковим є взаємозв'язок між ними, оскільки стратегічні цілі визначають головні орієнтири розвитку, а короткострокові пов'язують поточні дії з довгостроковими результатами, визначають швидкість отримання результатів діяльності окремих підсистем у найближчому майбутньому.

У стратегічних планах короткотермінові цілі набувають форму завдань (заходів), які у свою чергу дають змогу встановити зв'язок між потребами і можливостями розвитку регіону, оскільки

вони більш орієнтовані на використання наявного ресурсного потенціалу. Для відображення цілей розвитку регіону має використовуватися комплексний підхід, тобто створення системи цілей, яка б відображала потреби територіальної громади з точки зору як зовнішнього, так і внутрішнього середовища та була б підпорядкована місії розвитку територіальної громади. Це можна забезпечити за допомогою декомпозиції цілей і завдань, тобто побудови “дерева цілей”, для встановлення конкретних завдань, які лежать в основі конкретних видів робіт.

Зміст цілей має відповідати завданням, які необхідно вирішити для розв’язання визначених раніше головних проблем щодо реалізації стратегічної мети розвитку регіону. Пріоритетність досягнення цілей обґрунтовується за ступенем невідкладності їх розв’язання. Найвищий пріоритет мають цілі, досягнення яких сприятиме комплексному вирішенню декількох проблем (наприклад, створення умов для всебічного та гармонійного розвитку людини, згортання екологічно небезпечних, економічно та соціально неефективних виробництв; підвищення освітнього рівня населення та забезпечення доступності освіти; розбудова регіональної та участь у розвитку міжрегіональної, загальнодержавної інфраструктури, що сприятиме конкурентноздатності міста та залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій.

Виходячи з принципу реалістичності, кількість стратегічних цілей не повинна перевищувати п’яти. Стратегічні цілі розвитку регіону послідовно у порядку зменшення їх пріоритетності співставляють з їх комплексною ефективністю, можливостями реалізації. Це дозволить відібрати стратегічні цілі, які можуть бути реалізовані у середньостроковій перспективі.

Стратегічні цілі мають бути представлені як серія операційних цілей (завдань), які становлять комплекси заходів та визначають більш конкретні завдання, що згодом можуть стати програмами дій. Щодо кожної з визначених операційних цілей, то необхідно подати: обґрунтування вибору цілі; опис заходів, які передбачаються для її досягнення; визначення необхідних ресурсів, обґрунтування тривалості досягнення; визначення головних учасників реалізації; розрахунок загальної вартості та можливі джерела фінансування; рекомендовані інструменти і процедури реалізації; систему індикаторів (критерії) досягнення цілі.

Розглянемо рішення проблеми на прикладі економічного розвитку громади. У таблиці 2 наведена схема взаємоузгодження основних пріоритетних стратегічних цілей стратегічного напрямку розвитку м. Подільск.

Таблиці 2  
Стратегічні та операційні цілі за напрямом А «Економічний розвиток громади»

Стратегічна ціль 1. Створення сприятливих умов для залучення стратегічних інвесторів з новими конкурентоспроможними технологіями	Стратегічна ціль 2. Розвиток підприємництва
Операційна ціль 1. Формування привабливого інвестиційного клімату. Операційна ціль 2. Створення інвестиційних продуктів для розвитку промисловості.	Операційна ціль 1. Дослідження потреб мешканців. Операційна ціль 2. Навчання та консультування зі створення бізнесу. Операційна ціль 3. Розвиток зеленого туризму. Операційна ціль 4. Маркетинг громади, формування бренду громади.

Стратегічна ціль 1 – Створення сприятливих умов для залучення стратегічних інвесторів з новими конкурентоспроможними технологіями містить у своєму складі такі операційні цілі: формування привабливого інвестиційного клімату; створення інвестиційних продуктів для розвитку промисловості. Низка проектів, пов'язаних зі стратегічним інвестуванням в межах напрямку спрямована на подолання наступних проблем: недостача робочих місць, відсутність зовнішніх інвестицій, наявність непрацюючих підприємств, що потребували модернізації.

Створення сприятливих умов для залучення стратегічних інвесторів із новими конкурентоспроможними технологіями дозволить пожвавити економічну діяльність на селі шляхом розширення сільськогосподарського виробництва та впровадження інтенсивних технологій; розширити спектр альтернатив

сільськогосподарського виробництва шляхом запровадження нових сільськогосподарських культур, нових порід у тваринництві та виробництві органічної продукції. Економічний розвиток через залучення зовнішніх ресурсів впливатиме на покращення життєвих умов у сільських територіях, самоорганізацію населення, розвиток інформаційної та освітньої інфраструктури, збереження народних традицій на сільських територіях та зв'язки між містом та селами об'єднаної громади. Показниками моніторингу є такі: кількість створених нових робочих місць; рівень середньої заробітної плати на нових, розширених та модернізованих підприємствах.

Результат: створено нові інвестиційні продукти для розвитку промисловості. Показник виконання: кількість підприємств, що почали (або закінчили етап) створення нових виробництв, розширення або модернізацію у зв'язку з новими можливостями.

Стратегічна ціль 2 – розвиток підприємництва містить у своєму складі такі оперативні цілі: дослідження потреб мешканців; навчання та консультування зі створення бізнесу; розвиток зеленого туризму; маркетинг громади, формування бренду громади.

Для збалансованого економічного розвитку громади потрібна підтримка малого та середнього бізнесу, відтак однією з цілей визначено «Розвиток підприємництва». Зокрема є необхідність в переорієнтації частини місцевих підприємців з торгівлі на інші сектори, що сприятиме розвитку альтернативного виробництва, сфери послуг та створенню передумов для залучення інвесторів у громаду. Завдяки розвитку малого бізнесу можливе створення нових робочих місць, що потребує певної підтримки, такої, як дослідження потреб громади в послугах і пропозиції для потенційних підприємців у вигляді маркетингової інформації для створення підприємств. Для забезпечення інформаційної підтримки розвитку бізнес-середовища та громади розроблено є проекти, які передбачають створення системи навчання для підприємців щодо організації соціальних підприємств (що в перспективі сприятиме виробництву в місті нових послуг і товарів). Доцільно консультувати з питань розробки бізнес-планів для створення в громаді нових підприємств із робочими місцями не тільки городян, а й селян. Розвиток фірмової торгівлі, яка є гарантом якості та надійності, забезпечить споживачів якісними продуктами харчування.

Результат: визначені головні потреби мешканців громади та доведені до діючих (потенційних) підприємств. Показник виконання: кількість створених нових робочих місць; рівень середньої заробітної плати на нових підприємствах.

**Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень.** Сполучною ланкою між цілями розвитку міста і існуючими проблемами виступає стратегія. Під стратегією розвитку міста необхідно розуміти систему дій та рішень органів місцевого самоврядування, представників громадськості, бізнесу стосовно вибору, розробки та реалізації стратегії, що включає в себе діяльність із визначення та досягнення запланованих цілей шляхом використання наявних та створення нових конкурентних переваг міста з метою забезпечення його сталого розвитку.

У роботі описано стратегічні та оперативні цілі за одним стратегічним напрямком розвитку м. Подільськ. У цілому стратегія включає в себе: заходи, результати та показники в розрізі 6-ти оперативних цілей. Усі цілі спрямовано на забезпечення економічного зростання міста, покращення середовища проживання мешканців, створення комфортних умов для праці та відпочинку, для досягнення максимальної ефективності соціальних інвестицій компанії щодо сталого розвитку громади.

Таким чином перевагою формування соціально-економічного розвитку міста полягає в тому, що при її підготовці розглядається вся специфіка міста. Дається можливість побачити сильні та слабкі сторони, визначити цілі яким мають приділяти більшої уваги.

### *Література*

1. Ансофф И. Стратегическое управление: пер. с англ. / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1999. – 520 с.
2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов: пер.с англ. / М. Портер. – М.: Альбина Бизнес Бук, 2012. – 454 с.
3. Минцберг Г. Стратегический процесс: пер. с англ. / Г.Минцберг, Д.Б.Куинн, С.Гошал; под. ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2011. – 688 с.
4. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепции, содержание,

символы: пер. с англ. / Б. Карлофф. – М.: Экономика, 2001. – 239 с.

5. Уткин Э.А. Финансовое управление / Э.А. Уткин. – М.: Тандем, 2007. – 207 с.

6. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 312 с.

7. Комплексна стратегія розвитку Львова 2012-2025 [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – 114 с. – Режим доступу: [http://www.city-institute.org/images/stories/files/strategy\\_last.pdf](http://www.city-institute.org/images/stories/files/strategy_last.pdf).

8. Герасимчук З. В. Стратегічне управління сталим розвитком м. Луцька: проблеми та перспективи / З. В. Герасимчук, О. В. Середа // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка. – 2014. – Вип. 11. – С. 60-74.

9. Програма соціально-економічного розвитку міста Подільська на 2017 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://websystem.kotovsk-city.gov.ua>

10. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проєктів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.

11. Андрейченко А. В. Аналіз ринкової кон'юнктури: навч. посіб. / А. В. Андрейченко, С. А. Горбаченко, В. А. Карпов, В. Р. Кучеренко. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 344 с.

12. Звєряков М.І., Ковальов А.І, Карпов В.А. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. – Одеса: «Астропринт», 2012. – 125 с.

1. Ansoff Y. Stratehicheskoe upravlenye: per. s anhl. / Y. Ansoff. – М.: Экономыка, 1999. – 520 с.

2. Porter M. Konkurentnaya stratehyya: Metodyka analiza otrasley y konkurentov: per.s anhl. / M. Porter. – М.: Al'byna Byznes Buk, 2012. – 454 с.

3. Myntsberh H. Stratehicheskyy protsess: per. s anhl. / H.Myntsberh, D.B.Kuynn, S.Hoshal; pod. red. Yu.N. Kapturevskoho. – SPb.: Pyter, 2011. – 688 с.

4. Karloff B. Delovaya stratehyya: kontseptsyy, sodержanye, symvoly: per. s anhl. / B. Karloff. – М.: Экономыка, 2001. – 239 с.

5. Utkyn Э.А. Fynansovoe upravlenye / Э.А. Utkyn. – М.: Tandem, 2007. – 207 с.

6. Fatkhutdinov R.A. Konkurentosposobnost': ekonomyka, stratehiya, upravlenye / R.A. Fatkhutdinov.– M.: YNFRA-M, 2010.–312 s.
7. Kompleksna stratehiya rozvytku L'vova 2012-2025 [Elektronnyy resurs] // L'vivs'ka mis'ka rada. – 114 s. – Rezhym dostupu: [http://www.city-institute.org/images/stories/files/strategy\\_last.pdf](http://www.city-institute.org/images/stories/files/strategy_last.pdf).
8. Herasymchuk Z. V. Stratehichne upravlinnya stalym rozvytkom m. Luts'ka: problemy ta perspektyvy / Z. V. Herasymchuk, O. V. Sereda // Ekonomichni nauky. Seriya: Rehional'na ekonomika. – 2014. – Vyp. 11. – S. 60-74.
9. Prohrama sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku mista Podil's'ka na 2017 rik. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://websystem.kotovsk-city.gov.ua>
10. Karpov V.A. Planuvannya ta analiz pidpryemnyts'kykh proektiv. – Odesa: ONEU, 2014. – 243 s.
11. Andreychenko A. V. Analiz rynkovoyi kon"yunktury: navch. posib. / A. V. Andreychenko, S. A. Horbachenko, V. A. Karpov, V. R. Kucherenko. – Odesa: ONEU, 2014. – 344 s.
12. Zvyeryakov M.I., Koval'ov A.I., Karpov V.A. Stratehiya ekonomichnoho ta sotsial'noho rozvytku Odes'koyi oblasti do 2020 roku. – Odesa: «Astropynt», 2012. – 125 s.

*Рецензент: Ковальов А.І. д.е.н., професор, проректор з наукової роботи, Одеський національний економічний університет*

*21.11.2017*

УДК 330.44

*Кодрик Алена*

## **АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ARTIZANA» И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОСНОВНЫХ КОНКУРЕНТОВ**

На современном этапе экономического развития финансовый анализ является главным в оценке и прогнозировании финансового



состояния предприятия. проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике государства. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности государства и его органов в области обеспечения конкурентоспособности национальной экономики.

Объект исследования – процесс развития предприятия. В работе рассматриваются теоретические основы развития предприятия. Проанализировано финансовое состояние деятельности швейной фабрики «ARTIZANA» и основных конкурентов

**Ключевые слова:** анализ, конкурентоспособность, эффективность, предприятие, основные конкуренты.

*Кодрик Альона*

## **АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА АТ«ARTIZANA» ТА ДІЯЛЬНОСТІ ОСНОВНИХ КОНКУРЕНТІВ**

На сучасному етапі економічного розвитку фінансовий аналіз є головним в оцінці і прогнозуванні фінансового стану підприємства. проблема конкурентоспроможності займає центральне місце в економічній політиці держави. Створення конкурентних переваг перед суперником стає стратегічним напрямком діяльності держави та її органів у сфері забезпечення конкурентоспроможності національної економіки.

Об'єкт дослідження – процес розвитку підприємства. У роботі розглядаються теоретичні основи розвитку підприємства. Проаналізовано фінансовий стан діяльності швейної фабрики «ARTIZANA» і основних конкурентів

**Ключові слова:** аналіз, конкурентоспроможність, ефективність, підприємство, основні конкуренти.

## **ANALYSIS OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISE OF JSC «ARTIZANA» AND ACTIVITIES OF MAIN COMPETITORS**

At the present stage of economic development, financial analysis is the main one in assessing and forecasting the financial condition of an enterprise. the problem of competitiveness is central to the economic policy of the state. The creation of competitive advantages over the opponent becomes a strategic direction of the state and its bodies in the field of ensuring the competitiveness of the national economy.

The object of research is the process of enterprise development. The theoretical bases of enterprise development are considered in the work. The financial status of the garment factory "ARTIZANA" and its main competitors

**Keywords:** analysis, competitiveness, efficiency, enterprise, main competitors.

Швейная промышленность является одной из крупных отраслей лёгкой промышленности, призванной удовлетворять возрастающие потребности людей в одежде. Сегодня многие потребители предпочитают покупать не в бутике, а в салоне при фабрике.

Смысл финансового анализа в оценке и прогнозировании финансового состояния предприятия по данным бухгалтерского учета и отчетности. Финансовое состояние предприятия — это движение денежных потоков, обслуживающих производство и реализацию его продукции[1].

В Украине по состоянию на 2017 год зарегистрировано 1,9 тыс организации оказывающих услуги по направлениям: ремонт и изготовление швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий[2].

На основе финансовой отчетности компании «ARTIZANA» с 2013 года по 2016 год основные средства постепенно уменьшались (с 52912 тыс.грн до 50027 тыс.грн), как и все

необоротные активы (с 55848 тыс. грн. до 52883 тыс.грн.). Всего оборотные активы до 2015 года увеличивались,но в 2016 году по сравнению с 2015 годом уменьшились на 9252 тыс.грн., т.е. на 34,12%, в основном из-за уменьшения дебиторской задолженности за товары. Дебиторская задолженность в 2016 году уменьшилась почти в 3 раза(2,87%), в денежном эквиваленте разница за год составила 7945 тыс.грн. Собственный капитал на протяжении 4 лет фактически не менялся.

На данный момент основными конкурентами предприятия «ARTIZANA» являются такие компании как:

- «AO Bălțeanca»,
- «Ionel»,
- «Tricon».

Эти компании на протяжении многих лет зарекомендовали себя как надежного поставщика одежды.

«AO Bălțeanca» производитель женской верхней одежды. В ассортименте производителя женской одежды имеются коллекции разных сезонов: весенние и зимние модели: это куртки, пальто, демисезонное пальто, плащи, ветровки. Одежда от «AO Bălțeanca» прекрасно зарекомендовала себя на рынке и пользуется успехом уже более десяти лет. Благодаря превосходному качеству моделей, являемся одной из лидирующих фирм — поставщиков женской верхней одежды. Модели женских курток «AO Bălțeanca» пользуются огромной популярностью у всех женщин любого возраста [3].

«Ionel» производят верхнюю женскую одежду, соответствующую мировым стандартам качества и последним тенденциям моды, а именно женские кашемировые пальто, зимние пальто, женские куртки, плащи, теплые плащи. [4].

«Tricon» – высококачественный производитель женской и мужской верхней одежды. «Zimaletto» зарекомендовал свой товар только с хорошей стороны с высоким качеством и доступными ценами. Производитель «Tricon» обладает широким ассортиментом женской и мужской верхней одежды [5]. Таким образом, была составлена сравнительная характеристика конкурентов компании «ARTIZANA» по критериям, представленная в таблице 1.

Как видно из таблицы 1.1, такое крупное швейное предприятие, как «Ionel» производят качественную одежду высокого уровня, они отдают предпочтение работе на польском и румынском рынках, поэтому большая часть продукции, производимой им, идет на экспорт. «АО Bălțeanca» также имеет надежную репутацию, но с низким уровнем цен. Компания «Tricon» показала, что ее критерии ниже, чем в других компаниях, однако высокое качество и средние цены привлекают покупателей.

Оценка конкурентных преимуществ предприятия является неотъемлемым элементом деятельности любого хозяйствующего субъекта. Важность проведения такой оценки обусловлена целым рядом обстоятельств. Среди главных можно назвать необходимость разработки мероприятий по усилению конкурентных преимуществ предприятия, выбор предприятием партнера для организации совместной деятельности, привлечение средств инвестора в перспективное направление бизнеса, составление программы выхода предприятия на новые рынки сбыта и другие. В любом случае проведение оценки преследует цель: определить положение предприятия на рынке.

Таблица 1

Сравнительная характеристика конкурентов

Критерии	Основные конкуренты			ARTIZANA
	АО Bălțeanca	Ionel	Tricon	
Качество	Среднее	Высокое	Высокое	Высокое
Индивидуальный подход	Стандартный подход	Высокого уровня, не стандартный подход	Индивидуальный подход	Не стандартный подход
Уровень цен	Низкий	Высокий	Средний	Средний
Местонахождение	Бельцы	Кишинев	Кагул	Кишинев
Исключительность услуг	Услуга стандарт	Услуга стандарт	Исключительная услуга	Услуга-новинка
Репутация	Надежная репутация	Надежная репутация	Средняя репутация	Надежная репутация

Примечание: составлено автором на основе социального опроса.

На каждом предприятии существует система анализа и оценки актуальности конкурентного преимущества товара, так как в условия насыщения рынков и роста предложений от предприятий конкурентов важно сохранять и укреплять конкурентоспособность товара [6]. Был проведен сравнительный анализ конкурентного преимущества товара с товарами конкурентов.

Оценка проводилась по 3-х бальной шкале, где:

1 балл – параметр полностью не отражен в конкурентном преимуществе товара;

2 балла – параметр отражен в конкурентном преимуществе товара не полностью;

3 балла – параметр полностью отражен в конкурентном преимуществе товара.

Результаты оценки конкурентных преимуществ, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Оценка конкурентных преимуществ товара  
(составлено автором на основе сравнительного анализа)

Параметры	Конкурентное преимущество «ARTIZANA» предприятия	Конкурентное преимущество предприятия «AO Balfanca»	Конкурентное преимущество Предприятия «lonel»	Конкурентное преимущество предприятия «Tricon»
Уникальность	3	3	2	2
Долговечность	3	3	3	2
Вызывает доверие	2	3	3	2
Продажа товара	2	2	2	2
Сложно копируемое	3	2	2	1
Общий балл	13	13	12	9
% от идеального КП	86,7	86,7	80	60

Исходя из этих данных таблицы видно, что главным конкурентом предприятия «ARTIZANA» является предприятие «AO Balfanca», но параметры товара предприятия «ARTIZANA»

так же являются конкурентоспособными. Это говорит о том, что компания занимает лидирующее место на рынке, но все равно требуется доработка параметров конкурентного преимущества.

В дальнейшем был приведен SWOT-анализ предприятия «ARTIZANA» для того, чтобы рассмотреть сильные и слабые стороны, а так же возможности и угрозы «ARTIZANA» (табл. 3).

Таблица 3

SWOT-анализ деятельности «ARTIZANA»

<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Широкий ассортимент продукции</li> <li>2. Надежные поставщики материалов</li> <li>3. Надежность и высокое качество производимого товара</li> <li>4. Использование современных технологий</li> <li>5. Постоянный состав высококвалифицированного персонала</li> <li>6. Высокая рентабельность</li> </ol>	<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недостаток производственных мощностей</li> <li>2. Нехватка высококвалифицированных менеджеров</li> <li>3. Неэффективная маркетинговая деятельность</li> <li>4. Износ и моральное устаревание отдельных видов оборудования</li> </ol>
<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличение производства за счет открытия нового цеха</li> <li>2. Уход конкурентов с рынка производства верхней женской и мужской одежды</li> <li>3. Расширение ассортимента продукции</li> <li>4. Собственная лаборатория, возможность создания нового вида продукта</li> <li>5. Возможность расширение рынка сбыта</li> </ol>	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сильная конкуренция со стороны других производителей</li> <li>2. Изменение покупательных предпочтений</li> <li>3. Рост уровня цен на материалы</li> <li>4. Колебание курсов валют</li> <li>5. Ухудшение политической обстановки</li> </ol>

По результатам SWOT-анализа можно выделить такие сильные стороны как широта ассортимента продукции изготавливаемой на предприятии «ARTIZANA», надежность и своевременность поставляемого материала, так же сильной стороной является то, что предприятие «ARTIZANA» использует

современные технологии в производстве. Что касается слабых сторон, то к ним можно отнести такие факторы как недостаток производственных мощностей, нехватку высококвалифицированных менеджеров, а так же слабую маркетинговую деятельность предприятия из-за чего слабо расширяется круг потребителей предприятия «ARTIZANA».

Таким образом, были оценены основные конкуренты «ARTIZANA» на территории Республики Молдова, рассмотрены их преимущества и недостатки по определенным критериям.

### *Литература*

1. Анализ финансового состояния предприятия // Экономический анализ/. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/finansovyy-analiz-predpriyatiya.html>

2. Майструк Я. Українські національні новини: інформаційне агенство от 23.11.2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unn.com.ua/ru/news/>

3. Официальный сайт компании «АО Bălţeanca». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vocea.md/be-ltsanka-70-let-v-legkoj-promy-shlennosti/>

4. Официальный сайт предприятия «Ionel». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ionel.md/ru/>

5. Официальный сайт предприятия «Tricon». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tricon.md/ru/>

6. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика: монографія / Н.П. Тарнавська – Тернопіль: Економічна думка, 2008. – 570 с.

1. Analyz fynansovoho sostoyanyya predpryyatyua // Ekonomycheskyu analiz/. [Электронны resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/finansovyy-analiz-predpriyatiya.html>

2. Mastruk Ya. Ukrayins'ki natsional'ni novyny: ynformatsyonnoe ahenstvo ot 23.11.2015. [Электронны resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.unn.com.ua/ru/news/>

3. Ofytsyal'nyy sayt kompanyy «AO Bălţeanca». [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://vocea.md/be-ltsanka-70-let-v-legkoj-promy-shlennosti/>

4. Ofytsyal'nyy sayt predpnyatyya «Ionel». [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <https://ionel.md/ru/>

5. Ofytsyal'nyy sayt predpnyatyya «Tricon». [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.tricon.md/ru/>

6. Tarnavs'ka N.P. Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpnyemstv: teoriya, metodolohiya, praktyka: monohrafiya / N.P. Tarnavs'ka – Ternopil': Ekonomichna dumka, 2008. – 570 s.

*Рецензент: Балджи М.Д. д.е.н., професор, кафедра економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет*

9.11.2017

УДК 656.615:339.137.2

*Короленко Наталія, Садовнік Ірина*

## **МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ МОРСЬКИХ ПОРТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ**

В статті розглядається сучасний стан морської транспортної галузі України. Глобалізаційні процеси визначають необхідність з'ясування та ефективного використання конкурентних переваг логістичних систем морського порту на національному та міжнародному рівнях. Вони забезпечують стабільне та довгострокове зростання економіки та конкурентоспроможності країни, отже особлива увага приділяється саме дослідженню проблем функціонування морських портів, як за зовнішніми, так і за внутрішніми чинниками. Аналізовані найбільші морські порти України за вантажообігом та якістю надання морських транспортних послуг, також надається оцінка транспортної інфраструктури



України в цілому. Надані пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності українських портів в умовах глобалізації.

**Ключові слова:** вантажообіг, зовнішня торгівля, глобалізаційні процеси, підприємство морської транспортної галузі, міжнародні перевезення вантажів, інтеграція у світовий простір.

*Короленко Наталья, Садовник Ирина*

### **МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МОРСКИХ ПОРТОВ УКРАИНЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ**

В статье рассматривается современное состояние морской транспортной отрасли Украины. Глобализационные процессы определяют необходимость определения и использования конкурентных преимуществ логистических систем морского порта на национальном и международном уровнях. Они обеспечивают стабильный и долгосрочный рост экономики и конкурентоспособности страны, следовательно, особое внимание уделяется именно исследованию проблем функционирования морских портов, как по внешним, так и по внутренним факторам. Проанализированы крупнейшие морские порты Украины по грузообороту и качеству предоставляемых услуг морского транспорта, также дается оценка транспортной инфраструктуры Украины в целом. Представлены предложения по повышению конкурентоспособности украинских портов в условиях глобализации.

**Ключевые слова:** грузооборот, внешняя торговля, глобализационные процессы, предприятие морской транспортной среды, международные перевозки грузов, экономическая интеграция.

*Korolenko Natalija, Sadovnik Iryna*

### **INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF UKRAINIAN SEA PORTS IN THE TERMS OF GLOBALIZATION: WAYS FOR IMPROVEMENT**

The article examines the current state of the maritime transport industry in Ukraine. Globalization processes determine the need for clarification and effective use of the competitive advantages of the

seaports logistics systems at the national and international levels. They provide stable and long-term growth of the economy and competitiveness of the country, therefore special attention is paid to studying the problems of functioning of sea ports, both external and internal factors. The analysis of the largest seaports of Ukraine in terms of cargo turnover and the quality of sea transport services provision is carried out, an assessment of Ukraine's transport infrastructure as a whole is provided. It is offered the proposals to improve the competitiveness of Ukrainian ports in the context of globalization.

**Keywords:** cargo turnover, foreign trade, globalization processes, entity of sea transport industry, international cargo transportation, economic integration.

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації економіки, що передбачає створення єдиного світового простору без кордонів, роль постійного зв'язку між країнами надається транспортному комплексу, зокрема портам. Оскільки через територію України проходять важливі міжнародні транспортні коридори, надання конкурентоспроможних портових послуг є важливою ланкою для успішної інтеграції України зі світовим простором.

Низький рівень конкурентоспроможності українських портових підприємств є основним стримуючим фактором збільшення кількості міжнародних перевезень. Ефективність та висока конкурентоспроможність підприємств морської транспортної галузі – це одна зі складових економічної могутності держави та успішної економічної інтеграції. Тож постає необхідність дослідити сучасну конкурентоспроможність морських портів на міжнародних ринках та шляхи її підвищення.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Теоретичні засади стосовно забезпечення конкурентоспроможності транспортних підприємств розглядали Б.В. Буркинський, А.І. Бутенко, О.М. Котлубай, В.О. Котлубай, А.Л. Колодін, О.В. Меркт. Питання підвищення конкурентоспроможності приморських регіонів України в своїх працях розглядали Гранберг А. Г., Дергачов В. О., Лук'яненко Д. Г., Осипов В. М., Портер М., Хосперс Г.Я. та ін.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є проаналізувати стан морських транспортних послуг України та

виокремити проблеми, що стримують підвищення конкурентоспроможності морських портів та визначити перспективи розвитку міжнародної конкурентоспроможності підприємств морської транспортної галузі в умовах глобалізації.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В сучасних умовах неможливо уявити функціонування будь-якого підприємства міжнародної діяльності без налагодженої мережі транспортного сполучення. У роботах авторів було висвітлено стан підприємств морської транспортної галузі та стратегічні шляхи щодо підвищення міжнародної конкурентоспроможності. Проте у теперішній час економічна система світу переживає процес глобалізації, і підприємства мають адаптуватись до цих змін. Саме тому постає необхідність розглянути питання морської конкурентоспроможності українських підприємств у сучасному стані та приділити увагу практичній діяльності формування конкурентних переваг в умовах комплексної взаємодії економічних систем світу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Глобалізація торговельно-економічних зв'язків у XXI ст. робить морський транспорт одним з найвпливовіших важелів економічної інтеграції. Транспортна галузь має важливе значення для розвитку економіки і зовнішньоекономічних зв'язків нашої країни. Адже, з одного боку, транспорт – це ключовий інфраструктурний компонент зовнішньої торгівлі, а з іншого - торгівля послугами, яка забезпечує більше як 23% всього українського зовнішньоторговельного обороту у сфері послуг.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємств морського транспорту відбувається в основному за рахунок експортно-імпорتنих операцій, пов'язані з роботою флоту. До них належать такі види операцій, як перевезення вантажів і пасажирів; експорт та імпорт послуг, пов'язаних з агентствами та іншими видами обслуговування морських суден; фрахтування суден; оренда судового обладнання (контейнери, трейлери і т.п.).

Україна має дуже вигідне географічне розташування для ведення зовнішньої торгівлі. Через територію нашої країни проходять важливі транспортні коридори як Європейського Союзу, так і країн Чорноморського Економічного Співробітництва.

На даний момент в Україні налічується 18 морських зовнішньоторговельних портів, 12 портпунктів та 4 морських рибних порти. До технічного оснащення портових територій належать близько 600 порталних кранів, десятки тисяч різноманітних навантажувачів та інших інструментів портового оснащення. До портів відносяться понад 330 тис. м<sup>2</sup> критих складських площ і 2,5 млн. м<sup>2</sup> відкритих складів [1].

Серед підприємств морської транспортної галузі слід визначити такі морські торговельні порти як Миколаївський, Херсонський, порт «Октябрськ», що функціонують за рахунок обробки як навалних, так і генеральних вантажів.

Бердянський і Маріупольський порти, що знаходяться біля найбільш розвинених районів промислового виробництва України - Донбасу і Придніпров'я, тож ці порти в основному здійснюють експортні операції вивозу металу, вугілля та іншої промислової продукції, значна частка цього експорту згодом транспортуються до портів у гирлі Дунаю - Ренійський, Ізмаїльський і Усть-Дунайський у країни Придунав'я та Центральної Європи.

Однак, найбільшими портами України залишаються Одеський, Іллічівський та порт «Южний», адже саме вони забезпечують 60% усього вантажообігу українських морських торговельних портів [2].

Ці порти забезпечують перевалку та зберігання зовнішньоторговельних вантажів різноманітної номенклатури, обробку суден всіх прапорів і типів з максимальною осадкою до 14 м. і вантажопідйомністю (дедвейтом) до 100 тис. т.; забезпечення норм Конвенції SOLAS-74 і Міжнародного кодексу з охорони суден і портових засобів (ISPS); та заходів щодо збереження навколишнього середовища на території порту та у припортових водах.

Однією з найбільших важливих характеристик Одеського порту та порту «Южний» є їх універсальність. Спеціалізовані термінали порту з великим парком перевантажувальної техніки і вантажоохоплювальних пристроїв дозволяють перевантажувати широкий діапазон вантажів, що надає цим портам конкурентні переваги серед інших портів України (табл. 1).

Отже, згідно з даними Асоціації морських портів України можна зробити висновок, що в цілому вантажообіг морських портів має тенденцію до зменшення. Проте, українські порти готові

приймати більше вантажу за рахунок покращення якості надання послуг та зменшення собівартості, адже більшість портів України мають необхідне устаткування для збільшення вантажообігу. Наприклад, порт «Южний» є найбільш глибоководним портом України, найбільшим за вантажообігом та за дохідністю підприємством морської транспортної галузі, тож найперспективнішим для розвитку. Спеціалізація порту, в основному, охоплює перевалку хімічних, генеральних вантажів, в тому числі вугілля, металу, чавуну, окатишів, карбаміду, пальмового масла, аміаку, метанолу, нафти, зерна. Основними напрямками перевезень є Чорноморський і Середземноморський басейн; Латинська Америка, США; Близький Схід; Південно-Східна Азія [4].

Таблиця 1

Вантажообіг найбільших портів України  
(складено авторами на основі [3])

Назва порту	Всього вантажів, тис.т.				
	2014	2015	% в порівнянні з 2015	2016	% в порівнянні з 2016
1	2	3	4	5	6
Бердянський морський порт	3197,1	4450,8	139,2	3800,7	85,4
Білгород-Дністровський морський порт	614,72	715,7	116,4	462,93	64,7
Євпаторійський морський порт	176,43	-	-	-	-
Ізмаїльський морський порт	3092,98	4825,2	156	5682,62	117,8
Іллічівський морський порт	17613,18	17298,39	98	15942	92,2
Керченський морський порт	400,70	-	-	-	-
Маріупольський морський порт	13003,2	8984,04	69,1	7603,5	84,6
Миколаївський морський порт	20802,83	22232	106,9	22424,31	100,9
Одеський морський порт	24579,15	25585,85	104,1	25580,85	98,7
Ренівський морський порт	1464,76	906,93	61,9	972,37	107,2
Севастопольський морський порт	1125,5	-	-	-	-

Продовж. табл. 1

1	2	3	4	5	6
Скадовський морський порт	58,38	37,9	64,9	32,9	86,8
СМП «Октябрьск»	6975,07	6911,11	99,1	6538,53	94,6
Феодосійський морський порт	362,4	-	-	-	-
Морський порт «Усть-Дунайськ»	61,55	22,5	36,6	25,4	112,9
Херсонський морський порт	3300	4133,89	106	3712,23	89,8
Южний морський порт	47431,7	48582,07	102,4	39297,57	80,9
Ялтинський морський порт	5,5	-	-	-	-
Всього	144866,1	144646,2	99,8	132075,9	91,3

Мережа морських портів України є надзвичайно важливою ланкою у економічних процесах міжнародної діяльності фірм. Однак, слід зауважити, що вона має низку проблем, які можна класифікувати за зовнішніми та внутрішніми чинниками.

До зовнішніх чинників слід віднести:

- зміни у структурі міжнародних перевезень, а саме збільшення обсягів спільних перевезень, ріст вимог до якості та швидкості транспортних послуг та перевезень, зменшення обсягів перевезень металу та паливних речовин і т.д.;

- зростання міжнародної конкуренції з боку інших портів Чорноморського басейну (Румунія, Болгарія, Туреччина), які отримують значне фінансування від ЄС;

- глобалізаційні процеси та різні темпи інтеграції національних транспортних систем у міжнародну транспортну систему, а саме відставання інтеграційних процесів України від інших країн Чорноморського басейну;

- переорієнтація та модернізація транспортної системи Росії, зменшення транзиту через територію України за рахунок збільшення вантажообігу у власних портах на Чорному морі та Балтиці.

До внутрішніх чинників, що стримують розвиток морської транспортної галузі відносяться:

- неефективна логістика в системи міжнародних транспортних коридорів, що є найбільшим стримуючим фактором міжнародної конкурентоспроможності морських портів;

- низька якість транспортних систем національного значення, низька швидкість перевезень, застаріла матеріально-технічна база;

- висока вартість надання послуг в порівнянні з іншими портами у Чорноморському басейні;

- погано розвинута інформаційна та електронна база надання послуг, нерозвиненість комплексного обслуговування перевізників та електронного документообігу;

- низька бюрократичних процедур при оформленні міжнародних транзитних вантажів, ускладнена та довготривала процедура перетину кордону, простої вантажу;

- нерозвиненість транспортного законодавства та відсутність підтримки вітчизняних перевізників, неактивна діяльність щодо заохочування експорту транспортних послуг вітчизняних підприємств;

- несаможиттєвість вітчизняного флоту з часткою лише 7,5% у структурі міжнародних зовнішньоторговельних операцій;

- політична та економічна нестабільність, зміна законодавства та відсутність достатньої кількості законодавчих актів, що відповідають європейським стандартам [4].

Загалом, міжнародну конкурентоспроможність морських портів України та транспортної галузі загалом можна визначити за допомогою оцінки якості інфраструктури України, розроблену Міжнародним економічним форумом (рис. 1). Динаміка якості портів, автомобільних і залізниць України за оцінкою експертів щорічних звітів Міжнародного Економічного Форуму не втішна. За 5 років сумарний бал цих трьох секторів скоротився з 10,8 до 9,8. А показник якості саме портів України зменшилась з позначки 4 у 2012 році до 3,5 у 2016 році.

Оскільки галузь має чимало проблем, постає завдання їх дослідити та винайти економічне підґрунтя для їх розв'язання для вдалої інтеграції у міжнародний простір надання транспортних послуг. Підвищення ефективності роботи морських портів України є одним з чотирьох головних факторів глобалізації світової економіки, разом із лібералізацією торгівлі, розвитком телекомунікації та міжнародної стандартизації [6].

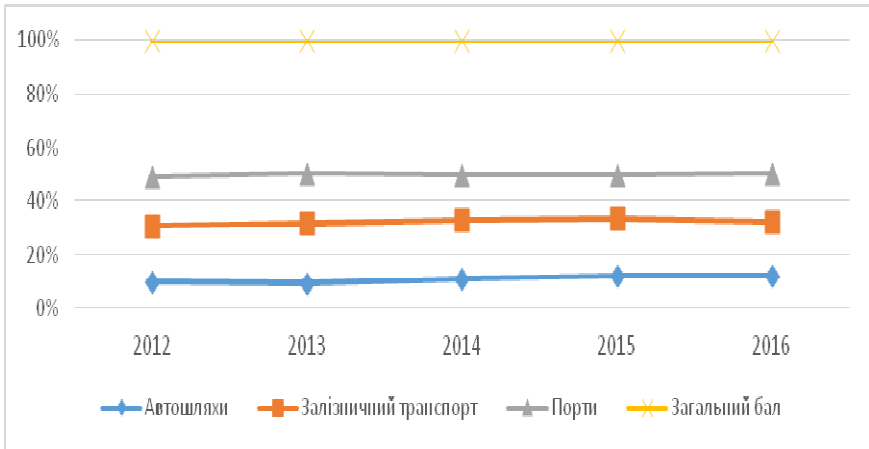


Рис. 1. Оцінка якості інфраструктури України за 5 років - World Economic Forum [5]

Першочерговими завданнями покращення міжнародної конкурентоспроможності морських портів є вдосконалення законодавчої бази стосовно морських транспортних перевезень та відповідність законодавчих актів до міжнародних та європейських норм. Також важливим аспектом є покращення якості послуг у морських портах та зниження їх вартості за рахунок модернізації матеріально-технічної бази. Серед головних завдань, що постають перед сучасними портами є збереження та відтворення своїх ринкових позицій, підтримка іміджу, стабілізація фінансового стану за кризових умов розвитку економіки.

Морський транспорт взагалі є дуже конкуренто-спроможним для компаній при здійсненні зовнішньо-економічних операції, адже транспортування морем є найбільш економічно вигідним та екологічно чистим. Тому постає нагальна необхідність реформування національної системи надання морських транспортних послуг для успішної інтеграції у світовий економічний простір.

Порти для підвищення своєї конкурентоспроможності повинні запропонувати більш широкий спектр логістичних послуг у поєднанні з високою ефективністю та надійністю базових послуг порту. В зв'язку з цим розвиток припортової логістичної зони стає одним з першочергових напрямків модернізації порту. Важним фактором



конкурентоспроможності порту також є ступінь його інтеграції з іншими логістичними потужностями в мережах поставок та ефективності зв'язків.

Формування, функціонування і розвиток ринку транспортних послуг України залежить від вирішення проблем за допомогою:

- зміцнення матеріально-технічної бази за рахунок інвестицій на її модернізацію і розвиток;
- забезпечення державного регулювання, що враховує вплив самоорганізації на стан і поведінку ринку;
- усунення неузгодженості правових і законодавчих положень;
- зниження негативного впливу транспорту на навколишнє середовище і здоров'я людини;
- вдосконалення системи забезпечення безпеки транспортної діяльності;
- створення умов для інноваційної діяльності на транспорті та ін. [7].

Також необхідно налагодити систему ефективних зв'язків між приватними підприємствами та органами місцевої влади для створення логістичних центрів, які б об'єднували різні види транспорту. Задля вдалої економічної інтеграції у світовий простір необхідно здійснити розбудову і модернізацію транспортної та складської інфраструктури, а також вантажних терміналів (насамперед, контейнерних у МТП).

Необхідно розробити нову ефективну мережу перевантажувальних пунктів і коридорів, дослідити маршрути, а також розширити частку національних перевізників у міжнародних проектах розбудови Центральної осі Пан'європейської транспортної мережі. Задля вдалого функціонування морської транспортної галузі в умовах глобалізаційних процесів необхідно налагодити стратегічні зв'язки з країнами "п'яти морів" (Балтійського, Чорного, Середземного, Червоного та Перської затоки), а також розробити разом із сусідніми країнами спільні технології транзитних перевезень і механізми встановлення наскрізних тарифів, що дозволить істотно збільшити середню швидкість переміщення вантажів на напрямках МТК.

**Висновки.** За результатами проведеного дослідження визначено, що морські порти України є важливим чинником розвитку зовнішньоторговельних операцій в умовах глобалізації,

тому виникає необхідність вирішення цілого комплексу важливих проблем задля просуванню на міжнародний ринок морських транспортних послуг України. Реалізація техніко-економічного потенціалу підприємств морської транспортної галузі прискорить успішну інтеграцію України у світову економіку.

### *Література*

1. Державний комітет статистики України: офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Короленко Н. Основні напрямки підвищення міжнародної конкурентоспроможності Одеського регіону: логістичний аспект / Н. Короленко, Д. Шуршанова // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2016. – № 5. – С. 95-106.
3. Асоціація морських портів України: офіційний сайт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://uspa.gov.ua/>.
4. Чередниченко В. В. Основні чинники конкурентоспроможності українських портів в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Чередниченко В // Ефективна економіка. – 2013. – № 10. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2427>.
5. Порти України: Аналітика [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ports.com.ua/analytics/kak-menyalas-otsenka-kachestva-infrastruktury-ukrainy-za-5-let-world-economic-forum>.
6. Кузьменко Ю.А. Глобализационные процессы мировой экономики, влияющие на функционирование международной транспортной системы / Ю.А. Кузьменко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. №36. – С.35-37.
7. Хаджинов И. Развитие деятельности морских портов Украины в условиях глобализации. / Хаджинов И // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках ЧЭС и ГУАМ. – 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/newscategory?cat\\_id=244277212](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/newscategory?cat_id=244277212).

.

1. Derzhavnyy komitet statystyky Ukrainy: ofitsiynyy sayt [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).

2. Korolenko N. Osnovni napryamky pidvyshchennya mizhnarodnoyi konkurentospromozhnosti Odes'koho rehionu: lohistrychnyy aspekt / N. Korolenko, D. Shurshanova // Naukovyy visnyk Odes'koho natsional'noho ekonomichnoho universytetu. – 2016. – # 5. – S. 95-106.

3. Asotsiatsiya mors'kykh portiv Ukrayiny: ofitsiyyny sayt. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://uspa.gov.ua/>.

4. Cherednychenko V. V. Osnovni chynnyky konkurentospromozhnosti ukrayins'kykh portiv v umovakh hlobalyzatsiyi [Elektronnyy resurs] / Cherednychenko V // Efektyvna ekonomika. – 2013. – # 10. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2427>.

5. Porty Ukrayiny: Analityka [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://ports.com.ua/analytics/kak-menyalas-otsenka-kachestva-infrastruktury-ukrainy-za-5-let-world-economic-forum>.

6. Kuz'menko Yu.A. Hlobalyzatsyonne protsessy myrovoy ekonomyky, vlyuyayushchye na funktsyonyrovanye mezhdunarodnoy transportnoy systemy / Yu.A. Kuz'menko // Visnyk ekonomyky transportu i promyslovosti. – 2010. #36. – S.35-37.

7. Khadzhynov Y. Razvytye deyatelnosti morskykh portov Ukrayny v uslovyakh hlobalyzatsyy. / Khadzhynov Y // Problemy y perspektyvy razvytya sotrudnychestva mezhdunarodnyy stranamy Yuhovostochnoy Evropy v ramkakh ChES y HUAM. – 2014. [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/newscategory?cat\\_id=244277212](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/newscategory?cat_id=244277212).

*Рецензент: Баранова В.Г. д.е.н., професор, зав. кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку, Одеський національний економічний університет*

*10.11.2017*

## **ОСОБЛИВОСТІ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ У СЕГМЕНТІ ОРЕНДИ СКЛАДСЬКОЇ НЕРУХОМОСТІ**

Поряд із вибором напрямку розвитку сьогодні найважливішого значення набуває вміння підприємств пристосовуватися до кон'юнктурних змін. При цьому підприємство може вибрати один із чотирьох варіантів поведінки: пасивне очікування; активне очікування, тобто готовність кваліфіковано (ефективно) зустріти зміни; підготовка до змін та стимулювання бажаних змін. Найкращий варіант полягає у попередженні змін та стимулюванні їх за допомогою інновацій. Завдяки розширенню можливо досягти: консолідації інвестиційних ресурсів; зниження ризиків невизначеності зовнішнього середовища; запобігання кризи в діяльності підприємства; зниження трансакційних витрат, що в кінцевому результаті сприяє ефективності діяльності підприємств. Важливість даних напрямків для підвищення ефективності підприємницької діяльності робить тему дослідження актуальною.

Проте процеси розширення підприємницької діяльності мають певні особливості для кожної окремої галузі. Зокрема, значна кількість підприємств які займалися здачею у оренду складських приміщень наразі стикаються зі зменшенням попиту та зниженням орендних ставок. Отже, означеним підприємствам потрібно освоювати нові напрями діяльності, виходячи із наявних можливостей.

У статті розглянуто особливості функціонування ринку складської нерухомості зокрема у сегменті її оренди, визначено проблеми та перспективи розвитку..

**Ключові слова:** складська нерухомість, попит, пропозиція, складські площі, оренда.

## **ОСОБЕННОСТИ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА В СЕГМЕНТЕ АРЕНДЫ СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**

Рядом с выбором направления развития сегодня, самое главное значение приобретает умение предприятий приспосабливаться к конъюнктурным изменениям. При этом предприятие может выбирать один из четырёх вариантов поведения: пассивное ожидание; активное ожидание, т.е. готовность квалифицированно (эффективно) встретить изменения; подготовка до изменений и стимулирования желаемых изменений. Наилучший вариант, состоит в предупреждении изменений и стимулировании их при помощи инноваций.

Благодаря расширению, возможно, достичь: консолидации инвестиционных ресурсов; снижения рисков неопределённости внешней среды; предотвращения кризиса в деятельности предприятия; снижение транзакционных издержек, что в конечном результате помогает эффективной деятельности предприятия. Важность данных направлений для повышения эффективности предпринимательской деятельности делает тему исследования актуальной.

Однако процессы расширения предпринимательской деятельности имеют некоторые особенности для каждой отдельной области. В частности, большая часть предприятий которые занимались сдачей в аренду складских помещений, сталкиваются с уменьшением спроса и снижением арендных ставок. Следовательно, обозначенным предприятиям нужно осваивать новые направления деятельности, исходя их имеющихся возможностей.

В статье рассмотрено особенности функционирования рынка складской недвижимости, в частности в сегменте её аренды, определены проблемы и перспективы развития.

**Ключевые слова:** складская недвижимость, спрос, предложение, складские площади, аренда.

## **FEATURES OF THE MARKET CONDITIONS IN THE RENTAL SEGMENT OF WAREHOUSE REAL ESTATE.**

Today close to the choice of the direction of development, the most important value of enterprises is the ability to adapt to opportunistic changes. The enterprise can choose one of four behaviors: passive expectation; active expectation, i.e. readiness for changes competently (efficiently); Preparing for changes and stimulating of choosing changes. The best way is to prevent and stimulate changes through innovation.

Due to the expansion, it is possible to achieve: consolidation of investment resources; reducing of uncertainty risks in the environment; prevention of crisis in enterprises activities; reduction of transaction costs, which helps for the effective activity of the enterprises. The importance of these directions for increasing the effectiveness of entrepreneurial activity makes this theme relevant.

However, the processes of expansion of entrepreneurial activity have some features for anybody. Particularly most of the enterprises which were engaged in leasing of storage facilities, faced with reduced demand and lower rental rates. Consequently, enterprises need to develop new directions of activity, based on their capabilities.

This work highlighted the features of functioning the warehouse of real estate market, particularly in leasing were certain problems and prospects of development.

**Key words:** warehouse real estate, demand, supply, warehouse space, rent.

**Постановка проблеми.** Одним з найбільш перспективних сегментів ринку комерційної нерухомості є складська нерухомість. Складські комплекси, складські приміщення, логістичні центри та хаби – вони є одним невід’ємних елементів будь-якої виробничої або торгівельної діяльності. Саме склади виступають основною ланкою між виробниками і споживачами. Раніше складування було лише порівняно незначним видом діяльності логістичної системи та сьогодні воно є однією з її найважливіших функцій. Поступово традиційні склади втрачають свою актуальність. Отже основною

метою статті є аналіз поточної ринкової ситуації та пошук можливостей щодо використання орендного потенціалу складського сегменту.

**Аналізом проблем** кон'юнктурних особливостей розвитку підприємств, у тому числі за рахунок розширення їхньої діяльності, у різні часи займалась велика кількість вчених, насамперед, Б. Карлофф, А. Томпсон, Д.О. Баюра, В.А. Борисова, О.М. Бородіна, О.В. Зоренко.

**Завданням** дослідження є визначення шляхів підвищення ефективності діяльності підприємств у сфері складської нерухомості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У цілому в середньому по Україні на 1000 чоловік припадає менш ніж 15 кв. м. складських площ. У Західній Європі рівень насичення складської нерухомістю на душу населення в 10-15 разів вище. Якщо ж враховувати якісний показник, то в Західній Європі складська нерухомість відповідає сучасним вимогам, оснащена новим обладнанням, у той час як на Україні високоякісні склади (класу А) - великий дефіцит.

Ринок складських приміщень як в Україні в цілому, так і в Одеській області, знаходиться на стадії помірнього розвитку. У 2016 році загальна пропозиція на ринку склала 1788 тис. м. кв. складських приміщень (рис.1). Серед них близько 300 тис. кв. м спеціалізованих холодильних і морозильних, а також хімічних і фармацевтичних складських приміщень.

У 2016 році показники, що впливають на ринок логістичної нерухомості, зросли: вантажообіг у країні збільшився на 3%, а роздрібний товарообіг зріс на 14% [3]. Відзначалося зростання попиту на складську нерухомість з боку великих ритейлерів продовольчого сегменту, електроніки та електронної комерції. При цьому, якщо на початку року в загальній частині транзакцій переважали невеликі операції (на 2 000 - 5 000 кв. м), то в другому півріччі було укладено кілька середніх (5 001 - 10 000 кв. м) і великих (понад 10 000 кв. м) угод. Слід зазначити, що у останні кілька років зберігається тенденція превалювання проєктів built-to-suit (будівництво об'єкта для конкретного клієнта) над проєктами для відкритого ринку.

В цілому по регіонам України спостерігається зростання введення у дію об'єктів складської нерухомості, особливо у транзитних містах, таких як Одеса, Харків і Львів. Передбачається будівництво

логістичних комплексів також поблизу портових (Миколаїв, Маріуполь) та промислових (Дніпро, Кривий Ріг) міст.

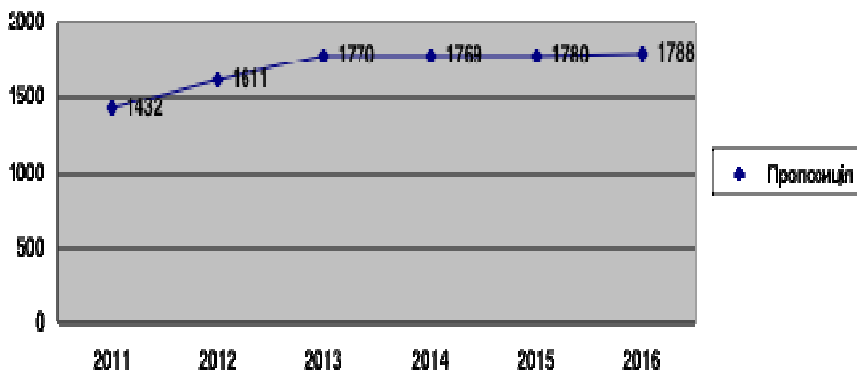


Рис. 1 Динаміка пропозиції на ринку складських приміщень, тис. кв. м. [2]

Що стосується регіональних особливостей, потрібно відзначити, що ринок складської нерухомості перестав асоціюватися виключно з Києвом, містами-портами та залізничними вузлами (рис. 2).

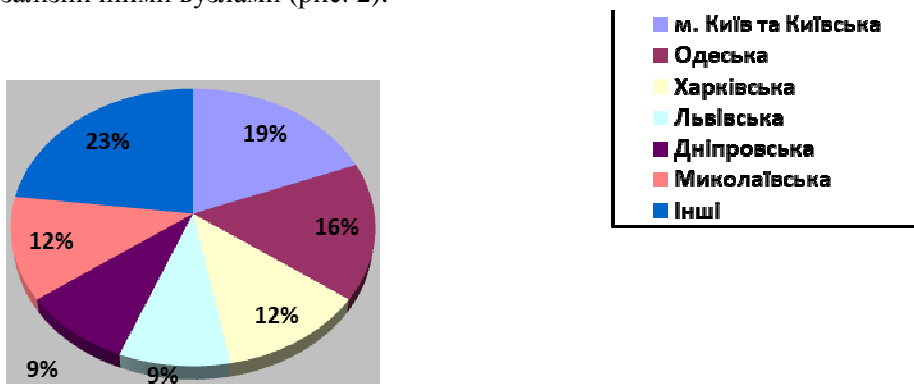


Рис. 2. Територіальна структура ринку складської нерухомості



Пропозиція продажу на ринку складської нерухомості істотно менше пропозиції оренди. Потенційні покупці великих логістичних комплексів здебільшого будують їх самостійно. Це зумовлено відсутністю пропозиції продажу подібних об'єктів на ринку. Так свої великі складські комплекси вигідно мати компаніям із стабільно високими показниками товарообігу [1, с. 214].

Орендувати невеликі складські приміщення вигідно невеликим компаніям, кількість яких набагато більша, ніж потенційних покупців, а отже і попит на оренду вищий. Попит на оренду складської нерухомості поступово зростає. За підсумками 2016 року було орендовано на 6% більше складських приміщень, ніж у 2015 році. В той самий час вакантність протягом року знизилася з 14% на кінець 2015 – до 11% на кінець 2016 року. Слід зазначити, що велика частка ринку залишається в тіні, оскільки велика кількість угод не афішуються. Основними орендарями традиційно виступали ритейл компанії – 61% поглиненої пропозиції, а логістичні оператори орендували 27% від загальної суми поглинених площ. Слід зазначити, що в останні роки орендні ставки стало зменшувалися на всій території України за всіма категоріями складів (рис. 3).

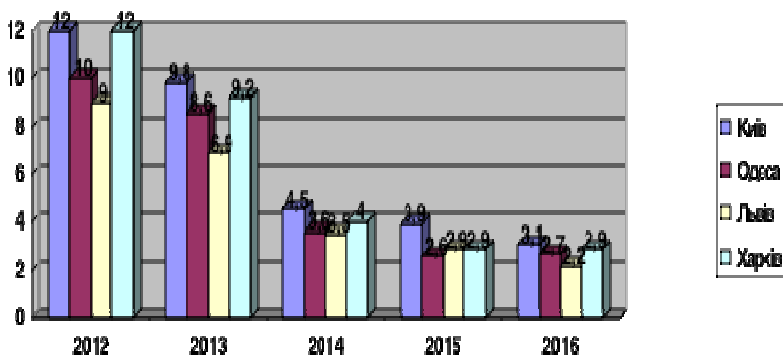


Рис. 3. Динаміка орендних ставок у різних містах України, дол./кв. м. [3]

Зокрема в 2016 році орендні ставки на найдорожчі складські приміщення Київщини впали до 4,5 дол. за кв. м. Це

мінімальний показник за останні вісім років. При цьому на думку експертів, і в 2017 році ставки оренди продовжать знижуватися.

Активність з боку орендарів досить низька і зберігається лише за рахунок релокації існуючих компаній. При цьому попит в 2016 році скоротився практично вдвічі порівняно з минулим роком. З урахуванням цього, а також невеликої кількості нових пропозицій, на ринку зараз пустує близько 10-12% складських площ. Зараз об'єкти класу «А» здаються в середньому за ціною в діапазоні від 50 до 100 грн. за кв. м. в місяць, ставки в класі «В» нижче приблизно на 20% [2].

Для 2016 року характерна також фіксація орендної ставки в гривні і узгодження індивідуальних умов для орендарів. Наприклад, власники складських об'єктів класу «А» починають включати операційні витрати у вартість оренди приміщень.

**Висновки.** Ринок складської нерухомості переживає нелегкий період становлення і зміцнення. Проте складська нерухомість є одним з найбільш перспективних секторів вітчизняної нерухомості, і це обумовлено такими особливостями: географічне положення України; високі темпи розвитку бізнесу і торгівлі, зростаюча ділова активність, стан дефіцит якісних площ на ринку складської нерухомості; невеликий у порівнянні із Європою термін окупності складських об'єктів (до семи років); низькі витрати на будівництво складської нерухомості в порівнянні з іншими об'єктами нерухомості; висока рентабельність складської нерухомості - до 18-20% на рік.

Внаслідок нинішнього стану ринку, основні інвестиції будуть спрямовані на спорудження великих логістичних комплексів з розвинутою інфраструктурою і системами комунікації, які задовольнятимуть потреби найпримхливіших споживачів. Перспективними районами розвитку вважаються міські околиці біля великих транспортних вузлів. Це обумовлюється тим, що складська нерухомість може користуватися ринковим попитом лише за умови, що місце її розташування буде сприяти швидкому й ефективному обороту вхідних і вихідних вантажів.

### *Література*

1. Крикавський Є.В. Логістика. Для економістів: Підручник / Є. В. Крикавський. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2014. – 448 с.

2. Огляд ринку складської нерухомості за підсумком 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://shen.ua/ua/obzor\\_rinka\\_skladskoy\\_nedvijimosti\\_po\\_itogu\\_2016\\_goda](https://shen.ua/ua/obzor_rinka_skladskoy_nedvijimosti_po_itogu_2016_goda)

3. Ринок логістичної нерухомості України: тенденції та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mayger.ua/uk/analitika/rinok-logistichnoyi-neruhomosti-ukrayini-tendentsiyi-ta-perspektivi-rozvitku/>

1. Krykavs'kyu Ye.V. Lohistyka. Dlya ekonomistiv: Pidruchnyk / Ye. V. Krykavs'kyu. – L'viv: Vyd-vo Nats. un-tu «L'vivs'ka politekhnik», 2014. – 448 s.

2. Ohlyad rynku sklads'koyi nerukhomosti za pidsumkom 2016 roku [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [https://shen.ua/ua/obzor\\_rinka\\_skladskoy\\_nedvijimosti\\_po\\_itogu\\_2016\\_goda](https://shen.ua/ua/obzor_rinka_skladskoy_nedvijimosti_po_itogu_2016_goda)

3. Rynok lohistychnoyi nerukhomosti Ukrayiny: tendentsiyi ta perspektyvy rozvytku [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.mayger.ua/uk/analitika/rinok-logistichnoyi-neruhomosti-ukrayini-tendentsiyi-ta-perspektivi-rozvitku/>

*Рецензент: Балджи М.Д. д.е.н., професор, кафедра економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет*

*10.11.2017*

УДК 336.02

*Слатвінська Марина*

## **ВПЛИВ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ**

В статті досліджено вплив фіскальної політики України на формування доходів місцевих бюджетів. Виявлено проблеми

пов'язані з фіскальною децентралізацією та пошуком шляхів збільшення доходів місцевих бюджетів й підвищенням фінансової автономії органів місцевого самоврядування. Встановлено, що недоліки в сфері оподаткування, призводять до зменшення податкових надходжень місцевих бюджетів і до зниження дієвості фіскальної політики. Серед основних напрямів збільшення доходів місцевих бюджетів за рахунок податкових надходжень та підвищення фінансової автономії місцевого самоврядування зазначено: збільшення частки податків і зборів, які формують власну податкову базу місцевих бюджетів за рахунок зарахування частини загальнодержавних податків і зборів; вдосконалення механізму справляння податку на майно в розрізі податку на нерухоме майно відмінне від земельної ділянки, транспортного податку, плати за землю; врахування податкової специфіки кожного регіону при здійсненні реформування податкової системи на місцях; мотивації населення до підвищення податкової культури шляхом проведення комплексу заходів з реалізації освітніх проектів; розробки стимулюючого механізму легалізації доходів підприємців і зниження тінізації економіки; підвищення рівня контрольно-аналітичної роботи фіскальних органів для формування інформаційної бази, необхідної для прийняття оперативних управлінських рішень; сприяння підвищенню ділової активності в регіонах з метою створення нових робочих місць. Проведене дослідження впливу фіскальної політики на доходи місцевих бюджетів дозволило, наряду з названими заходами, акцентувати увагу на доцільності створення умов і надання можливостей застосування ринкових механізмів залучення додаткових коштів для соціально-економічного розвитку підвідомчих органам місцевого самоврядування територій, а також розробці механізму мотивації областей (які є дотаційними) до збільшення податкових надходжень від загальнодержавних податків і зборів та стимулювання органів місцевої влади до більш сумлінної мобілізації фінансових ресурсів і нарощування податкової бази.

**Ключові слова:** фіскальна політика, місцеві бюджети, доходи бюджету, податки.

## **ВЛИЯНИЕ ФИСКАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ УКРАИНЫ**

В статье исследовано влияние фискальной политики Украины на формирование доходов местных бюджетов. Выявлены проблемы, связанные с фискальной децентрализацией и поиском путей увеличения доходов местных бюджетов, повышением финансовой автономии органов местного самоуправления. Установлено, что недостатки в сфере налогообложения, приводят к уменьшению налоговых поступлений местных бюджетов и к снижению действенности фискальной политики. Среди основных направлений увеличения доходов местных бюджетов за счет налоговых поступлений и повышения финансовой автономии местного самоуправления указано: увеличение доли налогов и сборов, формирующих собственную налоговую базу местных бюджетов за счет зачисления части общегосударственных налогов и сборов; совершенствование механизма взимания налога на имущество в разрезе налога на недвижимое имущество отличное от земельного участка, транспортного налога, платы за землю; учет налоговой специфики каждого региона при осуществлении реформирования налоговой системы на местах; мотивация населения к повышению налоговой культуры путем проведения комплекса мероприятий по реализации образовательных проектов; разработка стимулирующего механизма легализации доходов предпринимателей и снижение теневизации экономики; повышение уровня контрольно-аналитической работы фискальных органов для формирования информационной базы, необходимой для принятия оперативных управленческих решений; содействие повышению деловой активности в регионах с целью создания новых рабочих мест. Проведенное исследование влияния фискальной политики на доходы местных бюджетов позволило, наряду с названными мерами, акцентировать внимание на целесообразности создания условий и предоставления возможностей применения рыночных механизмов привлечения дополнительных средств для социально-экономического развития подведомственных органам

местного самоуправления территорий, а также разработке механизма мотивации областей (которые являются дотационными) к увеличению налоговых поступлений от общегосударственных налогов и сборов, и стимулирования органов местной власти к более добросовестной мобилизации финансовых ресурсов и наращиванию налоговой базы.

**Ключевые слова:** фискальная политика, местные бюджеты, доходы бюджета, налоги.

*Slatvinska Maryna*

## **INFLUENCE OF FISCAL POLICY ON FORMATION OF INCOMES OF LOCAL BUDGETS OF UKRAINE**

The article analyzes the influence of fiscal policy of Ukraine on the formation of local budget revenues. The problems associated with fiscal decentralization and the search for ways to increase local budget revenues and increase the financial autonomy of local self-government bodies are revealed. It is established that tax flaws lead to a decrease in tax revenues of local budgets and a reduction in the effectiveness of fiscal policy. Among the main directions of increase of local budget revenues due to tax revenues and increase of financial autonomy of local self-government is stated: an increase in the share of taxes and fees that form their own tax base of local budgets through the enrollment of a part of national taxes and fees; improvement of the mechanism for collecting the property tax in the context of a tax on immovable property different from the land plot, transport tax, payment for land; taking into account the tax specifics of each region when implementing the tax system reform on the ground; motivating the population to increase tax culture by carrying out a complex of measures for the implementation of educational projects; developing a stimulating mechanism for the legalization of incomes of entrepreneurs and reducing the shadowing of the economy; increase the level of control and analytical work of the fiscal authorities for the formation of the information base necessary for the adoption of operational management decisions; promoting the increase of business activity in the regions in order to create new jobs. The study of the impact of fiscal policy on local budget revenues allowed, along with the mentioned measures, to focus on the feasibility of creating conditions and

providing opportunities for using market mechanisms for attracting additional funds for socio-economic development of subordinate organs of local self-government territories, as well as developing a mechanism for motivating areas (which are subsidized) to increase tax revenues from nationwide taxes and fees and encourage local authorities to more sums Inna mobilization of financial resources and increase the tax base.

**Keywords:** fiscal policy, local budgets, budget revenues, taxes.

**Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями.** В умовах нового етапу глобалізації фіскальна політика України суттєво оновлюється. У зв'язку з цим розширюються її завдання та ускладнюється механізм реалізації. В свою чергу, адаптація фіскальної політики до новостворених умов впливає на економічні результати відтворювальних процесів господарюючих суб'єктів і на соціальну складову. Водночас забезпечення соціально-економічного розвитку регіону та підвищення добробуту населення можливе за умови формування достатньої фінансової бази для реалізації поставлених цілей і завдань. Адже, лише дієздатне громадянське суспільство здатне взяти на себе вирішення багатьох економічних проблем, а також відстоювати свої бюджетні інтереси перед владою. Формування такого суспільства можливе при забезпеченні фінансової підтримки з боку держави і регіонів. При цьому слід виходити з того, що конкурентна і соціально орієнтована ринкова економіка залишається основою прискореного зростання добробуту громадян. В цьому аспекті фіскальна політика має бути зорієнтована на доведену практикою ринково розвинених країн світу тезу, у відповідності з якою головною рушійною силою, здатною реалізувати поставлені цілі в Україні, є середній клас, економічну активність якого в даний час визначають заходи та інструменти фіскальної політики. Від виваженого і вчасного їх впровадження залежить не лише збалансованість бюджету та економічна активність суб'єктів господарювання, а й рівень життя населення та конкурентоздатність економіки країни.

В цьому контексті доцільно зазначити, що орієнтир України на інтеграцію до Європейської спільноти актуалізує необхідність

вдосконалення бюджетного та податкового законодавства і виносить на передній план проблеми пов'язані з фіскальною децентралізацією та пошуком шляхів збільшення доходів місцевих бюджетів й підвищенням фінансової автономії органів місцевого самоврядування.

Слід зазначити, що фінансовий потенціал місцевих бюджетів нині залишається нереалізованим і це тягне за собою недостатній рівень фінансування та викликає низку соціально-економічних проблем. Безпосередньо мова йде про зростання безробіття, низький рівень доходів населення, різке соціальне розшарування, критичне становище житлово-комунального сектора та інші. Наразі, місцеве самоврядування може вплинути на покращення ситуації і створити умови для збалансованого розвитку регіону, втім для цього необхідне проведення ефективної фіскальної політики, створення законодавчих гарантій розвитку економічно повноцінного самоврядування. Отже, на місцях, заходами фіскальної політики, мають бути закладені передумови для загального підйому економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання поданої проблеми.** Формування доходів місцевих бюджетів, останнім часом, відбувається під впливом внутрішніх і зовнішніх «шоків», політичної та економічної нестабільності. Ситуація ускладнюється тим, що матеріально-фінансова основа місцевого самоврядування не дозволяє в повній мірі реалізовувати переваги децентралізації. До того ж, перманентний характер бюджетно-податкових реформ не сприяє укріпленню дохідної бази місцевих бюджетів. Як наслідок, практична реалізація принципу їх самостійності унеможливується, а процеси саморозвитку і самореалізації громад гальмуються. Окреслені проблеми спонукають до пошуку шляхів збільшення доходів місцевих бюджетів за рахунок розширення власних податкових джерел та впровадження дієвих заходів дискреційної фіскальної політики наряду із дією «вмонтованих стабілізаторів».

Дослідженню проблем щодо впливу податкової та бюджетної політики на формування доходів місцевих бюджетів приділяли увагу Васютинська Л. А., Жмурко І. В., Кириленко О.П., Пальчук В., Письменний В. В., Ставнича М. М., Ткачук А.Ф., Федоришина Л. І. та інші. Віддаючи належне вагомому науковому доробку українських науковців, залишається актуальним і заслуговує на окрему увагу



виявлення впливу заходів фінансової політики на формування доходної бази місцевих бюджетів.

### **Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.**

Фінансова політика є складовою економічної політики держави, яка за допомогою регулювання способів та обсягів фінансового наповнення бюджету вирішує загальнонаціональні завдання на макро-, мезо - і на мікрорівні. На даному етапі, з огляду на перманентний характер змін в бюджетній, податковій, соціальній сферах, невирішеним залишається питання щодо впливу фінансової політики на формування доходів місцевих бюджетів та розробка пропозицій з усунення виявлених недоліків. Поки що пропозиції з удосконалення фінансової політики в Україні досить часто суперечать вимогам економічної політики та не враховують фінансові можливості окремих регіонів країни.

**Мета** статті полягає в дослідженні впливу фінансової політики на формування доходів місцевих бюджетів України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Фінансову політику доцільно розглядати як таку, що зможе надати імпульс розвитку всієї економіки України. Адже, без активної і раціональної фінансової політики неможливе створення ефективного місцевого самоврядування. Місцевій громаді дуже важливо дати відчуті фінансові переваги, які їй надає інститут місцевого самоврядування. Тоді як очевидним залишається той факт, що на місцевому рівні краще збираються податки, активніше залучаються інвестиції, суворіше контролюється витрачання бюджетних коштів та організуються більш об'єктивні конкурси на розміщення замовлень. В цьому аспекті проведення бюджетної децентралізації сприяє збільшенню доходів місцевих бюджетів.

Втім, не варто залишати поза увагою, що в умовах децентралізації влади нелегальне підприємництво, ухилення від сплати податків та отримання «тіньового» доходу є неприпустимі для ідеї самостійності територіальних громад. За різними оцінками рівень тіньової економіки України знаходиться в межах 40% -50% від ВВП. Тому кожен голова територіальної одиниці повинен бути безпосередньо зацікавлений у належній податковій дисципліні платників, котрі живуть і працюють на його території та у забезпеченні достатності власних фінансових ресурсів.

Збільшення доходів місцевого бюджету можна досягти

шляхом посилення боротьби з ухиленням від сплати податків та мінімізацією оподаткування і при цьому не підвищувати податковий тиск. В цьому напрямку у нашої держави є значний резерв, що знаходиться в тіні.

На думку Письменного В. В., муніципальні утворення в розвинутих країнах світу, які опираються на власні фінансові ресурси є стабілізатором суспільно-політичного ладу. Отже, достатнє забезпечення ними територіальних громад – найбільш прагматичний крок на шляху до матеріалізації конституційних гарантій суверенітету та побудови гнучкої демократичної системи влади на місцевому рівні [1]

Погоджуючись з думкою науковця, варто зазначити, що основою матеріальної бази органів місцевого самоврядування України є доходи місцевого бюджету, структура останніх включає податкові, неподаткові доходи, операції з капіталом та офіційні трансферти. Найвагоміша частка в структурі доходів місцевого бюджету - трансферти. Стійка тенденція їх зростання спостерігається впродовж багатьох років. У 2014 році їх питома вага у доходах місцевих бюджетів складала 56,4%.

Впродовж 2014 року понад 90% бюджетів територіальних громад отримували державні дотації, з них майже 5,5 тис. були дотаційними на рівні понад 70%, а близько 500 утримувались за рахунок коштів державного бюджету на 90% і більше [2].

У 2014 році, після схвалення Кабінетом Міністрів України (КМУ) Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні і затвердження Плану заходів з її реалізації, - почалося запровадження реформ. Однак, за два роки, не зважаючи на заявлену урядом децентралізацію, питома вага трансфертів у доходах місцевих бюджетів кардинально не змінилася і у 2015 році навіть збільшилась до 59%, а у 2016 складала 53,4%. Великий обсяг трансфертів в доходах місцевих бюджетів свідчить про фінансову недієздатність самоврядування вирішувати питання розвитку громад. Крім того, таке положення дестимулює місцеву владу щодо пошуку власних джерел наповнення доходів місцевих бюджетів.

На перших етапах реалізації реформ у напрямку децентралізації, вони не мали відчутних результатів. У підтвердження висунутої тези є сенс звернути увагу на той факт, що частка доходів місцевих бюджетів, які спрямовувалися на виконання делегованих

повноважень зросла в порівнянні з попереднім роком на 1,3 %.

З січня 2015 р., в рамках проведення фіскальної політики, вступили в силу зміни внесені до Податкового та Бюджетного кодексів стосовно формування дохідної частини місцевих бюджетів за рахунок податкових надходжень [3; 4]. З метою забезпечення фінансової самостійності місцевих бюджетів та підвищення їх бюджетної автономії було передбачено нові підходи до формування доходів місцевих бюджетів. До бюджетів місцевого самоврядування, окрім місцевих податків і зборів, що є власними джерелами надходжень, було включено державне мито, плату за надання окремих адміністративних послуг, 10% податку на прибуток підприємств приватного сектору економіки (до обласних бюджетів та бюджету м. Києва), акцизний податок з роздрібною торгівлі, екологічний податок та рентну плату. Стосовно податку на доходи фізичних осіб затверджено такі пропорції відрахувань: для бюджетів міст обласного значення, районних бюджетів, бюджетів об'єднаних територіальних громад – 60%, обласних бюджетів – 15%, бюджету м. Києва – 40%. Також необхідно сплачувати від 2% до 5% акцизного податку з реалізації через роздрібну торговельну мережу підакцизних товарів до бюджетів місцевого самоврядування. Внесено зміни щодо розподілу надходжень екологічного податку, а саме – до загального фонду місцевих бюджетів 80%, у тому числі до обласних бюджетів – 55%, бюджетів територіальних громад сіл, селищ, міст, бюджетів об'єднаних територіальних громад – 25% та бюджету міста Києва – 80% [4].

Значну вагу у структурі доходів місцевих бюджетів після внесених змін мають: податок на доходи фізичних осіб (передається місцевим бюджетам але є загальнодержавним), місцеві податки і збори, податок на прибуток приватних підприємств, рентна плата та акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі підакцизними товарами. Вони формують майже 96% податкових надходжень місцевих бюджетів. Решта податків і зборів мають недостатній фіскальний потенціал і виконують скоріше регулюючу аніж фіскальну функцію.

Слід відмітити, що місцевими податками і зборами у відповідності до змін податкового законодавства [3] стали орендна плата, земельний податок, транспортний податок, які входять нині

до податку на майно (податок на майно відмінне від земельної ділянки і раніше був місцевим), а також в 4 групу єдиного податку віднесено фіксований сільськогосподарський податок, що значно укріпило власні доходи місцевих бюджетів.

У 2015 році до місцевих бюджетів надійшло 98,2 млрд. грн податкових надходжень, що на 10,9 млрд. грн, або на 12,5 %, більше, ніж у минулому році. Їхня частка в загальній структурі доходів місцевих бюджетів значно скоротилася через перерозподіл з початку 2015 року доходів між державним і місцевими бюджетами, зокрема через часткове зарахування надходжень податку на доходи фізичних осіб до державного бюджету, а також запровадження місцевих акцизів.

Дослідження структури доходів місцевих бюджетів, дає підстави для твердження, що неподаткові доходи можна вважати резервом збільшення дохідної бази місцевих бюджетів, але з огляду на їх структурні складові є сенс стверджувати про обмеженість цього потенціалу. Тому вважається за доцільне зосередити увагу на дослідженні більш продуктивної складової доходів місцевих бюджетів – податкових надходженнях. Враховуючи те, що податкові надходження є найвагомішим джерелом формування доходів місцевих бюджетів України, вирішення завдань щодо утворення самодостатніх та самоврядних громад бажано починати саме у сфері оподаткування.

Частка місцевих податків та зборів за останні 6 років, хоча і мала тенденцію до зростання в доходах місцевих бюджетів з 2% до 11% та у ВВП з 0,2% до 24,8%, однак вони ще не стали провідним джерелом формування доходів органів місцевого самоврядування та не дають змоги реально впливати на фінансовий стан територіальних громад (рис.1).

Зовсім інша динаміка притаманна країнам з розвинутою економікою, де частка місцевих податків і зборів складає від 30% до 72% [5; 6; 7].

За час з 2011 по 2016 роки структура доходів місцевих бюджетів зазнала певних змін, насамперед через збільшення частки податкових надходжень, що зумовлене зростанням таких видів доходів, як податок на доходи фізичних осіб, місцеві податки і збори, акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлі підакцизних товарів та інші податкові надходження.

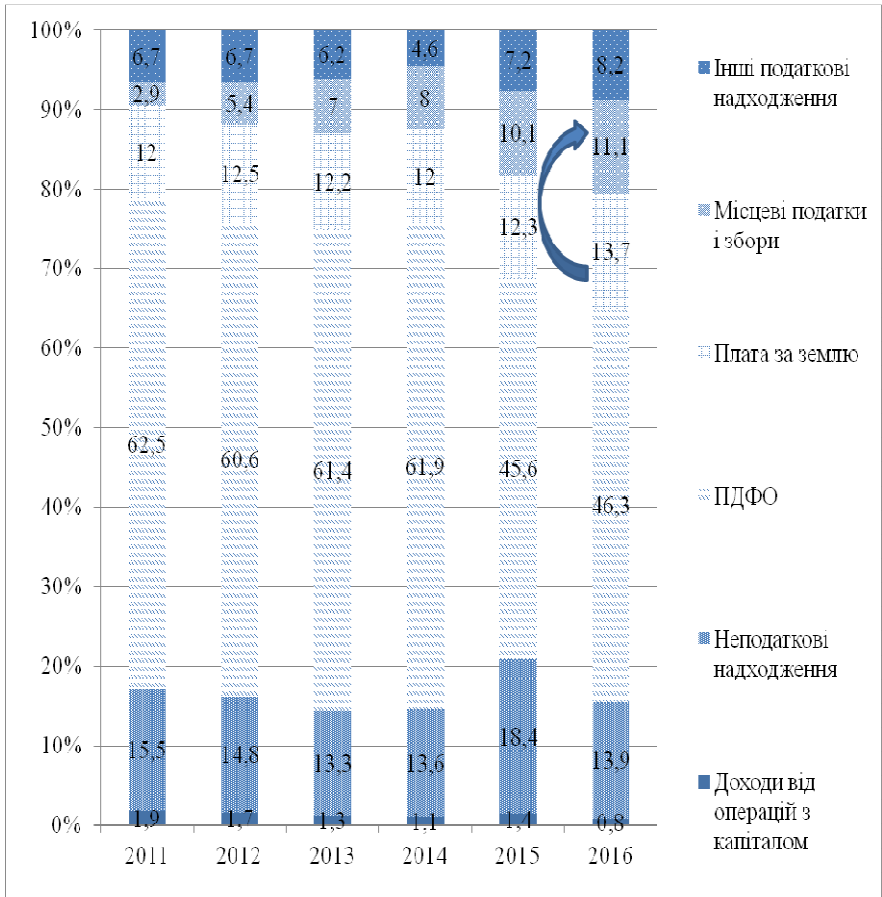


Рис. 1. Структура доходів місцевих бюджетів у 2011-2016 роках (без урахування міжбюджетних трансфертів), % [8; 9; 10]

Відповідно скоротилася частка неподаткових надходжень – на 4,5 в. п., до 13,9 %

Вагомим джерелом наповнення місцевих бюджетів за аналізований період є саме податок на доходи фізичних осіб. Хоча прослідковується тенденція щодо скорочення його фіскального значення. Саме з цим пов'язане суттєве зменшення частки податку —

на 15,5 в. п., з 61,8 % до 46,3% у 2016 році. Такі тенденції є негативним явищем.

У 2016 році до місцевих бюджетів надійшло 146,9 млрд грн податкових надходжень, що на 48,7 млрд грн, або на 49,6 %, більше, ніж у попередньому році. Рівень виконання податкових надходжень становив 111,4 % річного плану. Перевиконання відбулося за всіма основними податковими джерелами наповнення місцевих бюджетів: податком на доходи фізичних осіб (108,5 %), акцизним податком на роздрібний продаж підакцизних товарів (110,9 %), рентною платою та платою за використання інших природних ресурсів (112,0 %), податком на прибуток підприємств (125,3 %), орендною платою за землю, що сплачується юридичними особами (109,0 %), єдиним податком (115,9 %) тощо [8; 9].

Скоротилася частка податкових надходжень на 4,8 в. п., до 81,6 %. Інші зміни, які вплинули на структуру доходної частини включали зарахування до місцевих бюджетів 10,0 % податку на прибуток підприємств та запровадження справляння акцизів на місцевому рівні (рис. 2.).

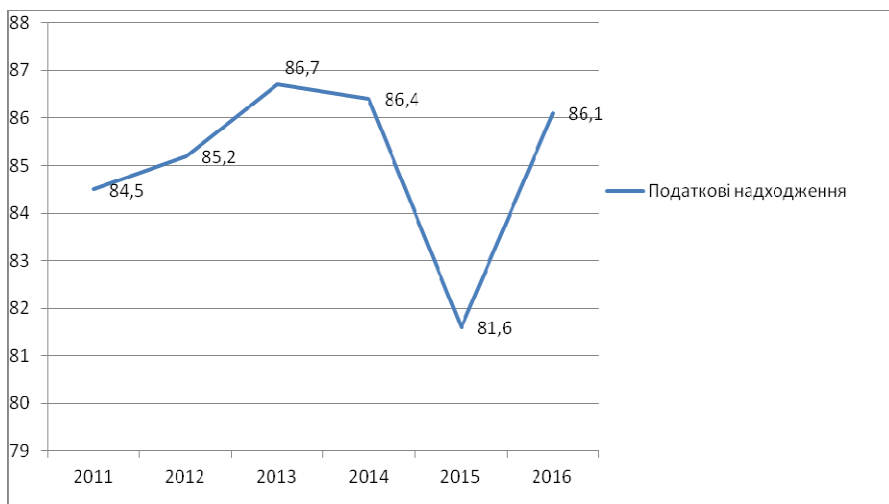


Рис. 2. Динаміка зміни частки податкових надходжень в структурі доходів місцевих бюджетів протягом 2011 – 2016 рр., % [8; 9]

Втім, аналіз структури місцевих податків і зборів показує, що найбільшу частку займають єдиний податок, орендна плата та земельний податок (рис.3).

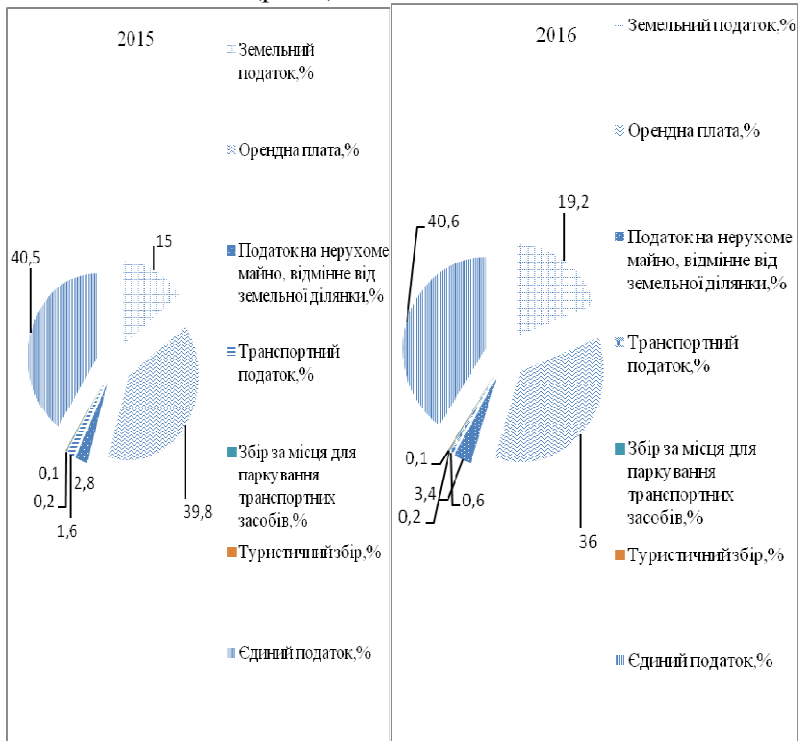


Рис.3. Структура місцевих податків і зборів України у 2015 та 2016 роках, % [9; 10]

Рівень виконання податкових надходжень становив 111,5 % від річного плану. Податок на доходи фізичних осіб, попри переспрямування його значної частки до державного бюджету, продовжує зберігати позицію найвагомішого за обсягом джерела дохідної частини місцевих бюджетів — 45,6 %. Плата за землю також зберігає позицію одного з основних джерел формування податкових надходжень. Динаміка цих податків є достатньо стабільною.

В контексті забезпечення органів місцевого самоврядування джерелами фінансових ресурсів, варто звернути увагу на недоліки, які знижують ефект від впровадження нововведень та можливості органів місцевого самоврядування до збільшення бюджетних доходів. Зокрема, мова йде про проблеми формування доходів місцевого бюджету, що пов'язані з недосконалістю податкового законодавства (рис.4).

Доцільно відмітити, що резервами надходжень земельного податку можуть бути наявність заборгованості, неправильне визначення площі земельної ділянки, неефективне використання земель тощо. Виявлення цих резервів дозволить скоригувати місцеву політику стосовно управління земельними ресурсами і поррахувати перспективні обсяги надходжень.

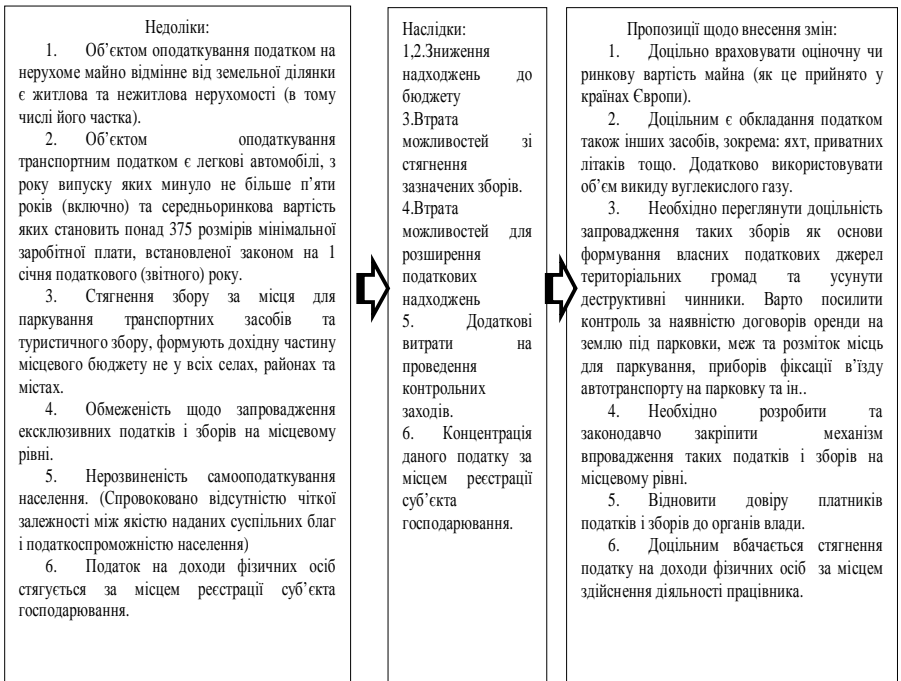


Рис.4. Недоліки податкового законодавства, їх наслідки та пропозиції щодо внесення змін [11, с.291; 12, с.36]



Недоліки місцевого оподаткування в Україні відбиваються на формуванні податкового потенціалу регіонів, провокують виникнення фіскальних дисбалансів, обмежують матеріально-фінансову базу органів місцевого самоврядування і призводять до гальмування соціально-економічного розвитку територій.

Аналізуючи новації податкового законодавства слід зазначити, що на кінець 2016 року частка місцевих податків і зборів у структурі доходів місцевих бюджетів України значно зросла і склала 24,8% [10]. В основному таке збільшення відбулося за рахунок надходжень від податку на майно (податку на нерухоме майно відмінне від земельної ділянки, земельного податку та орендної плати, транспортного податку), а також єдиного податку.

Крім того, на необхідності запровадження нових механізмів та заходів контролю над формуванням бюджетних ресурсів органами місцевого самоврядування; стимулюванні органів місцевої влади до кращої мобілізації фінансових ресурсів і нарощування податкової бази; створенні можливостей для використання ринкових механізмів залучення додаткових коштів для соціально-економічного розвитку підвідомчих органам місцевої влади територій, акцентують увагу Федоришина Л.І. і Жмурко І.В.[13].

Важливо розуміти, що сам по собі показник бюджетних доходів громад не є миттєвим індикатором відновлення економічного зростання. Втім, доцільно зазначити, що у 2016 році крім неоліків у податковій сфері на доходи місцевих бюджетів впливали також інфляція, зростання номінальної заробітної плати, трансферти.

Щодо інфляції, то її рівень був – 12,4%. У загальному розумінні, це та величина, на яку збільшилась база оподаткування по тих податках, які залежать від кінцевої ціни для споживача. Для місцевих бюджетів це безпосередньо означає більші надходження 5-відсоткового акцизного податку, єдиного податку з обороту. А також опосередковано – через зростання надходжень загальнодержавних податків і зборів і відповідну можливість збільшення обсягів дотацій і субвенцій з державного бюджету та через поступове підвищення заробітної плати у зв'язку зі зростанням цін.

Зростання номінальної заробітної плати – на 22,5%, привела до збільшення бази оподаткування податком на доходи фізичних осіб. У підсумку ПДФО сформував у 2016 р. 46,3% доходів

місцевих бюджетів. Оскільки сума податку склала загалом 139 млрд грн (з них 79 млрд грн залишилися у розпорядженні місцевих бюджетів), то зростання заробітної плати майже на чверть – дуже вагомий (і основний) чинник.

Завдяки прямій державній підтримці регіони, райони і громади отримали 195,4 млрд грн дотацій і субвенцій, що на 21 млрд грн більше, ніж у 2015 р. ( на 2017 рік Уряд запланував ще плюс 55 млрд грн трансфертів). Як наслідок, хоча власні доходи місцевих бюджетів і зростають, в середньому громади 53 копійки з кожної витраченої у минулому році гривні отримали від держави.

В результаті проведених заходів з початку 2017 р. власні доходи 366 об'єднаних територіальних громад (далі – ОТГ), які мали прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом, зросли у два рази. Ті громади, які створилися у минулому році, а таких 207, лише в 2017 році отримали 60 % надходжень від податку на доходи фізичних осіб до свої місцевих бюджетів. Фінансовий аналіз показує, що їхні власні ресурси за чотири місяці 2017 року, порівняно з аналогічним періодом минулого року, зросли втричі або більш ніж на 900 млн грн. А власні доходи 159 громад, які вже у минулому році отримували зарахування 60 % ПДФО до своїх бюджетів, зросли на 45 %, або на 383 млн грн. Такі показники доводять, що темп зростання власних доходів місцевих бюджетів України загалом становить 35 %. Підсумовуючи надходження власних ресурсів усіх 366 ОТГ за січень – квітень 2017 р. порівняно з аналогічним періодом 2016 р. у профільному міністерстві наводять такі цифри: усього – 2,6 млрд грн (зростання у два рази, або на 1,3 млрд грн), зокрема[14]: податку на доходи фізичних осіб надійшло 1,4 млрд грн (зростання на 53 %, або на 0,5 млрд грн); плати за землю – 389 млн грн (зростання на 20 %, або на 65 млн грн); єдиного податку – 415 млн грн (зростання на 63 %, або на 160 млн грн); акцизного податку – 255 млн грн (зростання на 41 %, або на 75 млн грн); податку на нерухоме майно – 43 млн грн (зростання на 62 %, або на 16 млн грн).

Надходження власних ресурсів місцевих бюджетів 159 ОТГ (громади, які створені у 2015 р.) за січень – квітень 2017 р. порівняно з аналогічним періодом 2016 р.: усього – 1233 млн грн (зростання на 45 %, або на 383 млн грн), зокрема: податку на доходи фізичних осіб зростання на 48 %; плати за землю зростання

на 20 %; акцизного податку зростання на 38 %; єдиного податку зростання на 68 %; податку на нерухоме майно зростання на 55 %.

Надходження власних ресурсів місцевих бюджетів 207 ОТГ (громади, які створені у 2016 р.) за січень – квітень 2017 р. порівняно з аналогічним періодом 2016 р.: усього – 1349 млн грн (зростання в три рази, або на 906 млн грн), зокрема[14]: податку на доходи фізичних осіб надійшло 725 млн грн; плати за землю зростання на 21 %; акцизного податку зростання на 45 %; єдиного податку на 60 %; податку на нерухоме майно зростання на 68 %.

У відповідності до проведеної фіскальної децентралізації було розширено фінансові права місцевих органів влади і надано їм право самостійно обирати установу, яка буде обслуговувати їх власні кошти у частині бюджету розвитку та власних надходжень (рахунки Казначейства чи державний банк). Це зменшило залежність місцевих органів влади від Казначейства і надало можливість органам місцевого самоврядування заробляти на процентах по вкладах, а також додало стимулів місцевим громадам щодо оптимізації витрат. Крім того, у 2016 році в порівнянні з 2015 роком підвищилася платоспроможність місцевих бюджетів, про що свідчить зменшення кількості наданих позик майже у 10 разів.

На сьогодні ОТГ отримали ще одне джерело надходжень – це конфісковані кошти. Як відомо, Кабінет Міністрів України затвердив порядок розподілу у 2017 р. між відомствами конфіскованих коштів та коштів, отриманих від реалізації майна, конфіскованого за рішенням суду за вчинення корупційного і пов'язаного з корупцією правопорушення. Кошти, що надходять до спецфонду держбюджету від конфіскації щотижня, розподіляються казначейством пропорційно: Міністерству аграрної політики і продовольства – 22,273 % за програмою «Фінансова підтримка сільгоспвиробників»; Міністерству регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства 21,59 % за програмою «Державний фонд регіонального розвитку», 8,636 % – «Субвенція з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад» [14].

Об'єднання громад дозволило збільшити власні доходи бюджетів ОТГ на 1 жителя відповідної території. У середньому показник по всіх ОТГ у 2016 році збільшився майже на 800 грн (з 596 грн до 1385 грн).[15] Тоді як у 2017 він зріс до 2345 грн.

На думку експерта Інституту політичної освіти О. Солонтей, найбільшим позитивом фінансової децентралізації є передача до місцевих бюджетів акцизного податку, а також податку на нерухомість, які надали можливість збільшити надходження місцевих бюджетів. При цьому фахівці радять вкладати кошти в економіку громад. Тоді як голова Держказачейства Т. Слюз, зазначає, що уже третій рік поспіль на рахунках місцевих бюджетів обліковується багато коштів, які не використовуються. Сьогодні на казначейських рахунках сільських, селищних, міських, районних, обласних, рад та об'єднаних територіальних громад знаходиться 60 млрд грн. Якщо в минулому році місцеві бюджети за рік розмістили на рахунках у державних банках 15,6 млрд грн, то за три місяці 2017 року – вже близько 11 млрд грн. Таким чином, у місцевих бюджетів наразі є близько 71 млрд грн.[14].

Позитивним моментом проведених заходів є те, що частка місцевих бюджетів у зведеному бюджеті країни щороку збільшується. Отже, місцеві бюджети наповнюються, зростають, розширюються можливості щодо втілення інфраструктурних проєктів, які розвиватимуть територію. Разом з тим зростає відповідальність місцевого самоврядування. За таких умов, органи місцевого самоврядування зобов'язані бути успішними і створювати сприятливі умови для проживання, відпочинку і роботи.

Окремо зупиняючись на питаннях трансфертів і дотаційності місцевих бюджетів слід зазначити, що для багатьох громад залежність від державного бюджету сягає 80 і навіть більше відсотків, і така ситуація навряд чи може бути змінена за нинішніх умов. Причина – історично складений і обумовлений природними чинниками вкрай низький економічний потенціал таких громад – і, відповідно, мізерні податкові можливості. Саме на такі громади і були націлені ініціативи з добровільного об'єднання, хоча варто визнати, що сусідні громади дуже і дуже неохоче об'єднуються з такими «аутсайдерами».

В основі політики бюджетної підтримки – принцип соціальної справедливості. Іншими словами, умови життя людини не повинні залежати від місця її народження чи проживання. Принаймні, у частині забезпечення базових потреб, оскільки досягти абсолютної рівності територій не вдавалось ще жодному уряду жодної країни.[16]

Реалізуючи заходи фіскальної політики місцеві органи влади можуть сприяти також зміцненню різних видів використання нерухомості (які можуть бути дозволені в даній зоні), включаючи граничні показники. У цьому випадку, власник або інвестор в певних межах можуть зводити споруди і змінювати спосіб їх використання без численних бюрократичних узгоджень, на підставі простого повідомлення органу влади. В результаті це дозволить забезпечити ефективне управління муніципальної інфраструктурою, уможливить оподаткування нерухомості виходячи з її найбільш ефективного використання.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Економічна ефективність фіскальної політики що реалізується місцевими органами полягає в створенні умов для ефективного залучення муніципалітетами значних фінансових ресурсів. Для цього недостатньо гарантувати стабільні надходження до їх бюджетів від місцевих податків і зборів. Великі інвестиційні проекти, які здійснюються органами місцевого самоврядування, вимагають одноразового залучення набагато більшого обсягу фінансових коштів. Самостійність муніципалітетів в питаннях залучення інвестиційних ресурсів є не тільки найважливіша умова розвитку місцевої громади, а й суттєвий фактор соціально-економічного зростання.

В цьому контексті фіскальна політика має бути скоординована таким чином аби її економічний ефект не витискував на другий план соціальні гарантії малозабезпеченим верствам населення. Тобто, не варто ризикувати соціальним благополуччям населення заради прискореного досягнення навіть важливих економічних цілей. А у механізмі її здійснення повинні бути закладені реальні механізми стимулювання місцевих органів самоврядування до активної її реалізації. Крім того, слід враховувати, що на її реалізацію необхідні істотні фінансові ресурси і час. Для ефективної реалізації її заходів необхідна також чітка і детально розроблена муніципальна програма дохідних джерел фінансування процесу модернізації місцевої економіки, підкріплена фінансовими ресурсами, що передбачає гнучкі механізми стимулювання місцевої влади. Водночас фіскальна політика на місцевому рівні повинна бути зорієнтована на розвиток місцевого ринку праці, розвиток ринку нерухомості; на демонополізацію в сфері виробництва комунальних послуг; підтримку всіх форм ринкової

організації виробництва; стимулювання іпотечного кредитування.

Доцільно зазначити, що для місцевих органів влади, які проводять активну фіскальну політику має бути передбачена спеціальна допомога державних органів влади. Безпосередньо мова йде про створення доступної для всіх місцевих органів інформаційної бази, яка б містила всі нормативні акти і методичні матеріали, котрі мають відношення до місцевої реформи, зарубіжний досвід. Також необхідне надання допомоги на закріплення успіхів (наприклад через цільові бюджетні позички).

Крім того, економічну основу фіскальної політики яка реалізується місцевими органами влади становить демонополізація в області власності на землю, розвиток ринку земельних ділянок та іншої нерухомості; демонополізацію у всіх секторах і сферах виробництва, розвиток ринку нерухомості (гарантія прав власності на нерухомість, зниження витрат при угодах з нерухомістю, іпотека).

Серед основних напрямів збільшення доходів місцевих бюджетів за рахунок податкових надходжень та підвищення фінансової автономії місцевого самоврядування доцільно виокремити необхідність:

- збільшення частки податків і зборів, які формують власну податкову базу місцевих бюджетів за рахунок зарахування частини загальнодержавних податків і зборів;

- вдосконалення механізму справляння податку на майно в розрізі податку на нерухоме майно відмінне від земельної ділянки, транспортного податку, плати за землю;

- врахування податкову специфіку кожного регіону при здійсненні реформування податкової системи на місцях;

- мотивації населення до підвищення податкової культури шляхом проведення комплексу заходів з реалізації освітніх проєктів;

- розробки стимулюючого механізму легалізації доходів підприємств і зниження тінізації економіки;

- підвищення рівня контрольно-аналітичної роботи фіскальних органів для формування інформаційної бази, необхідної для прийняття оперативних управлінських рішень;

- сприяння підвищенню ділової активності в регіонах з метою створення нових робочих місць як результат - збільшення податкових надходжень.

Проведене дослідження реалізації фіскальної політики дало змогу, наряду із зазначеними заходами, акцентувати увагу на доцільності створення умов і надання можливостей застосування ринкових механізмів залучення додаткових коштів для соціально-економічного розвитку підвідомчих органам місцевого самоврядування територій, а також розробці механізму мотивації областей (які є дотаційними) до збільшення податкових надходжень від загальнодержавних податків і зборів та стимулювання органів місцевої влади до більш сумлінної мобілізації фінансових ресурсів і нарощування податкової бази.

З метою ефективної реалізації поставлених завдань та сприяння соціально-економічному розвитку заходи фіскальної політики мають бути скоординовані між центром та регіонами.

### *Література*

1. Письменний В. В. Місцеве оподаткування в умовах реформування податкової системи України: монографія – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр «Економічна думка», 2011. – 196 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://library.tneu.edu.ua/images/stories/praci\\_vukladachiv/Факултет%20Фінансів/Каф%20Фінансів/Письменний%20В.В./Pysmennyi%20%20Local%20Taxation%20-%202011.pdf](http://library.tneu.edu.ua/images/stories/praci_vukladachiv/Факултет%20Фінансів/Каф%20Фінансів/Письменний%20В.В./Pysmennyi%20%20Local%20Taxation%20-%202011.pdf) (2017, жовтень, 15)

2. Аналітична доповідь до Щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2015 році». – [Електронний ресурс]. Режим доступу: D:\НАБРОСКИ ДЛЯ ДОКТОРСКОЙ 2016\для статъи мб\245-1394353609.pdf [http://www.niss.gov.ua/public/File/2015\\_book/POSLANNYA2015\\_giper\\_new.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_book/POSLANNYA2015_giper_new.pdf) (2017, вересень, 10)

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (2017, вересень, 10)

4. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (2017, вересень, 10)

5. Місцеві фінанси: Підручник / [О.Р. Квасовський, А.В. Лучка, Б.С. Малиняк та інші] / За ред. О.П. Кириленко. — К.: Знання, 2006. — 677 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12095/1/Miscevi\\_finansuPD\\_2\\_B5%20%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%D0%9F..pdf](http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12095/1/Miscevi_finansuPD_2_B5%20%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%D0%9F..pdf) (2017, листопад, 18)
6. Молодченко Т. Г. Сталий розвиток місцевого самоврядування в контексті податкової реформи в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2011-1/doc/4/02.pdf> (2017, вересень, 10)
7. Ставнича М. М. Тенденції формування дохідної частини місцевих бюджетів України в умовах подолання кризових явищ / М. М. Ставнича, Ю. С. Собецька. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/med\\_2014\\_1\(1\)\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1(1)_18). (2017, жовтень, 20)
8. Бюджетний моніторинг [Електронний ресурс] / Інститут бюджету та соціально-економічних досліджень. — Режим доступу до матер.: <http://www.ibser.org.ua/news/556/> (2017, листопад, 18)
9. Виконання бюджетів [Електронний ресурс] / Державна казначейська служба України. — Режим доступу до матер.: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list> (2017, листопад, 18)
10. Державна казначейська служба України. Місячний звіт про виконання Державного бюджету України за січень-грудень 2016 року. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=305190> (2017, грудень, 5)
11. Slatvinskaya M.A. Theoretical bases of tax potential // Vasyutinskaya L.A., Slatvinskaya M.A. // Promising problems of economics and management: Collection of scientific articles.- Publishing house «BREEZE», Montreal, Canada, 2015.- С. 289-292.
12. Слатвінська М. О. Податкові домінанти збільшення доходної бази місцевих бюджетів в Україні// Слатвінська М. О., Васютинська Л. А. /Економіка. Фінанси. Право. № 2\1. – 2016 р. С.33-37
13. Федоришина Л.І. Соціальна і фіскальна політика держави: вплив на регіональному рівні [Електронний ресурс] /



Федоришина Л.І. Жмурко І.В. // Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/98.pdf> (2017, листопад, 18)

14. Пальчук В. Бюджети об'єднаних територіальних громад у 2017 році (за результатами I кварталу) [Електронний ресурс] / В. Пальчук // Україна: події, факти, коментарі. – 2017. – № 17. – С. 40–50. – Режим доступу: <http://nbuviar.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr17.pdf>. – Назва з екрану. (2017, листопад, 18)

15. Ткачук А.Ф. Про бюджет і не тільки. Спеціально для об'єднаних територіальних громад / Анатолій Ткачук, Ніна Наталенко. – К. : ІКЦ «Легальний статус», 2016. – 76 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.csi.org.ua/wp-content/uploads/2017/01/BudgetOTG-PRN.pdf> (2017, листопад, 18)

16. Місцеві бюджети: підсумки 2016 року та перспективи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://iser.org.ua/analitika/analiz-derzhavnoyi-politiki/mistsevi-biudzheti-pidsumki-2016-roku-ta-perspektivi> (2017, листопад, 18)

1. Py`s`menny`j V. V. Misceve opodatkovannya v umovax reformuvannya podatkovoyi sy`stemy` Ukrayiny` : monografiya – Ternopil` : Vy`davny`cho-poligrafichny`j centr «Ekonomichna dumka», 2011. – 196 s. [Elektronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: [http://library.tneu.edu.ua/images/stories/praci\\_vukladachiv/Fakultet%20Finansiv/Kaf%20finansiv/Py`s`menny`j%20V.V/Pysmennyi%20%20Local%20Taxation%20-%202011.pdf](http://library.tneu.edu.ua/images/stories/praci_vukladachiv/Fakultet%20Finansiv/Kaf%20finansiv/Py`s`menny`j%20V.V/Pysmennyi%20%20Local%20Taxation%20-%202011.pdf) (2017, zhovten`, 15)

2. Anality`chna dopovid` do Shhorichnogo Poslannya Prezy`denta Ukrayiny` do Verxovnoyi Rady` Ukrayiny` «Pro vnutrishnye ta zovnishnye stanovy`shhe Ukrayiny` v 2015 roci». – [Elektronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: [http://www.niss.gov.ua/public/File/2015\\_book/POSLANNYa2015\\_giper\\_new.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_book/POSLANNYa2015_giper_new.pdf) (2017, veresen`, 10)

3. Podatkovy`j kodeks Ukrayiny` vid 02.12.2010 r. # 2755-VI [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (2017, veresen`, 10)

4. Byudzhetny`j kodeks Ukrayiny` vid 08.07.2010 # 2456-

- VI [Elektronny`j resurs]. Rezhym`m dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (2017, veresen`, 10)
5. Miscevi finansy`: Pidruchny`k / [O.R. Kvasovs`ky`j, A.V. Luchka, B.S. Malynyak ta inshi] / Za red. O.P. Kyrylenko. — K.: Znannya, 2006. — 677 s. [Elektronny`j resurs]. — Rezhym`m dostupu: [http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12095/1/Miscevi\\_finansuPD\\_2\\_B5%20%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%D0%9F..pdf](http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12095/1/Miscevi_finansuPD_2_B5%20%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E.%D0%9F..pdf) (2017, ly`stopad, 18)
  6. Molodchenko T. G. Staly`j rozvy`tok miscevogo samovryaduvannya v konteksti podatkovoyi reformy` v Ukrayini [Elektronny`j resurs]. Rezhym`m dostupu: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2011-1/doc/4/02.pdf> (2017, veresen`, 10)
  7. Stavny`cha M. M. Tendenciyi formuvannya doxidnoyi chasty`ny` miscevy`x byudzhetyv Ukrayiny` v umovax podolannya kry`zovy`x yavy`shh / M. M. Stavny`cha, Yu. S. Sobecz`ka. [Elektronny`j resurs]. Rezhym`m dostupu: Rezhym`m dostupu: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/med\\_2014\\_1\(1\)\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1(1)_18). (2017, zhovten`, 20)
  8. Byudzhety`j monitory`ng [Elektronny`j resurs] / Insty`tut byudzhetu ta social`no-ekonomichny`x doslidzhen`. — Rezhym`m dostupu do mater.: <http://www.ibser.org.ua/news/556/> (2017, ly`stopad, 18)
  9. Vy`konannya byudzhetyv [Elektronny`j resurs] / Derzhavna kaznachejs`ka sluzhba Ukrayiny`. — Rezhym`m dostupu do mater.: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list> (2017, ly`stopad, 18)
  10. Derzhavna kaznachejs`ka sluzhba Ukrayiny`. Misyachny`j zvit pro vy`konannya Derzhavnogo byudzhetu Ukrayiny` za sichen`-gruden` 2016 roku. [Elektronny`j resurs]. — Rezhym`m dostupu: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=305190> (2017, gruden`, 5)
  11. Slatvinskaya M.A. Theoretical bases of tax potential // Vasyutinskaya L.A., Slatvinskaya M.A. // Promising problems of economics and management: Collection of scientific articles.- Publishing house «BREEZE», Montreal, Canada, 2015.- S. 289-292.
  12. Slatvins`ka M. O. Podatkovi dominanty` zbil`shennya doxodnoyi bazy` miscevy`x byudzhetyv v Ukrayini// Slatvins`ka M. O., Vasyuty`ns`ka L. A. /Ekonomika. Finansy`. Pravo. # 2\1. — 2016 r. S.33-37
  13. Fedory`shy`na L.I. Social`na i fiskal`na polity`ka

derzhavy: vplyv na regional`nomu rivni [Elektronny`j resurs] / Fedoryshy`na L.I. Zhmurko I.V. // My`kolayivs`ky`j nacional`ny`j universy`tet imeni V.O. Suxomly`ns`kogo. – Rezhy`m dostupu: <http://global-national.in.ua/archive/12-2016/98.pdf> (2017, ly`stopad, 18)

14. Pal`chuk V. Byudzhet` ob'yednany`x tery`torial`ny`x gromad u 2017 roci (za rezul`tatamy` I kvartalu) [Elektronny`j resurs] / V. Pal`chuk // Ukrayina: podiyi, fakty`, komentari. – 2017. – # 17. – S. 40–50. – Rezhy`m dostupu: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr17.pdf>. – Nazva z ekranu. (2017, ly`stopad, 18)

15. Tkachuk A.F. Pro byudzhet i ne til`ky`. Special`no dlya ob'yednany`x tery`torial`ny`x gromad / Anatolij Tkachuk, Nina Natalenko. – K. : IKCz «Legal`ny`j status», 2016. – 76 s. [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://www.csi.org.ua/wp-content/uploads/2017/01/BudgetOTG-PRN.pdf> (2017, ly`stopad, 18)

16. Miscevi byudzhety`: pidsumky` 2016 roku ta perspekty`vy` [Elektronny`j resurs] – Rezhy`m dostupu: <http://iser.org.ua/analitika/analiz-derzhavnoyi-politiki/mistsevi-biudzheti-pidsumki-2016-roku-ta-perspektivi> (2017, ly`stopad, 18)

*Рецензент: Волохова І. С., д.е.н., доцент, зав. кафедри фінансів, Одеський національний економічний університет*

*14.12.2017*

УДК 334.01

*Слюсар Марія*

## **ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА «КЛАСИКО»**

В Україні протягом останнього десятиліття, з урахуванням впливу кризи на економіку в цілому, більшість підприємств, змушені були застосувати захисну очікувальну стратегію управління, направлену на збереження ролі і впливу підприємства на ринках збуту продукції та надання послуг. Відсутність комплексного підходу при обґрунтуванні та визначенні

пріоритетних напрямів стратегій розвитку, приводить до поразки підприємств в конкурентній боротьбі. Саме посткризовий період спонукає підприємство до виживання в умовах конкуренції, досягнення сталого та безперервного розвитку. Можливість вирішення проблеми розвитку підприємства полягає у відстежуванні тенденцій розвитку ринку, розробці та реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі ефективної стратегії розвитку підприємства.

**Ключові слова:** стратегія управління, конкуренція, стратегія розвитку підприємства, ринок салонів краси, ринкові можливості підприємства, тенденції розвитку.

*Слюсар Марія*

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕПРИЯТИЯ «КЛАСИКО»**

В Украине в течение последнего десятилетия, с учетом влияния кризиса на экономику в целом, большинство предприятий, вынуждены были применить защитную выжидательную стратегию управления, направленную на сохранение роли и влияния предприятия на рынках сбыта продукции и услуг. Отсутствие комплексного подхода при обосновании и определении приоритетных направлений стратегии развития, приводит к поражению предприятий в конкурентной борьбе. Именно посткризисный период побуждает предприятие к выживанию в условиях конкуренции, достижению устойчивого и непрерывного развития. Возможность решения проблемы развития предприятия заключается в отслеживании тенденций развития рынка, разработке и реализации конкурентных преимуществ, что в значительной мере может быть достигнуто на основе эффективной стратегии развития предприятия.

**Ключевые слова:** стратегия управления, конкуренция, стратегия развития предприятия, рынок салонов красоты, рыночные возможности предприятия, тенденции развития.

## **ECONOMIC JUSTIFICATION OF THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE ENTERPRISE «CLASSICO»**

In Ukraine, during the last decade, taking into account the impact of the crisis on the economy as a whole, the majority of enterprises were forced to apply a protective wait-and-see management strategy aimed at preserving the role and influence of the enterprise in the sales markets for products and services. The lack of an integrated approach to justify and prioritize the development strategy leads to the defeat of enterprises in competition. It is the post-crisis period that prompts the enterprise to survive in a competitive environment, to achieve sustainable and continuous development. The ability to solve the problem of enterprise development is to monitor the development trends of the market, develop and implement competitive advantages, which can be achieved to a large extent on the basis of an effective enterprise development strategy.

**Key words:** management strategy, competition, enterprise development strategy, beauty salon market, market opportunities of the enterprise, development trends.

**Постановка завдання.** Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств характеризуються затяжною фінансово-економічною кризою, зростанням рівня невизначеності зовнішнього середовища (індивідуалізація і динамізм поведінки споживачів, новітні інформаційні технології, високі вимоги до якості товарів і обслуговування тощо), політичною нестабільністю, загостренням конкуренції, неспроможністю досягнення високих результатів господарської діяльності тощо. Саме посткризовий період спонукає підприємство до виживання в умовах конкуренції, досягнення сталого та безперервного розвитку. Можливість вирішення проблеми розвитку підприємства полягає у відстежуванні тенденцій розвитку ринку, розробці та реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі ефективної стратегії розвитку підприємства.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Теоретичні, методологічні та практичні аспекти економічного обґрунтування

стратегій розвитку підприємств знайшли відображення у роботах зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів: І. Ансоффа, П. Друкера, М. Мескона, А.А. Томпсона, Ф. Котлера, М. Портера, Р. Фатхутдінова, Е. Чемберлена, Дж. Стрікланда, О. Віханського, В. Власова, П. Гайдуцького, В. Жмайлова, М. Зубця, В. Месель-Веселяка, П. Саблука, О. Шпикуляка та ін.

**Метою** статті є аналіз теоретичних положень та обґрунтування практичних рекомендацій щодо вибору підприємством ТОВ «Класико» стратегії розвитку в сучасних умовах нестабільності.

**Виклад основного матеріалу.** Для початку слід відмітити, що в Україні протягом останнього десятиліття, з урахуванням впливу кризи на економіку в цілому, більшість підприємств, змушені були застосувати захисну очікувальну стратегію управління, направлену на збереження ролі і впливу підприємства на ринках збуту продукції та надання послуг. Відсутність комплексного підходу при обґрунтуванні та визначенні пріоритетних напрямів стратегій розвитку, приводить до поразки підприємств в конкурентній боротьбі.

Український ринок салонів краси в 2016 році зріс на 2% – до 325 млн грн. Найбільш несприятливим роком для ринку салонів краси став 2014-й, коли спад склав 25% – до 298,8 млн грн. ринок індустрії краси має перспективи для стрімкого зростання, але фактор економічної кризи значно впливає на його показники. Спостерігається зростання операторів, які пропонують свої послуги на дому. Клієнтів залучають за допомогою реклами в соціальних мережах та інтернеті. Змінився і сегмент офіційно зареєстрованих суб'єктів господарської діяльності на ринку індустрії краси. Деякі перейшли з сегменту «низький» в сегмент «низький-» або припинили своє існування. У той же час відзначається розвиток сегментів «середній» і «середній+». Оператори, що працюють в цих цінових напрямках, пропонують прийнятну вартість, затишну атмосферу і перелік додаткових послуг. Крім того, вони гарантують безпеку проведених процедур. В Одесі ситуація в б'юті-сфері характеризується підвищеною конкуренцією і боротьбою за кожного клієнта. На ринку залишаються лише ті салони краси, які не тільки пропонують низьку ціну, але і якісний сервіс, програму лояльності і багато інших послуг [3].

Перш за все слід визначити, що таке стратегія. Існує багато трактувань стратегії. Найбільше нам імпонує визначення за А.

Стріклендом та А. Томпсоном, тобто стратегія як план управління підприємством, спрямований на зміцнення його позицій, задоволення потреб споживачів і досягнення поставлених цілей [2, с. 26].

При розробці, обґрунтуванні вибору стратегії, керівникам підприємств слід розуміти, що повинен бути використаний комплексний системний підхід, адже стратегія, як комплексний план підприємства на перспективу має ієрархічну будову.

У залежності від типу підприємства (багатопрофільного чи вузькопрофільного), стратегія може мати чотири чи три рівні, до якої входять:

1. Корпоративна (загальна) стратегія, що одночасно є портфельною.
2. Конкурентні (ділові, бізнесові) стратегії.
3. Функціональні стратегії.
4. Операційні стратегії.

У вузькопрофільному підприємстві стратегія має три рівні, в якій корпоративна стратегія є одночасно конкурентною (діловою, бізнесовою).

Під час вибору стратегії із альтернативних, менеджерам, керівникам підприємств і організацій слід брати до уваги значну кількість чинників щодо самого підприємства, а також середовища, в якому воно працює. До чинників варто віднести: цілі підприємства, пріоритети його власників, фінансовий, виробничий кадровий, трудовий потенціал підприємства, розмір підприємства, на якій стадії життєвого циклу воно знаходиться, його конкурентні переваги, фактор часу, ступінь залежності від зовнішнього середовища.

Стратегія економічного розвитку підприємства ПП «Класико» повинна базуватися на довгострокових цільових програмах розвитку. Цільова комплексна програма розвитку підприємства – це стратегічний документ, який містить комплекс узгоджених за змістом заходів, забезпечених ресурсами і скоординованих у просторі і в часі, що спрямовані на повне задоволення потреби населення щодо послуг та ефективне використання ресурсного потенціалу.

Визначимо ринкові можливостей і загрози для підприємства ПП «Класико». Другий крок SWOT-аналізу – оцінка ринку. Цей етап дозволить оцінити ситуацію поза ПП «Класико» і зрозуміти, які є можливості, а також яких загроз варто побоюватися (і, відповідно,

заздалегідь до них підготуватися).

Методика визначення ринкових можливостей і загроз практично ідентична методиці визначення сильних і слабких сторін підприємства: складемо перелік параметрів, за яким будемо оцінювати ринкову ситуацію; за кожним з параметрів визначимо, що є можливістю, а що – загрозою для ПП «Класико».

За основу при оцінці ринкових можливостей і загроз візьмемо наступний список параметрів (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення сильних і слабких сторін ТОВ «Класико»

Параметри оцінки	Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Організація	Вертикальна інтеграція	-
2. Менеджмент	Управлінська експертиза Істотні очікувані грошові потоки	Необхідність відволікання фінансових потоків на конкурентну боротьбу
3. Інновації	Сучасні технології Постійні розробки інноваційних проєктів	В деяких підрозділах застаріле обладнання
4. Маркетинг	Висока репутація у споживачів	Необхідність налагодження гарантованого ринку послуг
5. Соціальна сфера	Виважена стратегія, розроблена корпоративна культура	Високі витрати на утримання персоналу

Далі сформуємо окрему таблицю: у перший стовпчик записуємо параметр оцінки, а в другий і третій – існуючі можливості й загрози, пов'язані із цим параметром (табл. 2).

Проаналізувавши небезпеки і нові можливості, керівництво підприємства може приступити до вибору базової (генеральної) стратегії.



Таблиця 2

## Визначення ринкових можливостей і загроз ПП «Класико»

Параметри оцінки	Можливості	Загрози
1. Конкуренція	Розширити частку ринку надання послуг шляхом закріплення на регіональних ринках та досягнення високого статусу конкурентоспроможності, впровадження нових технологій та генерації нових ідей.	Велика кількість конкурентів
2. Збут	Розширити ринок надання послуг за рахунок збільшення мережі підприємства	Наслідки кризових явищ в економіці
3. Попит	Задоволення наявного попиту	Відсутність додаткового попиту
4. Науково-технічні фактори	Провадження нових інноваційних технологій	Відволікання коштів на інвестиційні проекти
5. Економічні фактори	Нарощування основного та оборотного капіталу	Вплив кризи на доступність джерел позикових коштів

Провівши SWOT-аналіз діяльності підприємства ПП «Класико», сформувавши відповідну інформацію про наявні слабкі місця, шляхи уникнення можливих загроз виробничо-фінансової діяльності підприємства, виявлення внутрішніх можливостей, потужностей та ресурсів підприємства, а також вплив факторів зовнішнього середовища, їх силу, масштабність і значущість, дана інформація повинна бути використана при проведенні оцінки та виборі стратегічних зон господарювання і стратегії розвитку конкретного підприємства.

В SWOT-аналізі необхідно не тільки розкрити сильні й слабкі сторони, загрози й можливості, але й оцінити їх з погляду на те, наскільки важливим вони є для підприємства. Для цього кожену сильну й слабку сторону, можливість (або загрозу) потрібно оцінити за двома параметрами, поставивши собі два запитання: «Наскільки висока ймовірність того, що це трапиться?» і «Наскільки це може вплинути на ПП «Класико»? (табл. 3).

Таблиця 3

Оцінка сильних і слабких сторін, можливостей і загроз  
ПП «Класико»

Сторони	Бал	Характеристика
Сильні сторони	4	Вертикальна інтеграція
	5	Істотна частка ринку
	3	Істотні очікувані грошові потоки
	3	Управлінська експертиза
	4	Висока репутація у споживачів
	5	Виважена HR-стратегія, розроблена корпоративна культура
Слабкі сторони	4	Необхідність відволікання фінансових потоків на конкурентну боротьбу
	2	Високі витрати на утримання персоналу
	4	Застаріле обладнання
Можливості	3	Розширити частку ринку надання послуг шляхом впровадження нових технологій та генерації нових ідей.
	5	Розширення географії підприємства
	4	Проведення інноваційних технологій
	3	Нарощування основного та оборотного капіталу
	4	Задоволення наявного попиту
Загрози	3	Велика кількість конкурентів
	4	Наслідки кризових явищ в економіці

Оберемо ті події, які відбудуться з великою ймовірністю, занесемо до відповідних розділів SWOT-аналізу (табл. 4).

## Матриця SWOT-аналізу діяльності ІП «Класико»

	МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
	<p>1. Провадження інноваційних технологій</p> <p>2. Розширення географії підприємства</p> <p>3. Задоволення наявного попиту</p>	<p>1. Вплив світової фінансово-економічної кризи на доступність джерел позикових коштів</p> <p>2. Відволікання коштів на інвестиційні проекти</p> <p>3. Велика кількість сильних конкурентів</p>
<p><b>СИЛЬНІ СТОРОНИ</b></p> <p>1. Істотна частка ринку.</p> <p>2. Вертикальна інтеграція</p> <p>3. Висока репутація у споживачів</p> <p>4. Виважена HR-стратегія, розроблена корпоративна культура</p>	<p><i>А. Як скористатися можливостями, що відкриваються, використовуючи сильні сторони підприємства?</i></p> <p>1. Забезпечення професійними та мотивованими кадрами нових напрямів діяльності.</p> <p>2. Здійснення комплексного впровадження стандартів якості надання послуг</p>	<p><i>Б. За рахунок яких сильних сторін можна нейтралізувати існуючі погрози?</i></p> <p>1. Залучення позикових коштів українського походження, зниження витрат, економія.</p> <p>2. Точкове розширення за рахунок витіснення конкурентів</p>
<p><b>СЛАБКІ СТОРОНИ</b></p> <p>1. Необхідність відволікання фінансових потоків.</p> <p>2. Застаріле обладнання</p> <p>3. Високі витрати на утримання персоналу</p>	<p><i>В. Які слабкі сторони підприємства можуть перешкодити скористатися можливостями ?</i></p> <p>1. Втрата можливих зовнішніх ринків надання послуг.</p> <p>2. Необхідність спочатку заміни застарілого обладнання, а вже потім інноваційних перетворень.</p> <p>3. Можливий ризик дефіциту коштів.</p>	<p><i>Г. Яких загроз, збільшених слабкими сторонами підприємства, потрібно найбільше побоюватися?</i></p> <p>1. Світова фінансова криза знижує активність підприємств і може значно негативно вплинути на обсяги надання послуг.</p> <p>2. Конкуренти можуть запропонувати ринку послуги, аналогічні нашим, за аналогічними цінами у випадку достатнього фінансування.</p>

У світовій практиці виокремлюють три основних види стратегій розвитку підприємства, кожний з яких повністю обґрунтований специфікою виробництва:

1) стратегія зростання (розвитку) відображає намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капіталовкладень, закріпити та утримувати позиції лідера, мати свої унікальні конкурентні переваги;

2) стратегія стабілізації (сталості) характеризує прагнення підприємства зберегти досягнуті обсяги виробництва в умовах суттєвої нестабільності обсягів продажу і прибутку, досягти ринкової рівноваги, збільшити ринкову частку, максимізувати прибуток;

3) стратегія виживання – оборонна стратегія в умовах глибокої кризи діяльності підприємства. Основна ціль даної стратегії – уникнення ймовірності банкрутства, забезпечення беззбитковості виробництва.

Доцільно зауважити, що для кожної стратегії розроблюють відповідний комплекс дій з її реалізації.

Реалізація стратегії неможлива без стратегічного контролю, прогнозування та коригування у відповідності до цілей та змін зовнішнього середовища.

Основною стратегією в реалізаційній діяльності підприємства повинно бути розширення ринків надання послуг, а також точкової мережі.

Найбільш доцільною стратегією в даному випадку є стратегія прибутковості продукції ПП «Класико» (*стратегія концентрованого росту*), а саме: конкурентна стратегія розвитку ринку, що полягає в пошуку нових ринків для вже вироблених послуг. З метою реалізації цієї стратегії розвитку необхідно провести закупку найновітнішого обладнання. Також доцільно буде застосування аутсорсингу виробництва в комплексі із вдосконаленням фінансової стратегії ПП «Класико», її адаптації до підвищення конкурентоспроможності послуг підприємства.

Доцільно зауважити, що для кожної стратегії розроблюють відповідний комплекс дій з її реалізації. Реалізація стратегії неможлива без стратегічного контролю, прогнозування та коригування у відповідності до цілей та змін зовнішнього середовища [1, с. 56].

**Висновки.** Проведене дослідження дозволило сформувати дефініцію стратегії розвитку, як стратегії підприємства, спрямованої на досягнення цілей розвитку, на відміну від цілей виживання, і заснованої на засадах інтенсивного розвитку при наявності у даного підприємства суттєвого потенціалу.

Реалізація обраної стратегії, а саме стратегії концентрованого росту передбачає діяльність керівництва, що спрямована на модернізацію, в разі необхідності, системи управління, приведення її до відповідності зі стратегічними цілями організаційної структури підприємства, виділення необхідних ресурсів, а також підготовку персоналу.

Вся діяльність підприємства ПП «Класико» повинна обов'язково базуватися на точному і вивіреному знанні потреб цільового ринку і споживчого попиту, оцінці та врахуванні умов надання послуг в найближчий час і на перспективу.

Формування стратегії розвитку досліджуваного підприємства повинно ґрунтуватися на:

- забезпеченні перманентного підвищення якості послуг, що надаються, їх привабливості для споживача;
- оптимізації пропозиції послуг і доступних споживачеві цін;
- створенні ефективної точкової мережі; врахування національних особливостей та специфіки запитів споживачів.

### *Література*

1. Котуранова Н.В., Безхлібна М.А. Аналіз українського ринку індустрії краси та умови його створення / Н.В. Котуранова, М.А. Безхлібна // Економічний простір. – 2013. – № 72. – С. 55-63.

2. Осовська Г.В. Стратегічний менеджмент: теорія та практика / Г.В. Осовська, О.Л. Фіщук, І.В. Жалінська.– К.:Кондор,2003. – 193 с.

3. Український ринок салонів краси в 2016 році зріс на 2% – до 325 млн грн // [Електронне джерело]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/rynok-salono-v-krasoty-vyros/>

1. Koturanova N.V., Bezkhlibna M.A. Analiz ukrayins'koho rinku industriyi krasy ta umovy yoho stvorennya / N.V. Koturanova, M.A. Bezkhlibna // Ekonomichnyy prostir. – 2013. – # 72. – S. 55-63.

2. Osovs'ka H.V. Stratehichnyy menedzhment: teoriya ta praktyka / H.V . Osovs'ka, O.L. Fishchuk, I.V. Zhalins'ka. – K.: Kondor, 2003. – 193 s.

3. Ukrayins'kyy rynek saloniv krasoty v 2016 rotsi zris na 2% – do 325 mln hrn // [Elektronne dzherelo]. – Rezhym dostupu: <https://rau.ua/uk/novyni/rynek-salonov-krasoty-vyros/>

***Рецензент:** Балджи М.Д. д.е.н., професор, кафедра економіки, права та управління бізнесом Одеського національного економічного університету*

9.11.2017

УДК 338.23: 351.824.11

*Сментина Наталія*

## **МЕТОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНТЕГРОВАНІХ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР**

У статті відмічається важливість утворення та функціонування інтегрованих корпоративних структур за сучасної системи господарювання. Вказані завдання, що спроможні вирішити інтегровані корпоративні структури як потужні суб'єкти національної економіки. Визначені принципи, що є основою формування інтегрованих корпоративних структур.

Подається трактування категорії «державне регулювання інтегрованих корпоративних структур». Відмічено поділ регуляторів на правові та економічні. Узагальнені недоліки правового аспекту державного регулювання інтегрованих корпоративних структур. Відмічається залежність застосування економічних інструментів державного регулювання інтегрованих корпоративних структур від спрямованості державної економічної політики.

Наведені можливі інструменти державного регулювання інтегрованих корпоративних структур в розрізі адміністративного, бюджетного, податкового, грошово-кредитного методів. Зазначені

регулюючі механізми. Відмічено загальне спрямування антимонопольного регулювання інтегрованих корпоративних структур.

Запропоновані основні шляхи покращення політики державного регулювання інтегрованих корпоративних структур.

**Ключові слова:** державне регулювання, інтегровані корпоративні структури, інструменти, державна політика, механізм, антимонопольне регулювання.

*Сментина Наталья*

## **МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР**

В статье отмечается важность создания и функционирования интегрированных корпоративных структур. Указаны задачи, которые способны решить интегрированные корпоративные структуры как мощные субъекты национальной экономики. Определены принципы, являющиеся основой формирования интегрированных корпоративных структур.

Дается определение категории «государственное регулирование интегрированных корпоративных структур». Отмечается деление регуляторов на правовые и экономические. Обобщены недостатки правового аспекта государственного регулирования интегрированных корпоративных структур. Отмечается зависимость применения экономических инструментов государственного регулирования интегрированных корпоративных структур от направленности государственной экономической политики.

Приведены возможные инструменты государственного регулирования интегрированных корпоративных структур в разрезе административного, бюджетного, налогового, денежно-кредитного методов. Указаны регулирующие механизмы. Отмечается общая направленность антимонопольного регулирования интегрированных корпоративных структур.

Предложены основные пути улучшения политики государственного регулирования интегрированных корпоративных структур.

**Ключевые слова:** государственное регулирование, интегрированные корпоративные структуры, инструменты, государственная политика, механизм, антимонопольное регулирование.

*Smentyna Natalija*

## **METHODS AND TOOLS OF STATE REGULATION OF INTEGRATED CORPORATE STRUCTURES**

The article notes the importance of forming and functioning of integrated corporate structures in the present conditions. Author marks the task that integrated corporate structures as powerful subjects of national economy are able to solve. The basis principles of integrated corporate structures creation are defined. An interpretation of the category of "state regulation of integrated corporate structures" is given. It is marks the separation of regulators into legal and economic ones. The disadvantages of legal aspect of integrated corporate structures state regulation are generalized. It is noted the dependence of using economic instruments of integrated corporate structures state regulation according to state economic policy. The possible instruments of integrated corporate structures state regulation are presented in the context of administrative, budgetary, tax, monetary and credit methods. The regulatory mechanisms are determined. The general direction of integrated corporate structures antimonopoly regulation is noted. The main steps to improve the policy of integrated corporate structures state regulation are proposed.

**Key words:** state regulation, integrated corporate structures, tools, state policy, mechanism, antimonopoly regulation.

**Постановка проблеми.** Процеси глобалізації накладають свій відбиток на механізмі формування суб'єктів господарювання. Конкурента боротьба за ресурси (матеріальні, фінансові, трудові, інформаційні) та за ринки збуту продукції супроводжується укрупненням виробництва шляхом інтеграції, що відкриває нові можливості для входження у систему світогосподарських зв'язків.



За таких умов привертає увагу розвиток інтегрованих корпоративних структур. У сучасних умовах господарювання інтегровані корпоративні структури варто розглядати як рушії структурних зрушень у національній економіці, завдяки їх здатності забезпечити технологічний прогрес, економічне зростання, збільшення обсягів інвестиційного та інноваційного потенціалів. З огляду на те, що подібного роду інтеграційні бізнес-утворення ставлять за мету досягнення глобальних переваг, виникає необхідність дослідження інструментів їх державного регулювання в контексті пріоритетів розвитку національної економіки, які визначені на віддалену перспективу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематиці інтегрованих корпоративних структур присвячено низку наукових робіт. Наприклад, у колективній монографії інституту економіки та прогнозування НАН України, підготовленій за ред. Л. Федулової [1], розглядаються концептуальні засади розвитку корпоративних структур і пропонується комплекс заходів у напрямі посилення впливу держави на забезпечення ролі подібних інтеграційних утворень в національній економіці. В. Горбачевська [2] дослідила теоретичні аспекти формування та використання потенціалу інтегрованих корпоративних структур як конкурентоспроможних суб'єктів ринку, що варто розглядати як основу формування виваженої державної політики у напрямі регулювання та стимулювання їх діяльності. Необхідно відмітити, що у поле досліджень науковців потрапляють проблеми функціонування інтегрованих корпоративних структур різної форми та складності, а також специфіка їх діяльності в окремих сферах національної економіки. Так, Сафронова [3] зосередила увагу на механізмах державного сприяння розвитку інтегрованих корпоративних структур у промисловому комплексі України; М. Малік – на проблемних питаннях розвитку кооперації та інтеграційних відносин в АПК [4]. Попри значну кількість досліджень, присвячених даному питанню, на наш погляд, вимагають подальшої уваги інструменти державної політики у напрямі регулювання діяльності інтегрованих корпоративних структур з метою забезпечення

конкурентоспроможності національної економіки та економічного зростання.

**Постановка завдання.** З урахуванням зазначеного, мета статті полягає у визначенні можливого інструментарію державного регулювання інтегрованих корпоративних структур в розрізі окремих методів.

**Виклад основного матеріалу.** Характерним явищем сучасної системи господарювання є утворення підприємствами певного механізму взаємодії, за якого при збереженні статусу юридичної особи утворюються об'єднання юридичних осіб. У науковій літературі відсутнє єдине визначення подібних інтеграційних утворень. Найчастіше для позначення процесу застосовується поняття «інтегрована корпоративна структура», однак нерідко можна зустріти також поняття «інтегрована бізнес-група».

Під інтегрованою корпоративною структурою у науковій літературі прийнято розуміти групу самостійних підприємств (організацій) виробничого, фінансово-кредитного, торгового, науково-технічного та інших профілів, які ведуть спільну діяльність на основі консолідації активів або на базі договірних відносин для досягнення спільних економічних цілей [5, с. 14].

Основою формування інтегрованих корпоративних структур є принципи кооперації, концентрації, централізації. Кооперація характеризується об'єднанням ресурсів. Концентрація розширює можливості, пов'язані з ефектом масштабу. Централізація надає учасникам можливість поліпшувати свої ринкові позиції за рахунок координації своїх зусиль.

Інтегровані корпоративні структури є потужними суб'єктами національної економіки, спроможними вирішити такі завдання:

- забезпечити ефективне використання обмежених ресурсів;
- залучити інвестиції в певні галузі національної економіки;
- мінімізувати ризики підприємницької діяльності;
- реалізувати інноваційні проекти;
- забезпечити вагомі надходження до бюджету.

Загальними досягненнями інтегрованих корпоративних структур є [6]:

1) концентрація інвестиційних ресурсів на пріоритетних напрямах розвитку економіки;

- 2) прискорення НТП;
- 3) підвищення експортного потенціалу та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств;
- 4) сприяння демонополізації ринків продукції промислового комплексу;
- 5) здійснення прогресивних структурних змін в промисловості;
- 6) формування раціональних технологічних та коопераційних зв'язків;
- 7) розвиток конкурентного економічного середовища

У кожній країні формується власна система інтегрованих корпоративних структур, основана на національному законодавстві. Так, наприклад, у Великій Британії, США – це холдинги, у Німеччині – концерни, в Японії – сюдани та кейрецу, у Росії – фінансово-промислові групи, холдинги [7, с. 168]. В Україні великий бізнес працює за принципом промислово-фінансової інтеграції.

Державне регулювання інтегрованих корпоративних структур варто сприймати як комплексну систему механізмів, методів та інструментів публічного сектору економіки відносно формування та функціонування інтегрованих утворень суб'єктів господарювання, спрямованих на досягнення стратегічних цілей розвитку національної економіки на інноваційних засадах і посилення конкурентоспроможності держави у глобальному середовищі. Реалізується державне інтегрованих корпоративних структур через такі взаємопов'язані функції: цілепокладання, аналіз, планування, координація, стимулювання, підтримка, сприяння, контроль.

Регулювання державою діяльності інтегрованих корпоративних структур відбувається у двох аспектах: правому та економічному. Разом з тим, варто відмітити, що поділ регуляторів на правові та економічні – умовний, оскільки будь-який правовий регулятор повинен мати економічне обґрунтування, а будь-який економічний – правову основу.

Щодо правового аспекту необхідно зазначити, що регулювання процесу створення та функціонування інтегрованих корпоративних структур в Україні регламентовано низкою нормативно-правових актів. У їх числі: Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закони України «Про господарські товариства», «Про

банки і банківську діяльність», «Про цінні папери і фондовий ринок», «Про холдингові компанії», «Про акціонерні товариства». Попри існування законодавчої бази, що регулює діяльність інтегрованих корпоративних структур, науковці вказують на розрізненість законодавства, його неузгодженість, а також на необхідність прийняття нових законів, які б сприяли розвитку кооперації та чітко окреслювали державну політику щодо її стимулювання [8, с. 117]. Серед основних недоліків відмічається, перш за все, відсутність визначення поняття «інтегрована корпоративна система», відсутність визначення форм, в яких може створюватися головне підприємство інтегрованої корпоративної системи.

Застосування економічних інструментів державного регулювання інтегрованих корпоративних структур залежить від спрямованості державної економічної політики на сучасні пріоритети індустріального, агропромислового і науково-технічного розвитку країни. Ці пріоритети повинні лежати в основі прогнозів соціально-економічного розвитку держави, враховуватися при прийнятті державного бюджету, при формуванні держзамовлення, при розробці галузевих і регіональних програм.

Так, наприклад, якщо керуватися Концепцією загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року [9], то з метою розв'язання проблем розвитку промисловості передбачається запровадження низки заходів із активізації виробничої кооперації із зарубіжними країнами на прийнятних для України умовах.

Як інший приклад, це визнання пріоритетним напрямом розвитку національної економіки сільськогосподарської кооперації, що має значний потенціал розвитку в Україні зважаючи на наявні природні ресурси, сприятливі кліматичні умови, посилення значення продовольчої безпеки у світі. Сільськогосподарську кооперацію варто розглядати як ефективний механізм забезпечення конкурентоспроможності малих та середніх українських сільськогосподарських товаровиробників, що здатне позитивно вплинути на розвиток галузі. Однак, сьогодні рівень державної підтримки розвитку сільськогосподарської обслуговуючої кооперації оцінюється як низький, одночасно податкова політика держави не сприяє об'єднанню у кооперативи особистих селянських господарств та

фізичних осіб – виробників сільськогосподарської продукції. Основними завданнями державної політики з підтримки сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів є створення сприятливих умов для їх утворення, становлення і розвитку шляхом формування сприятливої податкової, фінансово-кредитної, інвестиційної політики щодо діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та їх членів, а також розроблення механізму їх державної підтримки.

Інструменти державного регулювання діяльності інтегрованих корпоративних структур, як сукупність засобів економічного та правового характеру, за допомогою яких досягаються поставлені завдання, прийнято розглядати в межах окремих методів. З позиції теорії державного регулювання економіки за формою впливу розрізняють: методи прямого та опосередкованого впливу. Методи прямого впливу прямо спрямовані на досягнення бажаного результату. Методи опосередкованого впливу створюють сприятливі умови для досягнення бажаного результату за допомогою певних важелів та стимулів. За функціональним призначенням у складі методів розрізняють: адміністративний, бюджетний – методи прямого впливу, а також податковий, грошово-кредитний – методи опосередкованого впливу.

Прийоми впливу, що засновані на силі державної влади, утворюють адміністративний метод. Інструменти адміністративного методу являють собою заходи заборони, дозволу та примусу. У свою чергу, у їх складі можна виділити адміністративно-економічні та адміністративно-правові заходи. Інструментами адміністративного методу, яким властивий правовий характер, є: закони, постанови, укази, розпорядження, рішення, вказівки, накази, інструкції, правила, положення, договори. Інструментами адміністративного методу, яким властивий економічний характер, є: стандарти, дозволи, ліміти, заборони, обмеження, нормативи, штрафи.

Бюджетний метод утворюють інструменти, що засновані на використанні ресурсів Державного бюджету. У складі інструментів бюджетного методу виділяють субсидії, дотації, державне замовлення, державні інвестиції, доплати, компенсації.

Грошово-кредитний метод включає сукупність заходів впливу на грошову масу у країні та обсяг кредитів. Інструментами грошово-кредитного методу є кредити, позики, гранти.

Заходи впливу держави на соціально-економічні процеси за допомогою податків об'єднуються в податковий метод. Інструментами податкового методу є: податки, збори, податкові пільги.

Механізм державного регулювання інтегрованих корпоративних структур має спиратися на поєднання принципів національної економічної політики з корпоративними щодо забезпечення стабільного економічного зростання, створення ефективних ринкових інститутів, залучення у ринковий обіг неявих активів, пошуку перспективних напрямів розвитку суспільства.

Залежно від пріоритетного напрямку розвитку інтегрованих корпоративних структур публічний сектор економіки вдається до застосування таких регулюючих механізмів: податкове регулювання (визначення розміру податків та зборів, податкових пільг); механізм адміністративного впливу (реєстрація суб'єктів господарювання, аудит діяльності, контроль за виконанням чинного законодавства); механізм запобігання зловживанням (цільове використання фінансової допомоги, кредитних держгарантій та субсидій, адміністративні дозволи); антимонопольне регулювання; управління корпоративними правами.

Антимонопольне регулювання інтегрованих корпоративних систем спрямовано на розвиток конкурентних відносин на товарних і фінансових ринках, захист прав акціонерів, споживачів продукції та інших ділових партнерів від можливого монопольного тиску. Небезпека посилення монополізму у результаті створення подібних структур, може успішно блокуватися сильним антимонопольним законодавством і обґрунтованою політикою антимонопольних органів державного регулювання. Відповідно до законодавства органи державної влади здійснюють контроль за різними видами економічної концентрації, в тому числі за створенням, злиттям і приєднанням комерційних організацій та їх об'єднань (спілок або асоціацій). Контроль за діяльністю корпоративних систем здійснюється для профілактики зловживань своїм домінуючим становищем на ринках і

запобігання укладення антиконкурентних угод між учасниками.

Останнім часом у межах системи заходів державного регулювання діяльності інтегрованих корпоративних структур зростає роль інформаційного механізму. Він передбачає висвітлення у засобах масової інформації ідей, суті, переваг інтегрованих корпоративних структур, передового досвіду їх організації у світі, результатів моніторингу їх діяльності, одночасно дозволяючи здійснювати діагностику поточного стану й виявляти тенденції розвитку процесів кооперації, вчасно виявляти проблеми і протидіяти їм, забезпечувати створення надійної та об'єктивної основи для розроблення державної політики щодо регулювання розвитку процесів кооперації.

З урахуванням базових положень законодавства та поточної регуляторної політики, основними діями на шляху покращення політики державного регулювання інтегрованих корпоративних структур, на нашу думку, мають бути такі:

- розроблення та виконання відповідних державних програм;
- фінансування інтегрованих корпоративних структур на базі інформації щодо безпосередніх їх потреб, матеріального, технічного, економічного їх забезпечення, фінансово-економічних показників діяльності, складу учасників;
- упровадження системи результативності бюджетних витрат, що передбачає наявність чітких критеріїв оцінювання ефективності використання бюджетних коштів. При цьому їх слід застосовувати на всіх етапах реалізації програм, проектів;
- стимулювання взаємного кредитування партнерів;
- поєднання ринкових та державних методів регулювання.

Значна увага, перш за все, має приділятися формуванню відповідного законодавства. Основні питання у даній сфері мають бути приділені удосконаленню основних законів, що забезпечують умови для ринкової конкуренції, підвищують ефективність антимонопольного регулювання, захист прав споживачів, активізацію інноваційної діяльності і захист інтелектуальної власності.

**Висновки.** Результати проведено дослідження дозволяють розглядати державне регулювання діяльності інтегрованих корпоративних структур як комплексну систему механізмів, методів, інструментів публічного сектору економіки відносно

формування та функціонування інтегрованих утворень суб'єктів господарювання. Вміле використання можливого арсеналу інструментів і механізмів державного регулювання дозволяє перетворити інтегровані корпоративні структури у стратегічного партнера держави для проведення економічної політики, нарощування промислового та інноваційного потенціалу країни, посилення її конкурентоспроможності на зовнішніх ринках в умовах глобалізації світової економіки.

### *Література*

1. Корпоративні структури в національній інноваційній системі України / За ред. д-ра екон. наук Л.І. Федулової. – К.: вид-во УкрІНТЕІ, 2007. – 812 с.

2. Горбачевська Оксана В. Розвиток інтегрованих підприємницьких структур в економічній системі України / Оксана В. Горбачевська // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – 5 (155). – С. 166-170.

3. Сафронова О. Механізми державного сприяння розвитку інтегрованих корпоративних структур у промисловості України [Електронний ресурс] / Ольга Сафронова // Вісник Національної академії державного управління. – 2013. – С. 95-101. <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2009-4-15.pdf>.

4. Малік М. Й. Проблемні питання розвитку кооперації та інтеграційних відносин в АПК [Електронний ресурс] / М. Й. Малік // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 7. – Режим доступу : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/e\\_apk/2010\\_3/10\\_03\\_01.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/e_apk/2010_3/10_03_01.pdf).

5. Уманців Ю. Корпоративні структури у системі економічних відносин / Ю. Уманців // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 3. – С. 13-25.

6. Кавтиш О. П. Теоретичні основи дослідження категорії інтегрована корпоративна структура / О. П. Кавтиш // Сучасні проблеми економіки і підприємництва: збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 6. – С. 31-38.

7. Поважний О. С. Корпоративні відносини в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія / О. С. Поважний, Н. С. Орлова. – Донецьк: Издательство, 2012. – 200 с.



8. Подлевський А.А. Державне регулювання виробничої кооперації в Україні: дис. кандидата економічних наук : 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / А.А. Подлевський– Рівне, 2017 р. – 180 с.

9. Концепція загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року : Розпорядження КМУ від 17 липня 2013 р. № 603-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/603-2013-p>.

1. Korporatyvni struktury v nacionalnij innovacijnij sy`stemi Ukrainy / Za red. d-ra ekon. nauk L.I. Fedulovoyi. – K.: vy`d-vo UkrINTEI, 2007. – 812 s.

2. Gorbachevs`ka Oksana V. Rozvy`tok integrovany`x pidpry`emny`cz`ky`x struktur v ekonomichnij sy`stemi Ukrainy` / Oksana V. Gorbachevs`ka // Aktual`ni problemy` ekonomiky`. – 2014. – 5 (155). – S. 166-170.

3. Safronova O. Mexanizmy` derzhavnogo spry`yannya rozvy`tku integrovany`x korporatyvny`x struktur u promy`slovosti Ukrainy` [Elektronny`j resurs] / Ol`ga Safronova // Visny`k Nacional`noyi akademiyi derzhavnogo upravlinnya. – 2013. – S. 95-101. <http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2009-4-15.pdf>.

4. Malik M. J. Problemni py`tannya rozvy`tku kooperaciji ta integracijny`x vidnosy`n v APK [Elektronny`j resurs] / M. J. Malik // Ekonomika APK. – 2010. – # 3. – S. 7. – Rezhym dostupu : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/e\\_apk/2010\\_3/10\\_03\\_01.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/e_apk/2010_3/10_03_01.pdf).

5. Umanciv Yu. Korporatyvni struktury` u sy`stemi ekonomichny`x vidnosy`n / Yu. Umanciv // Visny`k KNTEU. – 2011. – # 3. – S. 13-25.

6. Kavty`sh O. P. Teorety`chni osnovy` doslidzhennya kategoriyi integrovana korporatyvna struktura / O. P. Kavty`sh // Suchasni problemy` ekonomiky` i pidpry`emny`cz`tvo : zbirny`k naukovy`x prac`. – 2011. – Vy`p. 6. – S. 31-38.

7. Povazhny`j O. S. Korporatyvni vidnosy`ny` v Ukraini: suchasny`j stan ta perspektyvy` rozvy`tku : monografiya / O. S. Povazhny`j, N. S. Orlova. – Donecz`k: Y`zdatel`stvo, 2012. – 200 s.

8. Podlevs`ky`j A.A. Derzhavne reguluyuvannya vy`robny`choyi kooperaciyi v Ukraini : dy`s. kandy`data ekonomichny`x nauk : 08.00.03 «Ekonomika ta upravlinnya nacional`ny`m gospodarstvom» / A.A. Podlevs`ky`j– Rivne, 2017 r. – 180 s.

9. Koncepciya zagal`noderzhavnoyi cil`ovoyi ekonomichnoyi programy` rozvy`tku promy`slovosti na period do 2020 roku : Rozporyadzhennya KMU vid 17 ly`pnya 2013 r. # 603-r. [Elektronny`j resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon5.rada.gov.ua>.

*Рецензент: Ковальов А.І., д.е.н., проректор з наукової роботи Одеського національного економічного університету*

*14.12.2017*

УДК 330.5

*Томашен Вадим, Балджи Марина*

## **АНАЛІЗ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ ТА ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Важливе місце в процесі ефективного соціально-економічного розвитку країни займає соціальна сфера, оскільки саме в цьому секторі економіки здійснюється виробництво, розподіл і споживання матеріальних та нематеріальних благ, а також відбувається забезпечення розширеного відтворення людського капіталу за участю держави як гаранту економічного забезпечення соціально достатнього рівня життя населення. На сьогоднішній день курс України передбачає досягнення сучасних характеристик якості життєвого рівня населення, посилення ролі держави в регулюванні економічних і соціальних процесів, перехід до надійної системи соціального партнерства суб'єктів господарювання і органів влади. Підвищення добробуту населення, а отже і якості життя можливо досягти завдяки збільшенню темпів економічного зростання.

**Ключові слова:** соціальна сфера, державне управління, розвиток, аналіз, Одеська область, населення, добробут.

*Томашен Вадим, Балджи Марина*

## **АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ В УКРАИНЕ И ОДЕССКОЙ ОБЛАСТИ**

Важное место в процессе эффективного социально-экономического развития страны занимает социальная сфера, поскольку именно в этом секторе экономики осуществляется производство, распределение и потребление материальных и нематериальных благ, а также происходит обеспечение расширенного воспроизводства человеческого капитала с участием государства как гаранта экономического обеспечения социально достаточного уровня жизни населения. На сегодняшний день курс Украины предусматривает достижение современных характеристик качества жизненного уровня населения, усиления роли государства в регулировании экономических и социальных процессов, переход к надежной системы социального партнерства субъектов хозяйствования и органов власти. Повышение благосостояния населения, а следовательно и качества жизни возможно достичь благодаря увеличению темпов экономического роста.

**Ключевые слова:** Социальная сфера, государственное управление, развитие, анализ, Одесская область, население, благополучие.

*Tomashen Vadym*

## **ANALYSIS OF SOCIAL DEVELOPMENT IN UKRAINE AND ODESA REGION**

The social sphere occupies an important place in the process of effective social and economic development. Because production, distribution and consumption of tangible and intangible goods take their place here, exactly in this economic sector. Moreover, there is an ensure of the reproduction of expanded human capital with participation of the state as a guarantee of economic provision of social sufficient standard of living. Nowadays, Ukrainian course provides for the achievement of modern living standards, strenghtening the state's role in regulating

economic and social processes, transition to reliable system of partnership between the government and authorities. The improvement of population's well-being, and therefore, of the life quality, can be ensured by increasing of rate of economic growth.

**Key words:** Social sphere, state regulation, development, Odessa region, population, well-being

**Постановка проблеми.** Україна, як і більшість держав у світі обрала соціальну спрямованість економіки. Твердження в Конституції, про те що, Україна є демократичною, соціальною та правовою державою, підтверджує факт пріоритетності соціальної функції країни. У Державній Стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року, у розроблених цілях регіональної політики, важливе місце посідає розвиток соціальної сфери у регіонах України. Таким чином, на сьогодні вкрай важливим є проведення аналізу сучасного стану соціальної сфери України з виділенням основних проблем її розвитку, і відповідно, розробки можливих шляхів їх вирішення. Ще з проголошенням незалежності в Україні відбулася активізація соціальних процесів, а відтак в мережі об'єктів соціальної сфери сталися досить суттєві зміни. Позитивною стороною цих змін є підвищена увага до розвитку соціальної інфраструктури, можливість впровадження приватної власності у цій сфері. Водночас стан і якість надання послуг у закладах соціальної сфери не завжди відповідає попиту населення, неспроможний задовольнити різноманітні інтереси населення та сприяти покращенню рівня життя населення.

На початку 90-х рр. минулого століття, водночас з хаотичною приватизацією та падінням виробництва, скорочувались видатки на соціальну сферу, звужувалась і як наслідок – руйнувалась її інфраструктура. Такі процеси, особливо в сільській місцевості, викликали скорочення мережі закладів освіти, культури, охорони здоров'я та ін.

Разом з тим, в Україні видатки з державного бюджету на соціальну сферу збільшуються з року в рік.

Незважаючи на суттєве збільшення видатків на розвиток об'єктів соціальної сфери в Україні, їх стан погіршується. На сьогодні більша частина об'єктів видів економічної діяльності, що належать до соціальної сфери, перебувають у критичному стані.

До ключових показників, що характеризують соціальну політику держави та її вплив на розвиток людського капіталу відносяться ВВП на душу населення та індекс людського розвитку. Тому розглянемо обсяг ВВП в Україні, який в 2016 році становив 2185,9 дол. США (табл. 1).

Таблиця 1

Номінальний ВВП Україні с 2002 по 2017 гг. на душу населення (складено за даними [1])

Роки	ВВП						Населення (тис.)
	грн.			USD			
2002	4681,9			879,0			48230
2003	5591,5	909.5	19.4%	1048,5	169.6	19.3%	47813
2004	7272,9	1681.5	30.1%	1367,4	318.8	30.4%	47452
2005	9371,6	2098.7	28.9%	1828,7	461.4	33.7%	47105
2006	11630,2	2258.6	24.1%	2303,0	474.3	25.9%	46788
2007	15496,5	3866.2	33.2%	3068,6	765.6	33.2%	46509
2008	20494,9	4998.4	32.3%	3891,0	822.4	26.8%	46258
2009	19832,3	-662.5	-3.2%	2545,5	-1345.6	-34.6%	46053
2010	23600,4	3768.1	19.0%	2974,0	428.5	16.8%	45871
2011	28813,9	5213.4	22.1%	3570,8	596.8	20.1%	45693
2012	30912,5	2098.6	7.3%	3856,8	286.1	8.0%	45577
2013	31988,7	1076.2	3.5%	4030,3	173.5	4.5%	45483
2014	35834,0	3845.3	12.0%	3014,6	-1015.7	-25.2%	43722
2015	46210,2	10376.1	29.0%	2115,4	-899.2	-29.8%	42836
2016	55853,5	9643.3	20.9%	2185,9	70.5	3.3%	42668

Як ми бачимо, з 2013 року обсяг ВВП різко зменшується. Також в Україні, обсяг ВВП на душу населення є значно нижче, ніж у країнах західної Європи. У 2015 році цей показник в Україні дорівнював 2115,4 дол. США, а у країнах Євросоюзу його середнє значення становило 32125 дол. США (табл. 2).

Таблиця 2

Обсяг ВВП на душу населення в окремих країнах Євросоюзу, 2015 р. (складено за даними [2])

Країна	Обсяг ВВП на душу населення, \$
Україна	2115,4
Люксембург	110573
Данія	57999
Швеція	57297
Австрія	49256
Нідерланди	47651
Німеччина	43952
Франція	42991
Італія	33909
Іспанія	29409
Словенія	22717
Чехія	18868
Естонія	18127
Латвія	14924
Болгарія	7411

Як бачимо, Україна має найнижчий показник рівня життя. серед країн Європи в 2015 році (рис. 1.)

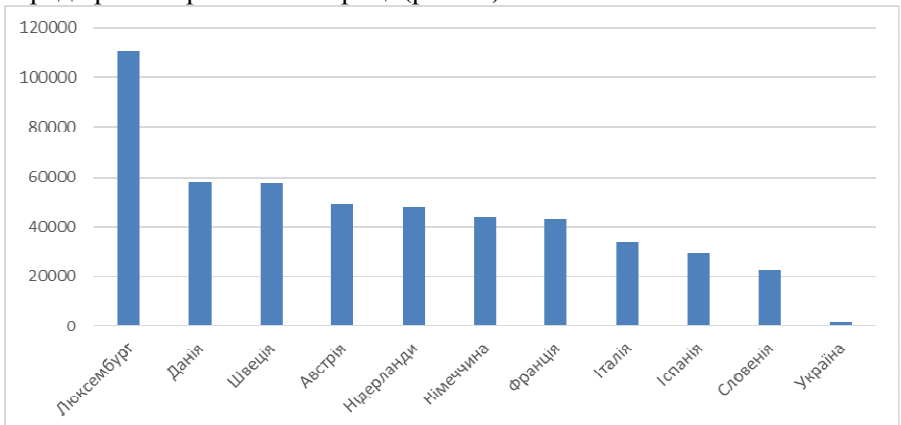


Рис. 1. Обсяг ВВП на душу населення, \$ (складено за даними [2])

Це негативно вплинуло на показниках відтворення та життєвого рівня населення. Так, Індекс людського розвитку, що є інтегральним показником, який використовують при порівнянні і вимірюванні рівня життя, грамотності, освіченості і довголіття в різних країнах, в Україні у 2015 році дорівнював 0,734, і належав до високої категорії людського розвитку – що ставить країну на 83 позицію з 187 країн і територій. При цьому слід зазначити, що його значення у 2015 році менше ніж у 2016 році на 0,006 і є меншим за середнє значення цього показника для країн із високим рівнем людського розвитку (0,735), а також і середнім для країн Європи та Центральної Азії (0,738) (табл. 3).

Таблиця 3

Значення Індексу людського розвитку окремих країн Євросоюзу 2015 р. (складено за даними [3])

Країна	Значення
<b>Дуже високий Індекс людського розвитку</b>	
Нідерланди	0,915
Німеччина	0,911
Данія	0,900
Ірландія	0,899
Швеція	0,898
Велика Британія	0,892
Франція	0,884
Австрія	0,881
Люксембург	0,881
Словенія	0,874
Угорщина	0,818
Хорватія	0,812
Латвія	0,810
<b>Високий Індекс людського розвитку</b>	
Румунія	0,785
Болгарія	0,777
Україна	0,747

Так, за період з 1980 до 2015 рр. очікувана тривалість життя при народженні в Україні зменшилася на 0,8 року, середня тривалість навчання зросла на 3,9 року, очікувана тривалість

навчання збільшилася на 3,1 року. ВНД на душу населення в Україні за період з 1990 по 2015 р. зменшився приблизно на 24,2 відсотка [4]. Отже, на сьогоднішній день проблемі підвищення якості життя населення повинна приділятися досить значна увага. У цій площині актуальним стає питання розвитку прогресивної та ефективної вітчизняної моделі соціальної політики, що проявляється через соціальну сферу, і яка спрямована на підвищення показників добробуту громадянського суспільства та позиції країни на міжнародній арені.

Слід зазначити, що соціально орієнтовані держави здійснюють перерозподіл національного доходу відповідно до пріоритетних суспільних потреб, отже питання джерел та обсягів фінансування соціальної сфери є визначальними. Основними показниками в побудові теорій «соціальної держави» є рівень соціальних витрат в загальній структурі ВВП та рівень централізації ВВП у бюджеті країни. Так, в англосаксонській моделі фінансування соціальної сфери здійснюється за залишковим принципом, а отже її реалізація залежить від наявності значного обсягу добровільної і неформальної допомоги, вона заснована на максимальному рівні самофінансування юридичних осіб і самозабезпеченні фізичних осіб та характеризується незначним рівнем бюджетної централізації (в межах 25–30 % ВВП). Континентальна модель характеризується поміркованим рівнем централізації ВВП у бюджеті, близько 35–45 % [7]. Південно-європейська модель є перехідною, що розвивається і не має чіткої організації, характеризується переважанням пенсійних виплат у соціальних трансферах, високим ступенем сегментації одержувачів допомоги за їх статусом. У середземноморських країнах відповідальність за соціальне забезпечення покладається в основному на місцевий рівень, сім'ю [4]. Кожна із вищезазначених моделей на практиці не існує в чистому вигляді, оскільки враховує національні особливості окремо взятої країни. Зазвичай можна спостерігати поєднання елементів ліберальної, консервативної, соціал-демократичної і південно-європейської моделей при явному переважанні рис однієї з них [6].

Отже, досвід функціонування європейських соціальних держав дозволяє виділити ряд характерних для них загальних рис: високі показники ВВП та стабільні темпи їх зростання; державні



соціальні гарантії населенню; значна роль держави в перерозподілі доходів; практика державно-приватного партнерства; ефективні форми демократичного устрою і цивільного суспільства [8, с. 37]. Також для України притаманні цінності ліберальної моделі. При цьому реалізація ліберальної моделі передбачає відповідний рівень соціально-економічного розвитку суспільства, чого в Україні ще немає і це є суттєвим гальмом для соціального розвитку (табл. 4).

Таблиця 4

Рівень централізації ВВП у бюджеті України  
за період 2011-2015 рр. (складено за даними [9])

Показник	2011	2012	2013	2014	2015
ВВП (у фактичних цінах), млн грн	912 563,0	1 120 585,0	1 349 178,0	1 459 096,0	1 505 485,0
Доходи Зведеного бюджету України, млн грн	272 967,0	314 506,3	398 553,6	445 525,3	442 742,9
Рівень централізації ВВП у бюджеті, %	29,9	28,1	29,5	30,5	29,4

Характерними ознаками, які притаманні консервативній моделі і спостерігаються у вітчизняній сучасній моделі, є те, що основні канали перерозподілу фінансових ресурсів знаходяться в руках держави, або під її контролем; величина соціальної допомоги існує в пропорційній залежності від трудових доходів і, відповідно, від розмірів відрахувань на страхові платежі; спостерігається тісний зв'язок між рівнем соціального захисту та тривалістю професійної діяльності. Однак, у вітчизняній моделі соціальної політики не відбувається поєднання високої економічної ефективності з розвинутою системою соціального захисту, яка заснована на свободі споживання, а також бюджетні відрахування на соціальні заходи не дорівнюють страховим внескам працівників і працедавців, що характерно саме для консервативної моделі. Слід зазначити, що ефективний розвиток вітчизняної соціальної сфери ускладнюється діями таких чинників: відсутністю чітких стратегічних пріоритетів соціальної політики, недостатнім рівнем фінансування, слабкою соціальною спрямованістю бюджетної політики, глибоким соціальним розшаруванням та високою

поляризацією доходів, неієдздатністю трансфертної політики держави, значним погіршенням демографічних характеристик населення, погіршенням умов життя. Водночас у суспільстві відновлюється розуміння самоцінності людського капіталу, високорозвинутої науки, освіти, культури, охорони здоров'я, що і визначає економічне майбутнє країни, її перспективи в світовій економіці [11, с. 641].

Функціонування будь-якої соціальної системи можливе лише за наявності певних складових, що забезпечують утримання її стабільного рівня та поступовий розвиток, і Одеська область не виняток, тому роглянемо деякі із її них. В області система лікувально-профілактичних закладів регіону достатньо широко представлена, медичну допомогу населенню надають заклади охорони здоров'я різних рівнів та відомчої підпорядкованості.

Заклади охорони здоров'я впродовж 2010-2014 років мали тенденцію скорочення лікарень і збільшення амбулаторно-поліклінічних закладів, що певним чином було обумовлено процесом оптимізації. Так, кількість лікарень скоротилася зі 143 до 92 од., амбулаторнополіклінічних закладів зросла зі 413 до 440 од. При цьому відповідно кількість лікарняних ліжок скоротилася з 22,4 до 20,0 тис. од., а планова ємність амбулаторно-поліклінічних закладів зросла з 49,0 до 49,6 тис. відвідувань за зміну. Також зросла кількість станцій (відділень) швидкої медичної допомоги з 51 до 73 од.

За період 2010 – 2014 років було введено в експлуатацію лікарняних закладів на 57 ліжок, амбулаторно-поліклінічних закладів на 1458 відвідувань за зміну. Кількість лікарів усіх спеціальностей зменшилася з 11,7 до 11,3 тис. осіб, середнього медичного персоналу з 22,4 до 20,9 тис. осіб. Забезпеченість населення лікарями усіх спеціальностей на 10 тис. населення у 2014 році становила 47,4 осіб, середнім медичним персоналом 87,7 осіб.

Одеська область – характеризується високим науковим та освітнім потенціалом. На території області станом на початок 2015/2016 навчального року функціонують 59 вищих навчальних закладів, у тому числі 36 – I-II рівнів акредитації (коледжі, технікуми, училища та 21 – III-IV (університети, академії, інститути). Статус «національний» мають 9 вищих навчальних закладів [10].

Крім українських, функціонують школи та класи, в яких навчання здійснюється мовами національних меншин (російська, молдовська, болгарська). У поточному навчальному році російською мовою навчаються – 69823 учнів, молдовською 2797, болгарською – 68. Викладаються мови як предмет: українська, англійська, болгарська, гагаузька, іврит, іспанська, молдовська, німецька, новогрецька, польська, російська, французька, італійська. У 698 закладах освіти з 1-го класу англійська мова. Функціонує 57 спеціалізованих шкіл з поглибленим вивченням англійської мови.

Із державної служби статистики була проаналізована кількість: до дошкільних навчальних закладів, загальноосвітніх навчальних закладів, загальноосвітні навчальні заклади, професійно-технічні навчальні заклади та вищі навчальних заклади. Відповідно до статусу вищих навчальних закладів встановлено чотири рівні акредитації: I – технікуми, училища, II – коледжі та інші прирівняні до них заклади, III і IV – академії, університети, інститути, консерваторії (табл. 5).

Таблиця 5

Кількість навчальних закладів в Одеській області  
(складено за даними [12])

Роки	Дошкільні навчальні заклади	Загальноосвітні навчальні заклади	Професійно-технічні навчальні заклади	Вищі навчальні заклади	
				III-IV рівнів акредитації	I-II рівнів акредитації
1	2	3	4	5	6
1990/91	24,5	21,8	1246	742	149
1991/92	24,4	21,9	1251	754	156
1992/93	23,8	22,0	1255	753	158
1993/94	23,2	22,1	1185	754	159
1994/95	22,3	22,3	1177	778	232
1995/96	21,4	22,3	1179	782	255
1996/97	20,2	22,2	1156	790	274
1997/98	18,4	22,1	1003	660	280
1998/99	17,6	22,1	995	653	298
1999/00	17,2	22,2	980	658	313
2000/01	16,3	22,2	970	664	315

Продовж. табл. 5

1	2	3	4	5	6
2001/02	15,7	22,2	965	665	318
2002/03	15,3	22,1	962	667	330
2003/04	15,0	21,9	953	670	339
2004/05	14,9	21,7	1011	619	347
2005/06	15,1	21,6	1023	606	345
2006/07	15,1	21,4	1021	570	350
2007/08	15,3	21,2	1022	553	351
2008/09	15,4	21,0	1018	528	353
2009/10	15,5	20,6	975	511	350
2010/11	15,6	20,3	976	505	349
2011/12	16,1	19,9	976	501	345
2012/13	16,4	19,7	972	489	334
2013/14	16,7	19,3	968	478	325
2014/15 <sup>1</sup>	15,0	17,6	814	387	277
2015/16 <sup>1</sup>	14,8	17,3	798	371	288
2016/17 <sup>1</sup>	14,9	16,9	787	3702	2873

Примітка: <sup>1</sup>без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. <sup>2</sup>У 1990-2014рр. враховані дошкільні навчальні заклади, які не працювали протягом року або більше з будь-якої причини, починаючи з 2015р. – заклади, які працювали протягом року. <sup>3</sup>У 1990-2014рр. не враховані місця у дошкільних навчальних закладах, які не працювали протягом року або більше з будь-якої причини. <sup>4</sup>У розрахунку використано дані про чисельність постійного населення України на 01.01.2016.

На рисунку 2 можемо побачити зміну кількості дошкільних та загальноосвітніх навчальних закладів.

Як бачимо після 2000 року кількість загальноосвітніх закладів зменшується, і в 2017 за ступенями загальноосвітні навчальні заклади розподіляються: 68 шкіл I ступеня, 186 шкіл I-II ступенів; 567 шкіл I-III ступенів; 1 школа II-III ступенів. Також в області функціонують 10 гімназій, 10 ліцеїв, 278 навчально-виховних комплексів.

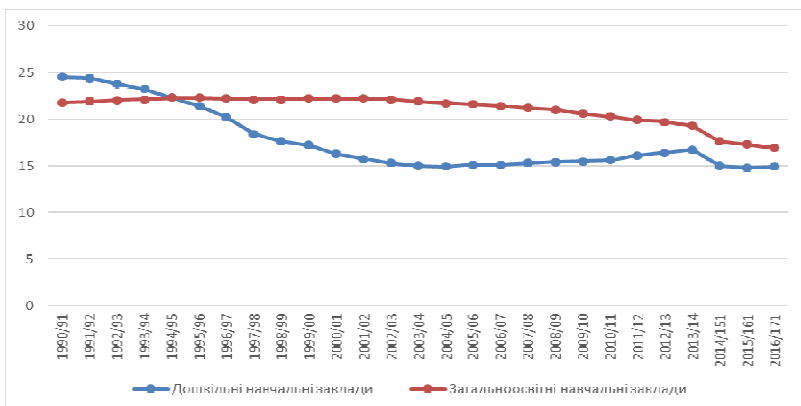


Рис. 2. Кількість навчальних закладів в Одеській області (складено за даними [12])

На рисунку можемо побачити зміну кількості професійно-технічних та вищих навчальних закладів (рис. 3).

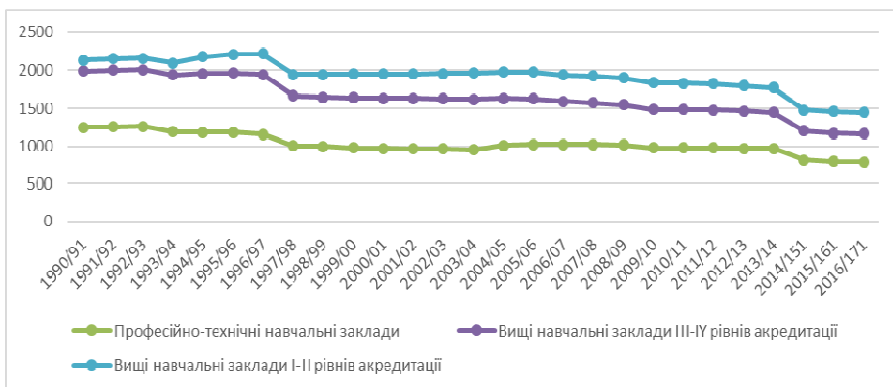


Рис. 3. Кількість навчальних закладів в Одеській області (складено за даними [12])

Як ми бачимо, систему закладів загальної освіти станом на початок 2015/2016 навчального року склали 884 навчальні заклади, 872 з яких – з денною формою навчання. У порівнянні з 2010/2011 навчальним роком їх кількість зменшилася на 66 одиниць.

В області функціонують 27 закладів приватної форми власності та 836 – комунальної форми власності.

Впроваджується інклюзивна форма навчання. Діти з особливими освітніми потребами отримують освіту у 64 класах з інклюзивною формою навчання та 15 спеціальних класах у складі загальноосвітніх навчальних закладів.

В області функціонує 38 навчально-виховних закладів інтернатного типу для дітей, які потребують соціальної допомоги та реабілітації, з яких 4 – для дітей-сиріт і дітей, позбавлених батьківського піклування (у тому числі 2 дитячих будинки); 23 заклади для дітей, які потребують корекції фізичного та (або) розумового розвитку; 3 заклади для дітей, які потребують тривалого лікування (санаторного типу); 5 закладів для дітей, які потребують соціальної підтримки та допомоги, та 3 спеціалізовані навчальні заклади для обдарованих дітей.

Для дітей, які потребують корекції фізичного та розумового розвитку дошкільного віку, діють 3 санаторні, 8 спеціальних та 48 комбінованого типу дошкільних навчальних закладів.

Систему професійно-технічної освіти області складають 43 заклади, з яких: 29 – професійно-технічних навчальних закладів; 3 філії професійнотехнічних навчальних закладів; 8 у складі вищих навчальних закладів III-IV рівнів акредитації та 3 навчальних центри при установах виконання покарань.

Для дітей дошкільного віку функціонують 842 дошкільні навчальні заклади, з яких 779 – комунальної, 8 – державної та 55 приватної форм власності. Починаючи з 2012 року, в дошкільній освіті запроваджуються нові державні стандарти, ведеться цілеспрямована робота з поліпшення її якості, динамічно розвивається мережа дошкільних закладів, зростає контингент дітей, охоплених дошкільною освітою.

Протягом 2011-2015 років мережа ДНЗ збільшилася на 75 одиниць введено в дію 3 новозбудованих ДНЗ, 39 відкрито у пристосованих приміщеннях, видано ліцензії на право надання освітніх послуг 33 ДНЗ приватної форми власності. Крім того, відновлено діяльність 19 дошкільних навчальних закладів. Створена й успішно працює автоматизована інформаційна система реєстрації дітей для влаштування до дитячих садків області. При

цьому зберігається перевищення норм наповнюваності груп (на 100 місць в області в середньому виховується 107 дітей, понад 20 тис. тисяч дітей чекають у черзі на влаштування до ДНЗ).

В області створені умови для рівного доступу до якісної загальної освіти. Створено 56 освітніх округів. Ефективно функціонують освітні округи в Ананівському, Великомихайлівському, Подільському районах.

Впродовж 2010-2015 років введено в експлуатацію 12 шкіл (3631 учнівське місце). Проведено заходи зі скорочення споживання природного газу переведено котельні 51 навчального закладу на альтернативні види палива.

З метою поліпшення матеріально технічного стану закладу освіти області протягом останніх років у 494 закладах освіти відремонтовано системи опалення; у 625 закладах котельні із заміною опалювальних котлів; у 285 закладах покрівлю; у 61 закладі систему водопостачання, у 337 навчальних закладах замінено 4095 віконних блоків.

Поновлено парк шкільних автобусів на 145 одиниць, у тому числі 96 за рахунок обласного бюджету, 49 за рахунок державного бюджету. У 2015 році здійснюється підвезення 13541 учня сільської місцевості 303 шкільними автобусами.

На заходи з інформатизації та комп'ютеризації загальноосвітніх шкіл області протягом 2011-2015 років із місцевих бюджетів виділено 4,2 млн. грн., з інших джерел 12,8 млн. грн. Протягом 2011 – 2015 років 331 загальноосвітня школа отримала НКК, в тому числі: 244 школи у сільській місцевості, 87 у містах. У порівнянні з 2011 роком у 2015 році кількість учнів на один комп'ютер збільшилась з 15 до 17; відсоток ЗНЗ, підключених до мережі Інтернет, зріс з 69% до 81% (61,3 % високошвидкісним Інтернетом); всі ДНЗ в аналітично-інформаційній системі реєстрації дітей мають власну веб-сторінку; 51% ЗНЗ мають веб-сайт чи веб-сторінки в мережі Інтернет.

У 2015 році 87% загальноосвітніх навчальних закладів забезпечені комп'ютерною технікою, 81 % загальноосвітніх навчальних закладів мають доступ до Інтернету.

Протягом останніх років мережа професійно-технічних навчальних закладів області знаходилась у постійному

реформуванні. За рахунок її реорганізації загальна кількість ПТНЗ з 47 у 2011 році зменшена до 43 у 2014 році.

Одеська область має потужний інтелектуальний потенціал, який дозволяє здійснювати інноваційну діяльність як в науково-дослідних установах, так і на підприємствах. Загальна кількість організацій, що виконують наукові та науково-технічні роботи, у 2013 році становила 52 одиниці, в той час як у 2010 році їх кількість становила 59 одиниць. Не зважаючи на тенденцію до їх зменшення (така тенденція спостерігається по всіх регіонах), Одещина продовжує утримувати 5 місце серед регіонів за кількістю організацій, що виконують наукові та науково-технічні роботи.

Загальна кількість наукових кадрів в регіоні впродовж 2010 – 2014 років також мала тенденцію до зниження, про що свідчить той факт, що у 2010 році кількість працівників наукових організацій становила 4,2 тис. осіб, а у 2014 році – 3,3 тис. осіб. За якісним складом кількість докторів наук становить 928 осіб, кандидатів наук – 4950 осіб.

Серед регіонів України за кількістю працівників наукових організацій Одещина впродовж останніх 4-х років стабільно утримує 7 місце.

Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт впродовж 2010 – 2014 років зріс майже у 1,1 разу і становив 214,1 млн. грн. За обсягами наукових та науково-технічних робіт, виконаних власними силами наукових організацій, у 2013 році область посідала 7 місце серед регіонів ( у 2011р. – 9 місце) за даними державної служби статистики.

Обсяги фінансування наукових та науково-технічних робіт за останні чотири роки зросли з 191 млн. грн. у 2010 році до 210,5 млн. грн. у 2014 році. Серед регіонів України за цим показником область у 2013 році посідала 7 місце. Фінансування здійснювалося переважно за рахунок бюджетних коштів, питома вага яких впродовж чотирьох років коливалася на рівні 60%.

За кількістю поданих заявок на видачу охоронних документів та кількістю отриманих охоронних документів на право інтелектуальної власності у Державну службу інтелектуальної власності України область у 2014 році посіла 5 місце серед регіонів України. У 2014 році було подано 614 заявок.



За результатами обстеження інноваційної діяльності в економіці України впродовж 2010 – 2016 років Одеська область посідала 7 місце за кількістю підприємств з інноваційною активністю. Зокрема, з 1739 обстежених підприємств, 261 було віднесено до інноваційно активних. З зазначеного переліку 105 належали до підприємств з технологічними інноваціями, 156 – до підприємств з маркетинговими або організаційними інноваціями [13].

У 2014 році кількість промислових підприємств, що займалися інноваційної діяльністю, нараховувала 67 одиниць або 16,8 % від загальної кількості підприємств (у 2010 році – 15,7%). Водночас за період 2011-2012 років питома вага таких підприємств в регіоні перевищувала 20%. Поряд з цим, кількість підприємств, що впроваджували інновації, становила 39 одиниць. Обсяг реалізованої ними інноваційної продукції становив 698,7 млн. грн., у тому числі на експорт – 135,4 млн. грн.

За напрямками інноваційні витрати впродовж 2010-2014 років переважно спрямовувалися на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (майже 90% витрат), решта припадала на дослідження і розробки (1,6 – 4,8%) та придбання інших зовнішніх знань (3,2-1,2%).

Обсяг фінансування інноваційної діяльності впродовж останніх чотирьох років переважно здійснювався за рахунок власних коштів підприємств, частка яких зростає з 68,5% у 2010 році до 99% у 2014 році. Виключенням став 2012 рік, коли фінансування відбулося за рахунок коштів іноземних інвесторів (40,1%) та з інших джерел (50,8%). Також на 2012 рік припадає найбільший за всі чотири роки обсяг фінансування інноваційної діяльності, який становив 1497,4 млн. грн., при тому, що в інші роки не перевищував 180 тис. грн. Майже 97 % коштів у 2012 році було спрямовано на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення.

Мережу закладів культури і мистецтв Одеської області складають 1708 установ, з них 25 – обласного підпорядкування: 6 театральних-видовищних підприємств, 3 обласні бібліотеки, 5 центрів національних культур, 7 музеїв, 3 навчальні заклади культури і мистецтв; 1683 бібліотеки, 734 клубні заклади, 68 шкіл естетичного виховання, 32 історико-краснознавчі музеї, 226 громадських та приватних музеїв, 13 парків культури та відпочинку.

Крім того, в м. Одеса функціонує Одеській національний академічний театр опери та балету, Одеська національна музична академія ім. А. Нежданової, Одеська середня спеціальна музична школа-інтернат ім. проф. П.С. Столярського, державний цирк.

Станом на 01 січня 2017 року на Одещині зареєстровано 5289 громадських об'єднань. Більшість з них мають фізкультурно-спортивну спрямованість (1079), 468 професійного спрямування, 413 об'єднання ветеранів та інвалідів, 195 освітні і культурно-виховні.

В області зареєстровані та діють 1331 релігійна організація, у тому числі: 3 духовні центри, 17 релігійних управлінь, 1257 релігійних громад, 21 монастир, 20 місій, 2 братства та 11 духовних навчальних закладів. Переважна більшість релігійних організацій (1279) відноситься до християнства, 12 до іудаїзму, 10 до ісламу, 30 до нетрадиційних та новітніх віросповідань. Серед християнських конфесій перше місце за чисельністю посідає православ'я (764), далі йдуть протестанти (463) та католики (52) [13].

Враховуючи соціально-економічну ситуацію, яка склалася в країні, для Одеської області, у 2017 році головним завданням доцільно було б поставити збереження рівня життя і забезпечення соціальних потреб населення області на основі стабільного функціонування економіки регіону, та досягнути стабільності в сфері економіки і соціальної сфери. Можна зазначити, що в 2017 році відбулось зростання показників соціально-економічного розвитку по більшості галузей реального сектору економіки (табл. 6).

Таблиця 6

Динаміка основних показників соціально-економічного розвитку Одеської області за II квартал 2017 року  
(складено за даними [14])

Показники	Січень-липень 2017 року, %		Січень-червень 2017 року, %		Січень-березень 2017 року, %	
	Область	Україна	Область	Область	Область	Україна
1	2	3	4	5	6	7
Доходи місцевих бюджетів (загальний і спеціальний фонди)	129,9	x	133,2	x	139,1	x
Доходи обласного бюджету (загальний і спеціальний фонди)	127,6	x	125,8	x	121,2	x

Продовж. табл. 6

1	2	3	4	5	6	7
Промислове виробництво	118,0	99,3	119,4	99,6	108,7	99,3
- індекс промислової продукції						
- темп обсягу реалізованої продукції	05.09.	04.09.	121,5	127,8	118,7	135,3
Виробництво продукції сільського господарства-всього, в т.ч.:	103,0	98,0	75,2	97,9	92,0	99,2
у с/г підприємствах	108,5	97,6	57,3	96,1	93,7	99,2
у господарствах населення	95,7	98,5	92,1	99,3	91,6	99,1
Обсяги вантажних перевезень усіма видами транспорту-всього, в т.ч.:	110,9	104,5	111,7	105,7	114,3	108,4
- залізничний транспорт	109,1	101,0	109,1	102,3	111,0	105,9
- автомобільний транспорт	128,0	106,5	132,1	108,7	144,6	113,4
Експорт товарів	15.09	14.09	118,0	124,2	97,6	134,4
Імпорт товарів*	15,09	14,09	126,7	129,9	111,4	127,3
Обсяги введеного в експлуатацію житла	**	**	105,4	156,2	100,8	109,3
Індекс будівельної продукції	130,2	124,2	133,1	124,6	166,0	119,4
Оборот роздрібної торгівлі	112,8	108,0	113,8	107,3	104,4	103,1
Середньомісячна зарплата, в т.ч.:			6154	6638	5842	6324
- номінальна гривень	05.09	30.08				
- темп росту відсотків			136,2	137,2	135,3	136,9
Реальна заробітна плата	05.09	31.08	117,7	119,7	116,7	119,3
Заборгованість із виплати заробітної плати	99,9	99,4	102,0	103,1	100,1	103,7
- до попереднього місяця						
- до початку року	105,8	132,7	105,9	133,6	104,3	115,6
Рівень зареєстрованого безробіття	0,6	1,2	0,6	1,3	0,9	1,5
Індекс споживчих цін всього:	100,8	100,2	101,8	101,6	102,0	101,8
- до попереднього місяця						
- до грудня попереднього року	109,6	108,2	108,7	107,9	104,5	103,9

Продовж. табл. 6

1	2	3	4	5	6	7
- до грудня попереднього року	113,9	112,6	112,8	112,3	104,5	104,8
Індекс споживчих тарифів на житло, воду, електроенергію, газ та інші: - до попереднього місяця	100,4	100,6	102,1	100,5	106,6	105,0
- до грудня попереднього року	110,4	108,1	109,9	107,4	106,9	105,5
Рівень оплати населенням послуг ЖКГ	30,08	30,08	96,0	88,5	76,7	85,3
Заборгованість населення за житлово- комунальні послуги (до початку року)	30,08	30,08	108,0	x	135,7	x

Примітка: у порівнянні з відповідним періодом попереднього року, з урахуванням нафти сирової, квартальний показник.

Якщо говорити про доходи мешканців Одеси та цінову політику яка склалась в місті, то варто зазначити, що основним джерелом доходів населення є заробітна плата (у структурі доходів складає 36-38%). Тому розглянемо таблицю де показана заробітня плата по регіонам України (табл. 7).

Таблиця 7

Заробітна плата штатних працівників за регіонами за березень 2017 року (складено за даними [14])

Регіон	Нараховано в середньому працівнику				
	березень 2017 року, грн.	у % до			довідково: лютий 2017 року, грн.
		лютого 2017 року	березня 2016 року	мінімальної заробітної плати (3200 грн.)	
Україна	6752 (+ 543 грн.)	108,7	137,2	211,0	6209 (+ 201 грн.)
Вінницька	5606	107,3	147,8	175,2	5225
Волинська	5513	107,7	150,6	172,3	5119
Дніпропетровська	6433	105,7	135,0	201,0	6084
Донецька	7110	104,8	116,8	222,2	6788
Житомирська	5424	108,8	147,6	169,5	4986
Закарпатська	5864	108,2	151,7	183,2	5420
Запорізька	6603	110,9	133,9	206,3	5954
Ів.-Франківська	5780	109,2	151,2	180,6	5292

Продовж. табл. 7

1	2	3	4	5	6
Київська	6990	109,8	140,5	218,4	6366
Кіровоградська	5441	108,8	150,5	170,0	5002
Луганська	5648	104,1	132,6	176,5	5424
Львівська	5997	109,7	141,2	187,4	5469
Миколаївська	6433	109,5	139,6	201,0	5874
Одеська	6157 (+459 грн.) (7місе)	108,1	137,7	192,4	5698 (+ 32 грн.) ( 8 місце)
Полтавська	6073	104,2	140,0	189,8	5829
Рівненська	5935	112,5	139,1	185,5	5276
Сумська	5394	105,7	143,7	168,6	5105
Тернопільська	5151	107,6	151,8	161,0	4790
Харківська	5893	107,1	139,0	184,2	5504
Херсонська	5587	109,5	146,9	174,6	5105
Хмельницька	5598	110,8	145,2	174,9	5052
Черкаська	5549	108,5	143,5	173,4	5116
Чернівецька	5136	107,2	148,4	160,5	4792
Чернігівська	5358	110,4	138,0	167,4	4855
м. Київ	11010	112,0	131,6	344,1	9832

Аналізуючи таблицю, можна зазначити, що в січні-березні 2017 року, середньомісячна зарплата становила 5842 грн. (7 місце) та збільшилась відносно січня-березня 2016 року на 35,3% (довідково: січень-квітень 2017р. – 5897 грн., 135,6%) (по Україні – 6324 грн., на – 36,9%).

Індекс реальної заробітної плати становить 116,7% (довідково: січень-квітень 2017р. – 117,5%) (по Україні – 119,3%). За березень 2017р. заробітна плата становила 6157 грн. (7 місце, по Україні – 6752 грн.).

Для наглядного аналізу був побудований графік (рис. 5.).

Як ми бачимо на рисунку 5 в середньому нарахована заробітна плата штатних працівників у березні приблизно на 30% більша, але найменший зріст (в 12%) є в Донецькій області.

Проаналізуємо рівень середньої заробітної плати в області відносно середнього по Україні. У березні цього року даний показник склав – 91,2%, а у лютому 2017 р. – 91,8 %, у січні 2017 – 94,3 %; у березні 2016 – 90,9 %. у лютому 2016 – 92,7 %. у січні 2016 – 97,8 %.

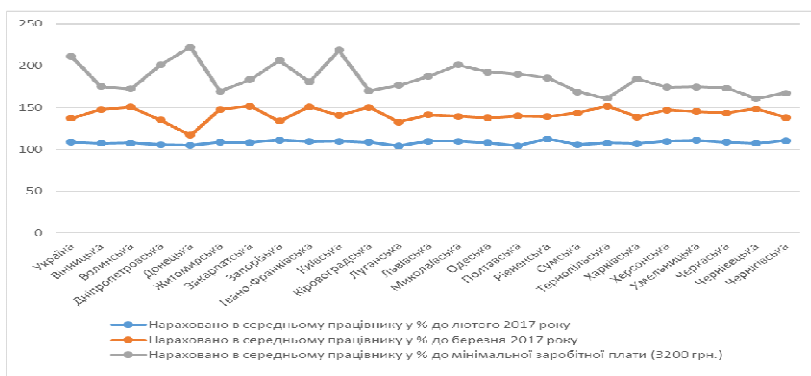


Рис. 5. Заробітна плата штатних працівників за регіонами за березень 2017 року. (складено за даними [14])

Відносно до відповідного періоду попереднього року середня заробітна плата у березні по області складала: 2017 р. – 137,7%, 2016 р. – 126,0 %, а по Україні: 2017 р. – 137,2 %, 2016 р. – 127,4 % (табл. 8).

Таблиця 8

Середньомісячна заробітна плата штатних працівників по містах та районах Одеської області за I квартал 2017 року (складено за даними [15])

Назва району / міста	Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за I квартал 2017 р., грн. (статистичні дані)	Відхилення середньомісячної заробітної плати штатних працівників за I квартал 2017 року до I кварталу 2016 року	Місце
1	2	3	4
По області в цілому	5 842	131,2	
міста:			
м. Балта	4 505	167,2	8
м. Білгород-Дністровський	4 607	140,7	7
м. Біляївка	4 925	156,6	6
м. Ізмаїл	5 068	116,1	5
м. Одеса	6 036	131,7	3

Продовж. табл. 8

1	2	3	4
м. Подільськ	5 419	129,8	4
м. Теплодар	4 167	148,4	9
м. Чорноморськ	7 886	117,5	2
м. Южне	10 991	103,1	1
райони:			
Ананьівський	4 557	163,7	8
Арцизький	3 984	166,2	23
Балтський	4 558	175,0	7
Березівський	3 851	154,8	25
Білгород-Дністровський	4 833	143,0	5
Біляївський	7 383	152,1	1
Болградський	4 025	157,5	20
Великомихайлівський	4 532	170,1	9
Захарівський	4 244	167,3	14
Іванівський	4 281	180,0	13
Ізмаїльський	4 075	163,9	18
Кілійський	4 006	167,4	22
Кодимський	3 927	164,4	24
Лиманський	6 980	127,5	2
Любашівський	4 018	153,6	21
Миколаївський	4 450	161,4	10
Овідіопольський	5 089	125,9	4
Окнянський	4 053	143,3	19
Подільський	4 078	163,4	17
Ренійський	4 300	154,1	12
Роздільнянський	5 477	153,4	3
Савранський	4 352	176,8	11
Саратський	4 585	181,1	6
Тарутинський	4 209	162,5	15

Продовж. табл. 8

1	2	3	4
Татарбунарський	4 196	191,3	16
Ширяївський	3 705	152,8	26

Можемо розглянути різницю динаміки заробітної плати за видами економічної діяльності в Україні та Одеській області (табл. 9).

Таблиця 9

Динаміка заробітної плати штатних працівників за видами економічної діяльності по Україні та Одеській області за березень 2017 року (складено за даними [15])

Види економічної діяльності	Березень 2017 року				довідков о: лютий 2017 по Україні, грн.
	по Украї ні, грн.	по Одеській області, грн.	у % до лютого 2017 року		
			по Украї ні	по Одеській області	
Сільське господарство, мисливство, лісове та рибне господарство	5566	4151	113,8	113,6	4891
Промисловість	7322	6215	109,4	113,5	6693
Будівництво	5912	4870	104,1	105,8	5678
Оптова та роздрібна торгівля	7447	4729	108,5	103,8	6862
Тимчасове розміщення й організація харчування	5094	4687	113,9	121,2	4473
Транспорт та складське господарство	7577	9121	120,0	109,9	6314
Інформація та телекомунікації	12085	6565	108,9	97,3	11100
Фінансова та страхова діяльність	13576	10111	123,6	107,8	10983
Операції з нерухомим майном	5709	6387	107,7	102,1	5301
Професійна, наукова та технічна діяльність	9708	8289	103,9	120,8	9345
Державне управління й оборона	7727	6696	108,0	108,2	7156
Освіта	5447	5295	101,9	104,8	5344
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4670	4707	103,8	104,9	4497
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	5363	6381	105,9	101,5	5065
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	6243	6062	112,7	129,9	5539
Усього	6752	6157	108,7	108,1	6209



Аналізуючи цінову політику в Одесі можна сказати, що для забезпечення прогнозованої цінової ситуації на території Одеської області діють Меморандум про узгодження дій між Одеською облдержадміністрацією та виробниками хлібобулочних виробів в Одеській області та Меморандум співробітництва між Одеською облдержадміністрацією, підприємствами мережевої торгівлі та регіональними виробниками продуктів харчування.

З метою забезпечення стабільної цінової ситуації на споживчому ринку в регіоні, в минулому році проводилося 2,5 тис. сільськогосподарських ярмарок та реалізовалось понад 95,9 тис. тонн сільгосппродукції на суму понад 1,1 млрд. грн. (табл. 10).

Таблиця 10

Індекси споживчих цін по Україні і Одеській області у  
травні 2017 року, % (складено за даними [16])

Індекс споживчих цін	До попереднього місяця		До грудня попереднього року	
	Україна *	Одеська область	Україна *	Одеська область
	101,3	101,5	106,2	106,8
1	2	3	4	5
Продукти харчування та безалкогольні напої	102,3	102,8	108,3	108,7
Продукти харчування	102,4	102,9	108,6	108,9
Хліб та хлібопродукти	100,4	100,5	105,6	107,4
М'ясо та м'ясопродукти	102,9	103,0	110,1	110,1
Риба та продукти з риби	100,5	98,9	103,1	98,9
Молоко	97,9	97,5	103,2	99,0
Сир і м'який сир (творог)	99,9	100,7	108,1	108,8
Яйця	86,6	84,3	53,4	50,4
Масло	99,9	101,0	106,5	107,3
Олія соняшникова	100,0	100,4	102,3	103,0
Фрукти	112,8	115,3	134,5	130,5
Овочі	116,7	119,2	147,2	143,0
Цукор	100,3	99,9	109,1	111,0
Безалкогольні напої	100,5	99,8	103,4	102,9

Продовж. табл. 10

1	2	3	4	5
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	100,8	100,4	106,9	107,7
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	100,2	99,8	101,2	101,7
Охорона здоров'я	100,7	100,8	103,0	103,4
Транспорт	100,5	100,5	107,5	105,7
Зв'язок	100,1	99,9	106,3	111,2
Відпочинок і культура	99,7	99,2	102,6	102,2
Освіта	100,1	100,0	101,8	104,4
Ресторани та готелі	100,8	101,8	105,5	106,0
Різні товари та послуги	99,9	100,4	99,1	98,2

Примітка: \*без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

Індекс споживчих цін в Одесі за 2017 рік становив 101,5%, на продукти харчування – 102,9%. Серед продуктів харчування найбільше зросли ціни на фрукти (у 1,5 раза), рибу та продукти з риби (+38,5%), безалкогольні напої (+36,2%), хліб та хлібопродукти (+32,2%). Зросли ціни на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива +48,6%, транспорт +39,5%, охорону здоров'я +33,4%. Водночас відбулось зниження на 16,8% за групою овочі.

З метою регулювання цін в області діє розпорядження голови облдержадміністрації «Про регулювання цін на основні продовольчі товари», Також були визначені конкурентні переваги та обмеження перспективного розвитку Одеської області в соціальній сфері на основі діагнозу стартових умов регіонального розвитку шляхом SWOT та PEST-аналізу Таблиця 2.12 в Додатках.

**Перспективи.** Виявлені під час аналізу тенденції та проблеми розвитку області засвідчили потребу у корегуванні стратегічних пріоритетів, операційних цілей та задач. Вектори розвитку регіону водночас узгоджувалися з державними пріоритетами розвитку країни, визначеними в урядових документах стратегічного спрямування. Отже, на перспективу зусилля держави повинні бути зосереджені не на скороченні державних витрат на функціонування соціальної сфери, а на підвищення ефективності використання бюджетних засобів.

Оскільки тільки за бюджетної підтримки галузей соціальної сфери гарантовано виконуватимуться ті соціальні завдання, які ставить перед собою кожна цивілізована держава. В подальшому перспективним напрямом дослідження розвитку соціальної сфери України є розробка шляхів і методів активізації впровадження у ній державно-приватного партнерства.

### *Література*

1. Пігуль Н. Г. Фінансове забезпечення соціальної сфери в Україні / Н. Г. Пігуль, О. В. Люта, А. О. Бойко // Вісник Національного банку України. – 2015. — № 1 (227). — С. 30–35.
2. Список країн за ВВП (номінал) на душу населення [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.
3. В Індексі людського розвитку ООН Україна – 83-я [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2014/07/140724\\_human\\_development\\_index\\_az](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2014/07/140724_human_development_index_az).
4. ПРООН: Україна за індексом людського розвитку посіла 83 місце з 187 країн [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/articles/2014/07/24/-83-187-.html>.
5. Хома Н. М. Типологія моделей соціальної держави: аналіз основних підходів / Н. М. Хома // Держава і право. — 2012. — Випуск 56. — С. 618– 623. 349
6. Пігуль Н. Г. Типологія моделей фінансування розвитку соціальної сфери / Н. Г. Пігуль // Проблеми та перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. — Суми, 2014. — Вип. 38. — С. 220–229.
7. Моделі фінансових відносин [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://subject.com.ua/economic/finances1/3.html>.
8. Чорнодід І. С. Порівняння моделей соціально-орієнтованих економік / І. С. Чорнодід // Технологический аудит и резервы производства. — 2014. — № 2/2(16). — С. 34–38.
9. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www>.

minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art\_id=404574&cat\_id=4046.

10. Соціальна політика: політико-правові засади та особливості управління соціальними процесами [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://buklib.net/books/27137/>.

11. Куценко В. І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): монографія. / За наук. ред. д.е.н., проф., академіка НАН України Б. М. Данилишина /РВПС України НАН України. — Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2008. — 818 с.

12. Державна служби статистики [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Національна стратегія розвитку «Україна-2015»: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.semynozhenko.net/content/files/Ukraine-2015%20big.pdf>

14. Звіт про стан соціально-економічного розвитку Одеської області за I півріччя 2017 року: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://oda.odessa.gov.ua/zvity/zvit\\_pro\\_stan\\_sotsialno-ekonomichnoho\\_rozvytku\\_odeskoi\\_oblasti\\_za\\_i\\_pivrichchia\\_2017\\_rok.u.html](https://oda.odessa.gov.ua/zvity/zvit_pro_stan_sotsialno-ekonomichnoho_rozvytku_odeskoi_oblasti_za_i_pivrichchia_2017_rok.u.html)

15. Середня заробітна плата за регіонами за місяць у 2017 році: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/gdn/reg\\_zp\\_m/reg\\_zpm17\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/gdn/reg_zp_m/reg_zpm17_u.htm)

16. Індекси споживчих цін. по одеській області: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [od.ukrstat.gov.ua/publ/zb%20ciny/zbirruk%201.doc](http://od.ukrstat.gov.ua/publ/zb%20ciny/zbirruk%201.doc)

17. Собченко В. В. Основні моделі соціальної політики в країнах Центральної та Східної Європи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/5/01.pdf>.

1. Pihul' N. H. Finansove zabezpechennya sotsial'noyi sfery v Ukrayini / N. H. Pihul', O. V. Lyuta, A. O. Boyko // Visnyk Natsional'noho banku Ukrayiny. — 2015. — # 1 (227). — S. 30–35.

2. Spysok krayin za VVP (nominal) na dushu naselennya [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>

3. V Indeksy lyuds'koho rozvytku OON Ukrayina – 83-ya [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: [http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2014/07/140724\\_human\\_development\\_index\\_az](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/business/2014/07/140724_human_development_index_az).

4. PROON: Ukrayina za indeksom lyuds'koho rozvytku posila 83 mistse z 187 krayin [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/articles/2014/07/24/-83-187-.html>.

5. Khoma N. M. Typolohiya modeley sotsial'noyi derzhavy: analiz osnovnykh pidkhodiv / N. M. Khoma // Derzhava i pravo. — 2012. — Vypusk 56. — S. 618–623. 349

6. Pihul' N. H. Typolohiya modeley finansuvannya rozvytku sotsial'noyi sfery / N. H. Pihul' // Problemy ta perspektyvy rozvytku bankivs'koyi systemy Ukrayiny: zbirnyk naukovykh prats'. — Sumy, 2014. — Vyp. 38. — S. 220–229.

7. Modeli finansovykh vidnosyn [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://subject.com.ua/economic/finances1/3.html>.

8. Chornodid I. S. Porivnyannya modeley sotsial'no-oriyentovanykh ekonomik / I. S. Chornodid // Tekhnolohychesky audyt y rezervy proyzvodstva. — 2014. — # 2/2(16). — S. 34–38.

9. Ministerstvo finansiv Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: [http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art\\_id=404574&cat\\_id=4046](http://www.minfin.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=404574&cat_id=4046).

10. Sotsial'na polityka: polityko-pravovi zasady ta osoblyvosti upravlinnya sotsial'nymy protsesamy [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://buklib.net/books/27137/>.

11. Kutsenko V. I. Sotsial'na sfera: real'nist' i kontury maybutn'oho (pytannya teoriyi i praktyky): monohrafiya. / Za nauk. red. d.e.n., prof., akademika NAN Ukrayiny B. M. Danylyshyna /RVPS Ukrayiny NAN Ukrayiny. — Nizhyn: TOV «Vydavnytstvo «Aspekt-Polihraf», 2008. — 818 s.

12. Derzhavna sluzhby statystyky [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Natsional'na stratehiya rozvytku «Ukrayina-2015»: □Elektronnyy resurs□. — Rezhym dostupu: <http://www.semynozhenko.net/content/files/Ukraine-2015%20big.pdf>

14. Zvit pro stan sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku Odes'koyi oblasti za I pivrichchya 2017 roku: □Elektronnyy resurs□. – Rezhym dostupu: [https://oda.odessa.gov.ua/zvity/zvit\\_pro\\_stan\\_sotsialno-ekonomichnoho\\_rozvytku\\_odeskoi\\_oblasti\\_za\\_i\\_pivrichchia\\_2017\\_rok\\_u.html](https://oda.odessa.gov.ua/zvity/zvit_pro_stan_sotsialno-ekonomichnoho_rozvytku_odeskoi_oblasti_za_i_pivrichchia_2017_rok_u.html)

15. Serednya zarobitna plata za rehionamy za misyats' u 2017 rotsi: □Elektronnyy resurs□. – Rezhym dostupu: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/gdn/reg\\_zp\\_m/reg\\_zpm17\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/gdn/reg_zp_m/reg_zpm17_u.htm)

16. Indeksy spozhyvchykh tsin. po odes'kiy oblasti: □Elektronnyy resurs□. – Rezhym dostupu: [od.ukrstat.gov.ua/publ/zb%20ciny/zbirnuk%201.doc](http://od.ukrstat.gov.ua/publ/zb%20ciny/zbirnuk%201.doc)

17. Sobchenko V. V. Osnovni modeli sotsial'noyi polityky v krayinakh Tsentral'noyi ta Skhidnoyi Yevropy [Elektronnyy resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2011-2/doc/5/01.pdf>.

***Рецензент:** Карпов В.А. к.е.н., професор, кафедра економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет*

*9.11.2017*

УДК 658.012

*Тригуб Кристина, Хамініч Світлана*

## **СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ МАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

У статті досліджено проблематику зміни концепцій маркетингу в ході еволюції світової економіки. Теоретично обґрунтовано особливості основних концепцій маркетингу: виробничої, товарної, маркетингової, концепції традиційного маркетингу та глобальної. Визначено тенденції сучасних маркетингових концепцій та їх роль в формуванні стратегії

економічного розвитку національної економіки.

За результатами проведеного дослідження зроблено висновок, що нині в Україні існує традиційна парадигма маркетингу, основи якої були закладені ще в середині ХХ сторіччя. Проте актуальними для умов сьогодення є концепції соціально-етичного маркетингу, маркетингу взаємодії та маркетингу інновацій, бо ці напрямки маркетингу включають безліч інструментів, які сучасний підприємець може використовувати для підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Встановлено, що концепція інноваційного маркетингу є найбільш актуальною для вітчизняної економіки. Вона виокремлює пріоритети подальших досліджень у площині формування методології до переформатування основних напрямків вітчизняного маркетингу під світові стандарти та розробку нових теоретико-методичних підходів і інструментарію для впровадження світових досягнень на вітчизняних підприємствах і державному управлінні.

**Ключові слова:** концепція маркетингу, етапи еволюції, ринкова економіка, маркетинг взаємовідносин, інноваційний маркетинг, соціально-етичний маркетинг.

*Тригуб Кристина, Хаминич Светлана*

## **СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ**

По результатам проведенного исследования сделан вывод, что в настоящее время в Украине существует традиционная парадигма маркетинга, основы которой были заложены еще в середине ХХ столетия. Однако актуальными для условий современности является концепции социально-этичного маркетинга, маркетинга взаимодействия и маркетинга инноваций, потому что эти направления маркетинга включают множество инструментов, которые современный предприниматель может использовать для повышения конкурентоспособности бизнеса.

Установлено, что концепция инновационного маркетинга является наиболее актуальной для отечественной экономики. Она

выделяет приоритеты дальнейших исследований в плоскости формирования методологии к переформатированию основных направлений отечественного маркетинга под мировые стандарты и разработку новых теоретико-методических подходов и инструментария для внедрения мировых достижений на отечественных предприятиях и государственном управлении.

**Ключевые слова:** концепция маркетинга, этапы эволюции, рыночная экономика, маркетинг взаимоотношений, инновационный маркетинг, социально-этический маркетинг.

*Natrus Kristina, Khaminich Svetlana*

### **MODERN CONCEPT OF MARKETING IN THE FORMATION OF AN ECONOMIC DEVELOPMENT STRATEGY OF NATIONAL ECONOMY**

The problem of changing marketing concepts in the course of the evolution of the world economy has been studied in the article. The features of the basic concepts of marketing are substantiated theoretically. The trends of modern marketing concepts and their role in shaping the strategy of economic development are determined.

According to the results of the study of the main stages of changing the world's economic patterns and the development of marketing concepts, one can conclude that today in Ukraine there is still a traditional marketing paradigm, the basis of which was laid in the middle of the XX century. However, the concepts of social and ethical marketing, marketing interaction and marketing of innovations are relevant for modern conditions. These marketing areas include a variety of tools that an entrepreneur can use to enhance the sustainability and competitiveness of the business.

It is determined that the concept of innovative marketing is the most urgent for the domestic economy, which distinguishes the priorities of further research in the area of methodology formation to reformat the main directions of domestic marketing to world standards and the development of new theoretical and methodological approaches and tools for the implementation of world achievements in domestic enterprises and public administration.



**Key words:** marketing concept, stages of evolution, market economy, relationship marketing, innovative marketing, ethics and social responsibility in marketing.

**Постановка проблеми.** Підвищення ступеню зрілості складових ринкового господарства сприяє постійній еволюції маркетингу та виникненню концепцій, націлених на поєднанні інтересів виробників, споживачів, держави і суспільства в цілому. Тому для сучасних підприємців однією з ключових проблем - є створення концепції маркетингу, що збільшувала б прибутки та взаємодіяла з державними орієнтирами.

Останнім часом економісти дуже рідко звертаються до аналізу концепцій маркетингу. Вважається, що класичний аналіз, здійснений Ф. Котлером [2], вичерпав проблему. Проте лише перші три історичних концепції розвитку маркетингу – виробнича, товарна та збутова – є загально визнаними, тоді як у поглядах маркетологів на подальші концепції спостерігаються значні розбіжності. Тому необхідно зробити аналіз усіх попередніх концепцій, що дозволить виявити тенденції їх розвитку і визначити місце сучасної концепції маркетингу у формуванні стратегії економічного розвитку національної економіки.

**Метою статті** є дослідження особливостей маркетингової концепції, як складової стратегії економічного розвитку національної економіки. Методи: робота виконана з використанням аналітичного та емпіричного методів дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку концепцій маркетингу є предметом теоретико-прикладних досліджень багатьох зарубіжних та вітчизняних авторів, таких як: Ф. Котлер [2], М. Ф. Зяйлик [1], В. Г. Лиходій [2], К. М. Луцій [3], О.М. Олефіренко [4], В. П. Пилипчук [5, 6], Ю.В. Робул [7], С.Ю. Хамініч [8], П.Г. Хоменко [9], Л. С. Шаховська [10] та інших.

**Невирішені питання.** Сьогоднішні умови невизначеного бізнес-середовища входження України у глобалізаційні процеси вимагають розробки нової сучасної концепції маркетингу, що сприятиме економічному розвитку національної економіки. Наразі держава вдається до широкого кола заходів, спрямованих на переорієнтацію національної економіки на європейський вектор та

соціальну компоненту суб'єктів господарювання. У цей час підприємці потребують нових маркетингових орієнтирів розвитку, що відповідали б наявним змінам парадигми управління та більш повно задовольняли потреби і запити споживачів. За цих обставин досліджувана проблематика стала необхідністю поглибленого вивчення маркетингових концепцій, що на сьогодні є актуальним і дійсно своєчасним.

**Виклад основного матеріалу.** Маркетинг сьогодні – це важлива складова сучасної національної економіки. Ця галузь науки знаходиться у стані перманентних перетворень та розвитку. Зі зміною ринкової кон'юнктури чи споживачьких запитів змінюються і концепції маркетингу.

Приступаючи до аналітичного огляду концепцій маркетингу, необхідно надати загальне визначення даної категорії. Концепція маркетингу – це основний принцип ефективної маркетингової діяльності на певному етапі економічного розвитку. Вона охоплює всю сукупність маркетингових засобів і спрямовує їх на досягнення цілей певного етапу економічного розвитку. [3]

Концепція маркетингу – це система науково обґрунтованих уявлень про управління виробничою і збутовою діяльністю в умовах ринкової економіки. [4]

Концепції маркетингу служать не тільки поліпшенню якості підприємницької діяльності, але також відіграють велику роль в системі державного регулювання економіки, підприємництва, освіти і всієї системи державного регулювання, його соціально-економічного розвитку та ефективного існування підприємницьких структур.

Концепція маркетингу зазнавала значних трансформацій, пов'язаних зі зміною рівня розвиненості виробництва і попиту на запропоновані товари. Зміни в основному визначалися не тільки станом таких суб'єктів, як виробник, споживач і держава, а й характером їх взаємодії в ринковому просторі. Сьогодні найбільш відомими і загальноприйнятими в еволюції маркетингу є сім основних концепцій, обґрунтованих світовою наукою і практикою в області маркетингу. Кожна з них передбачає наявність певного акценту на сфері маркетингової діяльності.

Першою була концепція вдосконалення виробництва (1860-1920 рр.). Вона ґрунтувалася на припущенні, що споживачі будуть прихильно ставитися до товарів, які широко представлені на ринку

і доступні за ціною. Тобто підприємства були орієнтовані на удосконалення процесу виробництва та зниження витрат і цін на продукцію.

Такий підхід виправданий для виробництв масового характеру, де продукція досить проста, стандартизована, споживання якої носить масовий характер, а також, коли:

- попит різко перевищує пропозицію;
- високу собівартість продукції можливо знизити за рахунок економії від масштабів;
- ціна – основний фактор вибору.

Проте згодом перед виробництвом постали інші завдання. У споживачів з'явилася потреба у вищій якості продукції, більшій кількості модифікацій виробу. Так нові умови зростання попиту і розширення пропозиції товарів посунули принцип «спочатку виробимо, а вже потім продамо» і в 1920-х роках з'явилася нова концепція – товарна.

Концепція вдосконалення товару виходила з твердження, що споживачі будуть віддавати перевагу товарам, які мають вищу якість та кращі експлуатаційні властивості і характеристики. Тому основні зусилля суб'єктів ринку були направлені на вдосконалення споживчих властивостей продукції.

Для концепції вдосконалення товару були характерні:

- концентрація зусиль на виробництві високоякісних товарів або послуг і спробі завоювати покупців шляхом пропозиції кращих товарів в своїй товарній групі;
- зосередження уваги на функціональних особливостях, таких як: новизна і репутація товару, в умовах, коли ціна не є вирішальним фактором для покупця;

Для впровадження товарного підходу необхідні наступні умови:

- якість, як основний фактор вибору;
- якість, як відмінна риса товару від продукції конкурентів;
- високотехнологічні та високоточні товари.

В той час як виробники зосереджувались на внутрішніх якостях товару, покупці отримували товар, що потребував зовнішніх доповнень з певними послугами та вигодами, а саме: упаковку, доставку, гарантію, можливість ремонту тощо. Поступово

формувалася потреба у комплексному задоволенні запитів [8].

Наступна концепція маркетингу, що домінувала в період з 30-х по 50-ті роки ХХ століття, отримала назву збутової, тобто орієнтованої на продаж. Саме вона здійснила прорив до потреб споживача на новому рівні – розвивалося сервісне обслуговування, поширювались засоби стимулювання збуту. Закладався наступний принцип поведінки споживача: покупка здійсниться тільки тоді, коли компанією будуть запропоновані певні зусилля по просуванню товарів. Тому в цей період починають активно використовуватися агресивні методи збуту: проводиться активна рекламна політика, застосовуються знижки, уцінки, виставки, лотереї тощо. Починаються цінуватися винахідливі та наполегливі торговельні працівники, що вміють продати товар незалежно від того, якими методами це відбувається. Інтенсифікація зусиль у сфері реалізації продукції поступово призвела до нав'язування товару покупцеві. За таких обставин концепція довго не протрималася та поступилася місцем новій.

З 60-х по 80-ті роки ХХ століття триває концепція ринкового маркетингу, де основна увага приділяється споживачам продукції фірми, всебічному вивченню існуючих у них потреб та найповнішому їх задоволенню. Маркетингові дослідження та маркетинговий аналіз набувають вагомую роль у загальній системі управління компанією, а більш глибоке вивчення запитів споживачів стає одним із провідних завдань маркетингових підрозділів компанії. Таким чином, у рамках даної концепції споживач стає центральною фігурою, інтересам якого підкоряється все виробництво.

Проте з часом в концепції ринкового маркетингу переважає пристосування до умов ринку, пасивне відображення існуючих на ньому потреб. А умовою подальшого успішного розвитку виробництва і ринку ставав маркетинговий вплив на формування потреб споживачів. Це завдання мала вирішити наступна концепція. Розвиток концепцій представлено у таблиці 1.

З 1980 рр. і по наш час триває період сучасної глобальної концепції. Еволюція сучасної концепції маркетингу призвела до появи нових напрямків або видів маркетингу таких як: соціально-етичний маркетинг, маркетинг взаємовідносин, інноваційний маркетинг, сервісний маркетинг, нейромаркетинг та інші.

Важливим є те, що наразі основна увага приділяється не лише товару, виробництву чи потребам споживача, а й враховуються інтереси суспільства та держави. За таких умов відбувається активний вплив маркетингу не лише на ринок, а й на структурну перебудову економіки.

Так, концепція соціально-етичного маркетингу передбачає виявлення індивідуальних і суспільних потреб споживачів та їх задоволення з дотриманням моральних норм, підвищення добробуту окремого споживача і суспільства в цілому. Щоб досягти успіху в конкурентній боротьбі, важливо нарощувати соціальні конкурентні переваги. Соціальна відповідальність бізнесу, що розглядається як добровільний обов'язок бізнесменів проводити ділову політику відповідно до потреб суспільства та готовність суб'єктів бізнесу розділити з суспільством всю повноту відповідальності за соціально-економічний стан країни, реалізується через соціальні конкурентні переваги [3].

Таблиця 1

Еволюція концепцій маркетингу  
(складено авторами на основі даних [2, 4, 5])

Час дії	Концепція	Основний інструментарій	Сутність
1860 -1920 рр.	Виробнича	Собівартість, продуктивність	Орієнтація на зниження виробничих витрат, налагодження виробництва продуктивності праці ресурсів.
1920 -1930 рр.	Товарна	Товарна політика	Удосконалення споживчих властивостей товару
1930 -1950 рр.	Збутова	Збутова політика	Інтенсифікація збуту товарів за рахунок зусиль з просування
1960 -1980 рр.	Традиційного маркетингу	Комплекс маркетингу-мікс, дослідження споживача	Задоволення потреб цільових ринків
1980 рр. - наш час	Глобальна	Комплекс маркетинг-мікс, дослідження соціальних та екологічних наслідків виробництва і споживання, комплекс сервісних послуг, управління	Створення та задоволення попиту. Збалансованість трьох чинників: прибутків підприємства; потреб покупців; інтересів суспільства. Побудова системи довгострокових відносин з клієнтом заснованої на соціальній і технічній адаптації партнерів один до одного і на інвестиціях у відносини. Задоволення потреб цільових ринків за умови заощадження ресурсів, охорони навколишнього середовища.

Концепція маркетингу взаємовідносин спрямована на створення довірчих, взаємовигідних відносин з клієнтами та іншими партнерами (постачальниками, посередниками) на довгострокову перспективу. Якщо на попередніх етапах відносини зі споживачами були лише умовою, чинником маркетингової діяльності, то тепер вони поступово стають безпосередньою метою цієї діяльності. Маркетингова концепція взаємовідносин виразила умови ефективного розвитку економіки на сучасному етапі, тому що програми лояльності почали виходити за рамки відносин «продавець - покупець».

[4]

Виділяються наступні види програм лояльності [10]:

а) на макрорівні:

– програма соціального партнерства влади і бізнесу, в тому числі підготовка звернень та заяв, вироблення пропозицій до органів державної влади з питань підтримки малого і середнього бізнесу;

– програма підтримки та захисту прав споживачів.

б) на мезорівні:

– регіональні програми лояльності партнерів (організацій-учасників бізнес-процесу);

в) на мікрорівні:

– програма лояльності компанії до споживачів;

– програма лояльності персоналу до компанії.

Сутність і зміст маркетингу лояльності, його інструменти мають інституційну природу. Відносини з персоналом, споживачами, партнерами та іншими суб'єктами господарської діяльності підприємств формуються на основі різних регламентів, угод, договорів, в основі яких лежить згода, заснована на лояльності один до одного. Маркетинг лояльності на практиці проявляється у формі різноманітних економічних інститутів. Ці інститути підприємств може використовувати в якості маркетингових інструментів ведення бізнесу для підвищення його стійкості та конкурентоспроможності.

Інноваційний маркетинг – це концепція ведення бізнесу, яка передбачає створення вдосконаленої або принципово нової продукції, інновації, і використання в процесі її створення та поширення вдосконалених чи принципово нових – інноваційних – інструментів, форм та методів маркетингу. Основна роль маркетингу полягає в орієнтації виробництва і збуту на більш повне, ніж у конкурентів, задоволення наявних потреб споживачів за допомогою різного

роду інноваційних перетворень, у формуванні та стимулюванні попиту на принципово нові інноваційні продукти, які призначені для задоволення потреб споживачів [1].

Сьогодні ситуація, що склалася в Україні, коли відбувається спад виробництва вітчизняних товарів, через те що багато видів продукції не користуються попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, вимагає переходу на інноваційний розвиток, альтернатив якому не існує. Усі розвинуті країни світу вже давно стали на цей шлях і отримують близько 80–85% приросту ВВП завдяки інноваціям, до яких належать нові вироби, нові технології їх виготовлення, нові методи організації виробництва і збуту тощо [6].

Розробка маркетингових інновацій обумовлена жорсткою конкуренцією на ринку. Прагнення знайти свою нішу на ринку штовхає підприємства, фірми, організації до створення чогось відмінного від існуючого на ринку. Адже вміння змінюватися є головною умовою існування кожної організації. Тому саме конкуренція є основним джерелом економічного прогресу, яка повинна ґрунтуватись на інноваціях.

Для національного господарства найактуальнішим питанням залишається необхідність активізації маркетингової інноваційної діяльності. Перехід до інноваційного типу економічного зростання є необхідною умовою входження у світову економічну систему. А це передбачає цілеспрямовані зусилля держави з метою формування сприйнятливої до інновацій економічної системи, створення такого механізму економічної взаємодії підприємств, за якого б конкурентні переваги здобувалися лише завдяки активній інноваційній діяльності і ефективним інноваційним рішенням. Тому необхідно багато уваги приділити основним складовим маркетингового інноваційного потенціалу, механізмам їх створення та поширення, а також визначення галузей економіки України, підприємства яких потребують у своїй діяльності нагального використання саме елементів інноваційного прогресу.

Як можна побачити, еволюція концепцій з кожним новим витком розвитку маркетингу охоплює все більше потреб різних ринкових контрагентів, отримує нові перспективні завдання і тим самим значне розширення кордонів впливу на соціальне, екологічне, економічне життя суспільства.

Характеризуючи сучасні маркетингові концепції, можна зазначити такі їх тенденції:

1. Якщо для ненасичених ринків характерний маркетинг «зорієнтований на продукт», то сучасний маркетинг зорієнтований на потреби споживача, а найбільш передовими компаніями під силу здійснювати «змішаний маркетинг», зорієнтований як на продукт, так і на споживача.[7]

2. Сучасний маркетинг є «глобальним». Він включає збалансованість трьох чинників: прибутків підприємства; потреб покупців; інтересів суспільства.

3. Для успішної роботи суб'єктам національного господарства варто дотримуватися і засад концепції соціально-етичного маркетингу. В якій маркетинг виконує інтегруючу функцію, постійно співвідносячи інтереси виробників і споживача з інтересами всього суспільства.

4. Сучасний маркетинг будується на взаємодії та лояльності зі споживачем, де персонал повинен розвивати не тільки технічну сторону взаємин, але і соціальну.

5. Сучасний маркетинг можна назвати «інноваційним». Інноваційний розвиток охопив світ, кількість інноваційних розробок постійно зростає, у тому числі значного поширення набувають інновації в маркетингу та менеджменті, і, як свідчить практика, саме підприємства-інноватори стають лідерами у своїх галузях. Інноваційний маркетинг дозволяє зменшити негативний вплив зовнішніх факторів та можливість виготовлення підприємством конкурентної продукції. Проте в Україні інноваційний маркетинг є не досить розвинутим, так як інноваційність полягає в постійному пошуку удосконалення продукції, а фірми українського виробника не затрачають великі кошти для удосконалення виробництва.

Отже, маркетинг стає розумнішим і гуманнішим. І це означає не тільки краще ставлення до споживача, а й врахування інтересів суспільства, розвиток інноваційності підприємств, що є обов'язковим для розвитку національного господарства і його входження у світову економічну систему.

**Висновок.** Таким чином, за результатами проведеного дослідження основних етапів зміни світових економічних укладів та еволюції концепцій маркетингу, можна зробити висновок, що нині в



Україні все ще залишається традиційна парадигма маркетингу, основи якої були закладені ще в середині ХХ сторіччя. Проте актуальними для умов сьогодення є концепції соціально-етичного маркетингу, маркетингу взаємодії та маркетингу інновацій. Ці напрямки маркетингу включають безліч інструментів, які підприємств може використовувати для підвищення стійкості і конкурентоспроможності бізнесу.

Найбільш актуальною для вітчизняної економіки є концепція інноваційного маркетингу, що виокремлює пріоритети подальших досліджень у площині формування методології до переформатування основних напрямків вітчизняного маркетингу під світові стандарти та розробку нових теоретико-методичних підходів і інструментарію для впровадження світових досягнень на вітчизняних підприємствах і державному управлінні.

Наразі держава повинна стимулювати національні компанії до переходу на сучасні маркетингові орієнтири для реалізації прийнятих стратегічних планів інтеграції до ЄС, що також створить привабливу інфраструктуру в приватному секторі для інвесторів та в цілому у сучасному бізнес-середовищі.

### *Література*

1. Зайлик М. Ф. Особливості інноваційного маркетингу / М. Ф. Зайлик, О. І. Вівчар // Вісник Дніпропетровського університету. – 2011. – № 5(2). – С. 185–190.
2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг. Менеджмент: Пер. с англ. 12-е изд. – СПб. : Питер Пресс, 2007. – 816 с.
3. Лиходій В. Г. Сучасна концепція маркетингу та економічна криза / В. Г. Лиходій // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 12. – С. 6-12.
4. Луцій К. М. Еволюція концепцій маркетингу як відображення тенденцій розвитку ринкової економіки / К. М. Луцій // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2015. – Вип. 5. - С. 90-93.
5. Олефіренко О.М. Еволюція концепцій маркетингу та перспективи їх подальшого розвитку в умовах економіки сталого

соціо-еколого-економічного зростання/ О.М. Олефіренко, Ю.О. Олефіренко// Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – №3(7).

6. Пилипчук В. П. Маркетингова діяльність промислових, підприємств та тенденції її розвитку. Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія / Павленко А. Ф., Войчак А. В., Кардаш В. Я., та ін. / За наук. ред. д.е.н., проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – С. 183-212.

7. Пилипчук В. П. Сучасні бізнес - тенденції та розвиток маркетингу вітчизняних компаній // Маркетинг в Україні. – 2008. – №2. – с.61-67

8. Робул Ю.В. Еволюція задач маркетингу на різних етапах еволюції компанії // Механізм регулювання економіки. – 2010. – Т. 2. Вип. 3. – С. 158-154.

9. Хамініч С.Ю. Філософія маркетингу: інтеграція теорії та практики: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф, С.Ю. Хамініч – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2017. – 272 с.

10. Шаховская, Л. С. Программы лояльности как форма социальной ответственности бизнеса перед обществом: монография / Л. С. Шаховская, И. А. Морозова, А. Ф. Джинджолия, И. И. Решетникова, И. В. Аракелова, А. А. Сергеев; ВолгГТУ. – Волгоград, 2012. – 132 с.

1. Zyaylyk M. F. Osoblyvosti innovatsiynoho marketynhu / M. F. Zyaylyk, O. I. Vivchar // Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. – 2011. – # 5(2). – S. 185–190.

2. Kotler F., Keller K.L. Marketynh. Menedzhment: Per. s anhl. 12-e yzd. – SPb. : Pyter Press, 2007. – 816 s.

3. Lykhodiy V. H. Suchasna kontseptsiya marketynhu ta ekonomichna kryza / V. H. Lykhodiy // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2009. – # 12. – S. 6-12.

4. Lutsiy K. M. Evolyutsiya kontseptsiy marketynhu yak vidobrazhennya tendentsiy rozvytku rynkovoyi ekonomiky / K. M. Lutsiy // Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. – 2015. –Vyp. 5. - S. 90-93.

5. Olefirenko O.M. Evolyutsiya kontseptsiy marketynhu ta

perspektyvy yikh podal'shoho rozvytku v umovakh ekonomiky staloho sotsio-ekoloho-ekonomichnoho zrostannya/ O.M. Olefirenko, Yu.O. Olefirenko// Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu. – 2010. – #3(7).

6. Pylypchuk V. P. Marketynhova diyal'nist' promyslovykh, pidpryyemstv ta tendentsiyi yiyi rozvytku. Teoriya i praktyka marketynhu v Ukrayini: Monohrafiya / Pavlenko A. F., Voychak A. V., Kardash V. Ya., ta in. / Za nauk. red. d.e.n., prof., akad. APN Ukrayiny A.F. Pavlenka. – K.: KNEU, 2005. – S. 183-212.

7. Pylypchuk V. P. Suchasni biznes - tendentsiyi ta rozvytok marketynhu vitchyznyanykh kompaniy // Marketynh v Ukrayini. – 2008. – #2. – s.61-67

8. Robul Yu.V. Evolyutsiya zadach marketynhu na riznykh etapakh evolyutsiyi kompaniyi // Mekhanizm rehulyuvannya ekonomiky. – 2010. – T. 2. Vyp. 3. – S. 158-154.

9. Khaminich S.Yu. Filosofiya marketynhu: intehratsiya teoriyi ta praktyky: monohrafiya / za zah. red. d.e.n., prof, S.Yu. Khaminich – Dnipropetrovs'k: Nauka i osvita, 2017. – 272 s.

10. Shakhovskaya, L. S. Программы лояльности как форма социального ответ-ственности бизнеса перед обществом: монография / L. S. Shakhovskaya, Y. A. Morozova, A. F. Dzhyndzholyya, Y. Y. Reshetnykova, Y. V. Arakelova, A. A. Serheev; VolhHTU. – Volhohrad, 2012. – 132 s.

***Рецензент:** Уперенко М.О. – д.е.н., професор, зав. кафедри загальної економічної теорії та економічної політики*

*11.12.2017*

## **СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ**

Статтю присвячено одному з методів державного стимулювання розвитку малого бізнесу – спрощеній системі оподаткування, обліку та звітності. Доведено необхідність застосування такої системи в Україні. Здійснено порівняльний аналіз спрощеної та загальної систем, який дозволив сформулювати їх особливості. Оцінено окремі переваги та недоліки спрощеної системи на прикладі емпіричних даних. Визначено роль єдиного податку у наповненні дохідної частини Зведеного бюджету України. Проаналізовано динаміку кількості юридичних осіб – платників єдиного податку та податку на прибуток. Аргументовано доцільність спрощеної системи оподаткування у випадку отримання позитивних результатів фінансово-господарської діяльності. Підкреслено значний соціально-економічний ефект від розвитку малого підприємництва в Україні. Запропоновано напрями вдосконалення спрощеної системи оподаткування, які дозволять посилити її стимулюючу роль.

**Ключові слова:** малий бізнес, малі підприємства, спрощена система оподаткування, єдиний податок, місцеві бюджети.

*Хомутенко Алла, Шевченко Анна*

## **УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ**

Статья посвящена одному из методов государственного стимулирования развития малого бизнеса - упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности. Доказана необходимость применения такой системы в Украине. Осуществлен сравнительный анализ упрощенной и общей систем, который позволил сформировать их особенности. Оценены отдельные преимущества и недостатки упрощенной системы на примере эмпирических данных. Определена роль единого налога в наполнении доходной части сводного бюджета

Украины. Проанализирована динамика количества юридических лиц - плательщиков единого налога и налога на прибыль. Аргументировано целесообразность упрощенной системы налогообложения в случае получения положительных результатов финансово-хозяйственной деятельности. Подчеркнуто значительный социально-экономический эффект от развития малого предпринимательства в Украине. Предложены направления совершенствования упрощенной системы налогообложения, которые позволят усилить ее стимулирующую роль

**Ключевые слова:** малый бизнес, малые предприятия, налог, упрощенная система налогообложения, единый налог, местные бюджеты.

*Khomutenko Alla, Shevchenko Hanna*

## **SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES**

The article is devoted to one of the methods of state stimulation of small business development - a simplified system of taxation, accounting and reporting. The necessity of such system in Ukraine is proved. A comparative analysis of simplified and general systems was carried out, which allowed to form their features. The individual advantages and disadvantages of the simplified system are estimated on the example of empirical data. The role of the single tax in filling the revenue part of the consolidated budget of Ukraine is determined. The dynamics of the number of legal entities - payers of the single tax and profit tax is analyzed. The rationale of a simplified tax system in the case of obtaining positive results of financial and economic activity is argued reasonably. It is noteworthy that there is a significant socio-economic effect from the development of small business in Ukraine. Directions of perfection of the simplified taxation system which will allow to strengthen its stimulating role are offered.

**Key words:** small business, small businesses, tax, simplified taxation system, flat rate tax, local budgets.

**Постановка проблеми.** Податкове регулювання є одним із найістотніших факторів впливу держави на діяльність малих

підприємств, адже внаслідок незначного фінансового ресурсу та нестабільності економічної ситуації саме вони мають найскладніші умови ведення бізнесу. Загальновідомо, що ці підприємства – рушійна сила розвитку економічних відносин, соціально-економічний фундамент, без якого неможливе функціонування будь-якої інноваційно-орієнтованої та економічно розвиненої держави. Важлива роль малого бізнесу полягає у згладжуванні коливань економічної кон'юнктури – за його допомогою відбувається збалансування попиту й пропозиції та інноваційний прогрес. Саме тому державна підтримка такого підприємництва може стати одним з найбільш дієвих способів подолання економічних, політичних та соціальних кризових явищ в країні.

Основними напрямками державної політики у сфері малого бізнесу в Україні є: спрощення порядку ведення обліку й складання звітності в цілях оподаткування та запровадження спеціальних режимів оподаткування для суб'єктів господарювання, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві [1]. У цьому контексті актуалізується необхідність проведення аналізу спрощеної системи оподаткування, як методу податкового стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, з метою виявлення недоліків у наявному податковому механізмі та розробки рекомендацій з його вдосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Висвітленням проблемних питань щодо особливостей оподаткування та здійснення податкового стимулювання малого бізнесу займалися такі вчені як: В. Андрущенко, Ю. Єхануров, А. Крисоватий, П. Боровік [2], Н. Кондратенко [3], В. Міщенко [4], В. Синчак [5], С. Тесля [6] та інші. Результати їх досліджень є теоретично та практично значущими. Значним внеском наведених вище науковців є обґрунтування доцільності створення спеціальної системи оподаткування для суб'єктів малого підприємництва, оцінювання переваг та недоліків від запровадження цієї системи та аналіз сучасного досвіду зарубіжних країн із антикризового податкового регулювання. Водночас, у наявних наукових розробках недостатньо уваги приділено окремим аспектам податкового стимулювання активності малих підприємств в Україні та недостатньо опрацьовані питання оцінки ефективності податкового стимулювання розвитку таких підприємств. Це зумовлює необхідність

проведення подальших досліджень наукових і практичних засад податкової політики сприяння розвитку малого бізнесу в Україні.

**Метою** статті є аналіз спрощеної системи оподаткування як одного з методів податкового стимулювання розвитку малого бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** На кінець 2016 року в Україні налічувалось лише 383 великих підприємства (або 0,1% загальної кількості підприємств). Решта компаній – це малі та середні, в тому числі 14869 середніх підприємств та 1,89 млн. суб'єктів малого підприємництва (0,29 малих підприємств та 1,6 млн. фізичних осіб-підприємців) [7]. Отже, частка малих підприємств від загальної кількості суб'єктів господарювання, метою діяльності яких є отримання прибутку, становить близько 96%. Ця цифра доводить, що малий бізнес в Україні відіграє важливу соціально-економічну роль.

Відмітимо, що подекуди на малих підприємствах в Україні тримаються цілі галузі. Так, наприклад: освітня, інформаційна та телекомунікаційна сфери, операції з нерухомістю на 98% функціонують за рахунок суб'єктів малого бізнесу. Тобто будь-які зміни у державному регулюванні взагалі й у механізмі оподаткування малого підприємництва, зокрема, можуть призвести до суттєвих проблем у цих галузях.

Існуючий в Україні механізм оподаткування малого бізнесу передбачає можливість вибору відповідними суб'єктами господарювання найбільш оптимального способу сплати податків – бути на «загальній» або «спрощеній» системі оподаткування (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика систем оподаткування  
(узагальнено авторами за даними [10, 11])

Показники	Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткування
1	2	3
Обмеження за обсягом виручки (далі – ОВ) та	Немає обмежень	I гр. – ОВ до 300 тис. грн, КП – 0 осіб; II гр. – ОВ до 1,5 млн грн, КП – 0-10 осіб; III група – ОВ до 5 млн грн, КП – без обмежень;
кількістю працівників (далі – КП)		IV група – частка с/г виробництва $\geq 75\%$ загального обсягу виробництва
Обмеження за видами діяльності	Немає специфічних обмежень	Заборонені сфери діяльності визначені ст. 291.5 ПКУ, а саме виробництво та продаж піддакцизних товарів, діяльність у сфері

1	2	3
		аудиту, продаж предметів мистецтва та антикваріату, дорогоцінного каміння, корисних копалин та ін.
Ставки податку	Податок на прибуток – 18%, інші податки, встановлені Податковим кодексом України.	I гр. – 1-10% мінімальної заробітної плати (далі – МЗП); II гр. – 2-20% МЗП;
		III група – 3% від доходу + ПДВ або 5% від доходу без сплати ПДВ IV група – визначено у п. 293.9 статті 293 ПКУ залежно від видів земельних ділянок, ставка встановлена у % від нормативної грошової оцінки
Переваги	1. Обсяг податку на прибуток залежить від чистого доходу; 2. Відсутні обмеження; універсальний підхід до всіх платників; 3. Для фіз. осіб – можливість несплати ЄСВ за відсутності чистого доходу. (Закон України №77-VIII від 28.12.2014 р.) [8, 9]	1. Простота нарахування єдиного податку; 2. Спрощене ведення обліку та відносна простота заповнення звітності; 3. Звільнення від сплати платником ЄП низки податків і обов'язкових платежів, зокрема: податку на прибуток, ПДФО, в деяких випадках ПДВ, податку на майно. 4. Збільшення власних оборотних кошти платників за рахунок зменшення сум платежів за податками й зборами. 5. Відсутність потреби застосовувати РРО для ФОПів 1-ї групи, окрім торгівлі «технічно складними побутовими товарами». 6. Спрощення процедури і порядку реєстрації платника податку (суб'єкти малого підприємництва можуть перейти на сплату єдиного податку як з початку року, так і з початку будь-якого кварталу)
Недоліки	1.Складність адміністрування, що виражається у великій кількості звітності та потребує наявності програмного забезпечення, трудових ресурсів; 2.З 2017 року обов'язкова сплата ЄСВ «за себе» для ФОПів; 3.Податкове навантаження зростає пропорційно збільшенню кількості найманих працівників	1.Виключно грошова форма розрахунків з контрагентами; 2.Фіксована ставка податку, що не залежить від отримання прибутку для платників єдиного податку 1-ї та 2-ї групи; 3.Не залежно від результатів діяльності наявна обов'язкова сплата ЄСВ в мінімальному розмірі для 2-ї та 3-ї групи платників єдиного податку, а для платників 1-ї групи – 0,5 мінімального страхового внеску; 4.Можливість зловживання спрощеною системою та ухилення від оподаткування 5.Низька фіскальна ефективність



Як видно з таблиці 1 до недоліків спрощеної системи оподаткування нами віднесено низьку фіскальну ефективність єдиного податку, який справляється в Україні.

З метою підтвердження цієї тези нами було проаналізовано структуру доходів зведеного бюджету за останні п'ять років (табл. 2) та встановлено, що єдиний податок складав 1,34-2,64% усіх надходжень, у той час як податок на прибуток становив 9,25-15,47%.

Таблиця 2

Структура доходів Зведеного бюджету України  
(складено автором за даними [12])

Показники		2012	2013	2014	2015	2016
Податок на прибуток підприємств	млн грн.	55793,02	54993,78	40201,49	39053,17	60223,23
	%	15,47	15,54	10,94	7,69	9,25
ПДВ	млн грн.	138826,82	128269,3	139054,3	178452,8	54052,74
	%	38,50	36,24	37,84	35,15	8,31
Податок з доходів фізичних осіб, млн грн	млн грн.	68092,39	72151,1	75202,95	99983,17	138781,8
	%	18,88	20,38	20,46	19,70	21,33
Єдиний податок	млн грн.	4815,64	6640,52	7413,25	10975,1	17167,1
	%	1,34	1,88	2,02	2,16	2,64
Доходи зведеного бюджету, млн грн	млн грн.	360567,22	353968,1	367511,9	507635,9	650781,7

Таким чином, з таблиці 2 випливає, що за рахунок податків, які справляються на загальній системі оподаткування, держава отримує чималі надходження до бюджету. Це, в свою чергу, обумовлює зацікавленість фіскальних органів державної влади у зростанні кількості суб'єктів господарювання, які є платниками податків на загальних засадах.

Проте, офіційні дані свідчать, що сьогодні все більше представників малого та середнього бізнесу застосовують спрощену систему оподаткування (рис. 1), яка покликана виконувати регулюючу, а не фіскальну роль.

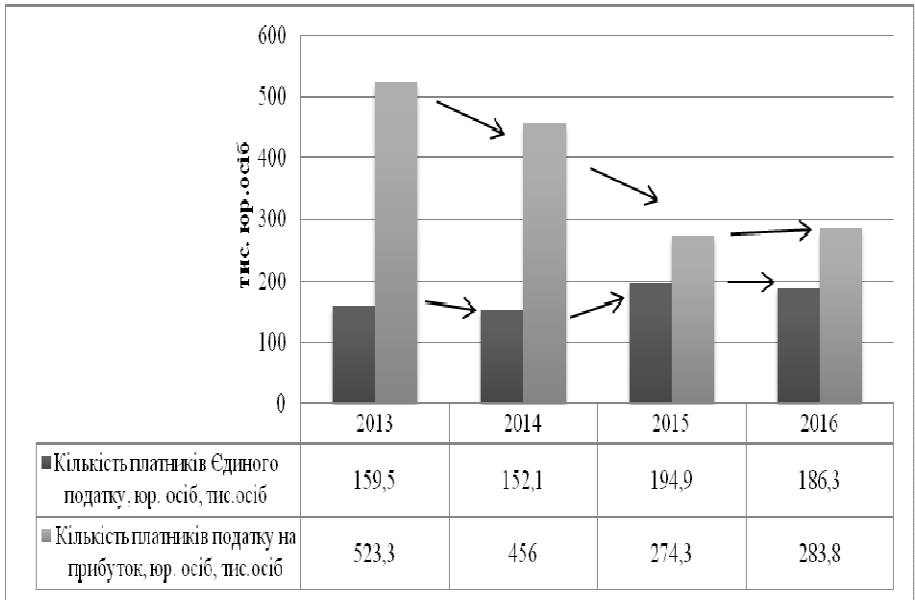


Рис. 1. Динаміка кількості юридичних осіб – платників податку на прибуток та єдиного податку. (розроблено авторами за даними [13])

Тенденції, зображені на рис. 1, на нашу думку, об'єктивно обумовлені тим, що суб'єкти малого та середнього бізнесу на початковому етапі не володіють достатнім обсягом власних фінансових ресурсів, тому їм і потрібна державна підтримка, зокрема, у вигляді податкових преференцій, які надаються платникам єдиного податку. Прикладом податкових преференцій таким платникам податків є позбавлення їх обов'язку сплачувати: податок на додану вартість, за винятком платників єдиного податку 3-ї групи, які виявили бажання сплачувати ПДВ; податок на прибуток підприємств; земельний податок; податок на доходи фізичних осіб за себе (платник єдиного податку виконує передбачені ПКУ функції податкового агента у разі нарахування (виплати, надання) оподатковуваних податком на доходи фізичних осіб доходів на користь фізичної особи, яка перебуває з ним у трудових або цивільно-правових відносинах). Привабливість такої системи для суб'єктів малого бізнесу зумовлена також спрощенням

системи адміністрування й зменшенням небезпеки несвідомого порушення чинних правил.

Відмітимо, що оскільки єдиний податок в Україні з 2011 р. відноситься до місцевих, органи місцевого самоврядування уповноважені самостійно встановлювати ставки з цього податку (рис. 2). Саме тому платники єдиного податку у різних містах України можуть мати різні податкові зобов'язання, що дозволяє таким чином врахувати особливості розвитку кожної окремої територіальної громади на рівні, наближеному до споживачів суспільних послуг.

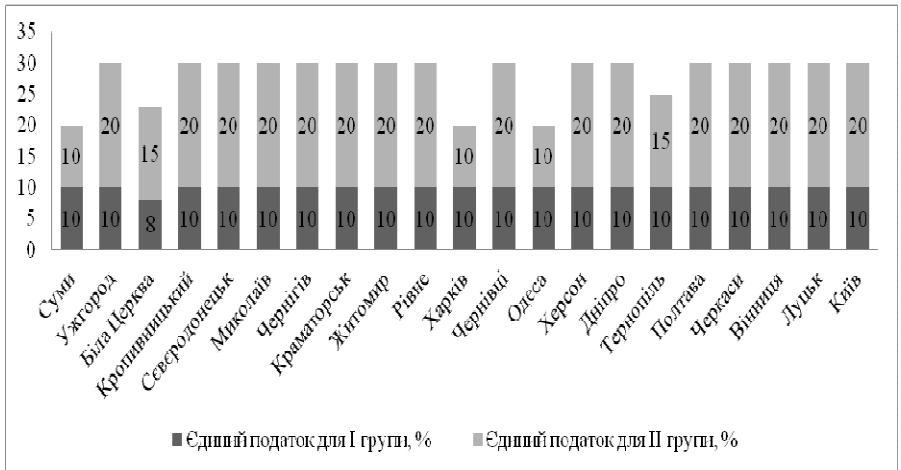


Рис. 2. Ставки єдиного податку по Україні станом на 01.01.2017 р. (складено автором за даними [14])

До недоліків єдиного податку нами віднесено й те, що його розмір для платників I та II груп не залежить від результатів їх діяльності, на відміну від загальної системи оподаткування, де базою оподаткування є чистий дохід. Тобто платники єдиного податку зобов'язані сплачувати цей податок навіть якщо вони є збитковими. Зважаючи на періодичні політичні та соціально-економічні кризи в Україні малий та середній бізнес, обираючи спрощену систему оподаткування, йде на серйозний ризик. Офіційна статистика свідчить, що у 2016 році частка малих підприємств, які отримали збиток становила 26,7% від загальної їх кількості, а розмір їх збитку склав 131,5 млрд. грн [7]. Ці підприємства «будуть у виграші» лише

за умови перебування на загальній системі оподаткування. У протилежному випадку їх фінансовий стан після сплати єдиного податку лише погіршиться.

За позитивних результатів фінансово-господарської діяльності спрощена система оподаткування дозволяє представникам малого бізнесу значно знизити рівень податкового навантаження. Саме тому вона набуває все більшої популярності та здійснює чималий соціально-економічний ефект, що підтверджують дані, наведені на рис. 3.

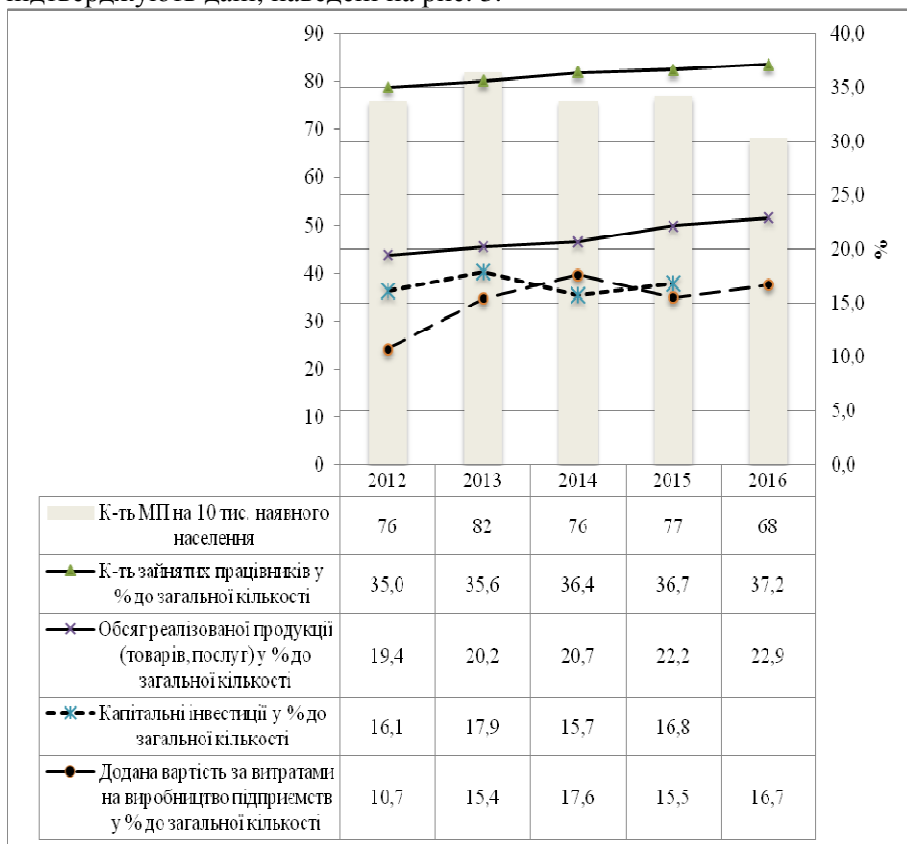


Рис. 3. Динаміка показників розвитку малого підприємництва у % до загальних показників по Україні (складено автором за даними [7])

Так, наприклад, кількість зайнятих осіб у малому підприємстві становить близько 37% загальної кількості офіційно працевлаштованих громадян України. Також, слід звернути увагу на зростання обсягів реалізованої продукції. Незважаючи на коливання кількості малих підприємств, з 2012 р. відсоток обсягу реалізованої продукції малими підприємствами у загальному обсязі виріс на 3,5%.

Підсумовуючи відмітимо, що розвиток малого бізнесу, якому сприяють доцільні методи податкового стимулювання серед яких спрощена система оподаткування, позитивно відображається на самозайнятості населення, збільшенні кількості робочих місць, розширенні інфраструктури та наповненні бюджетів рівних рівнів. У цьому контексті актуалізується необхідність усунення існуючих недоліків спрощеної системи оподаткування та пошуку нових інструментів і методів стимулювання розвитку малого й середнього бізнесу в Україні.

**Висновки.** Проведене дослідження показало, що застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності є дієвим методом стимулювання розвитку малого підприємництва в Україні. Слід зазначити, що на даний момент здійснено значні кроки в напрямку реформування і побудови ефективно функціонуючої спрощеної системи оподаткування. До найвагоміших переваг такої системи оподаткування можна віднести спеціальний порядок обліку, який звільняє суб'єктів господарювання від сплати окремих податків, дає можливість знизити трудомісткість обліково-аналітичних процедур, дозволяє зменшити ризик податкових помилок і відповідних штрафних санкцій.

Спрощена система оподаткування є провідною частиною державної податкової політики підтримки розвитку малого підприємництва в Україні, а отже повинна супроводжуватися новими програмами та способами ведення бізнесу, як це практикується у передових зарубіжних країнах.

Однак, слід зазначити, що реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності має здійснюватися з урахуванням особливостей соціально-економічної та суспільно-політичної ситуації в Україні. Зокрема, реформування спрощеної системи пропонується проводити за такими напрямками, як:

- створення консультаційних центрів для суб'єктів малого підприємництва щодо питань створення власної справи, її

документального оформлення, особливостей діяльності на спрощеній системі, порядку заповнення та подання звітності;

- покращення системи адміністрування податків за спрощеною системою шляхом конкретизації та усунення неоднозначного трактування окремих податкових норм;

- для I та II груп платників єдиного податку пов'язати базу оподаткування із річним доходом для забезпечення принципу справедливості та оптимізації податкового навантаження.

- збільшення максимально допустимої кількості працівників, які наймаються суб'єктами II групи спрощеної системи оподаткування, що сприятиме підвищенню рівня зайнятості населення, так як саме платники II групи займають найбільшу питому вагу серед платників єдиного податку.

### *Література*

1. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

2. Боровик П.М. Реформований механізм оподаткування малого бізнесу в Україні: проблеми та перспективи розвитку / П.М. Боровик, Б.В. Фрате // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». – 2014. – № 3. – С. 98–104 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnau\\_ekon\\_2014\\_3\\_14.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnau_ekon_2014_3_14.pdf).

3. Кондратенко Н.Г. Спеціальний режим оподаткування підприємств малого бізнесу в умовах економічної кризи / Н.Г. Кондратенко // Економіка промисловості. – 2010. – № 4. – С. 39–43 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econpr\\_2010\\_4\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econpr_2010_4_7.pdf).

4. Міщенко В.Я. Спрощення режимів оподаткування підприємств малого і середнього бізнесу в умовах економічної нестабільності / В.Я. Міщенко, Д.А. Бондаренко // Економіка Криму. – 2013. – № 1. – С. 32–38 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econkr\\_2013\\_1\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econkr_2013_1_7.pdf).

5. Синчак В.П. Формування спрощеної системи

оподаткування у контексті державної підтримки малого бізнесу та стимулювання зайнятості населення / В.П. Синчак // Облік і фінанси. – 2012. – № 4. – С. 50–58 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Oif\\_ark\\_2012\\_4\\_12.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Oif_ark_2012_4_12.pdf).

6. Тесля С.М. Особливості застосування спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого бізнесу / С.М. Тесля, М.І. Платко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.3. – С. 280–286 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnlту\\_2013\\_23.3\\_51.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnlту_2013_23.3_51.pdf).

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

8. ЄСВ ФОП на загальній системі: чи сплачується за відсутності доходів? [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://blog.liga.net/user/schervyak/article/16755.aspx>

9. Якщо фізична особа — підприємець не отримала доходу, чи зобов'язана вона сплачувати за себе єдиний внесок? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lv.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/149167.html>

10. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/nk/>

11. Аналіз систем оподаткувань [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ogp.ua/uk/news-buhgalters-ua/337-analiz-sistem-opodatkuvannya-u-2017>

12. Сайт Державної казначейської служби. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/>

13. Лист ДФС № 10477 від 16.08.2017р. про розгляд запиту Сайт Співки українських підприємців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sup.org.ua>

1. Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukrayini: Zakon Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>

2. Borovyk P.M. Reformovanyu mekhanizm opodatkuvannya maloho biznesu v Ukrayini: problemy ta perspektyvy rozvytku / P.M. Borovyk, V.B. Frate // Visnyk Kharkivs'koho natsional'noho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchayeva. Seriya «Ekonomichni nauky». – 2014. – # 3. – S. 98–104 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnu\\_ekon\\_2014\\_3\\_14.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnu_ekon_2014_3_14.pdf).

3. Kondratenko N.H. Spetsial'nyy rezhym opodatkovannya pidpryyemstv maloho biznesu v umovakh ekonomichnoyi kryzy / N.H. Kondratenko // *Ekonomika promyslovosti*. – 2010. – # 4. – S. 39–43 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econpr\\_2010\\_4\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econpr_2010_4_7.pdf).

4. Mishchenko V.Ya. Sproshchennyya rezhymiv opodatkovannya pidpryyemstv maloho i seredn'oho biznesu v umovakh ekonomichnoyi nestabil'nosti / V.Ya. Mishchenko, D.A. Bondarenko // *Экономика Кыргызстана*. – 2013. – # 1. – S. 32–38 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econkr\\_2013\\_1\\_7.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econkr_2013_1_7.pdf).

5. Synchak V.P. Formuvannya sproshchenoyi systemy opodatkovannya u konteksti derzhavnoyi pidtrymky maloho biznesu ta stymulyuvannya zaynyatosti naselennya / V.P. Synchak // *Oblik i finansy*. – 2012. – # 4. – S. 50–58 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Oif\\_apk\\_2012\\_4\\_12.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Oif_apk_2012_4_12.pdf).

6. Teslya S.M. Osoblyvosti zastosuvannya sproshchenoyi systemy opodatkovannya sub'yektiv maloho biznesu / S.M. Teslya, M.I. Platko // *Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy*. – 2013. – Vyp. 23.3. – S. 280–286 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnltu\\_2013\\_23.3\\_51.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnltu_2013_23.3_51.pdf).

7. Ofitsiyyny sayt Derzhavnoyi sluzhby statystryky Ukrainy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

8. YeSV FOP na zahal'niy systemi: chy splachuyet'sya za vidсутnosti dokhodiv? [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://blog.liga.net/user/schervyak/article/16755.aspx>

9. Yakshcho fizychna osoba — pidpryyemets' ne otrymala dokhodu, chy zobov'yazana vona splachувaty za sebe yedyny vnesok? [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://lv.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/149167.html>

10. Podatkovyy kodeks Ukrainy [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://sfs.gov.ua/nk/>

11. Analiz system opodatkuvan' [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://ogp.ua/uk/news-buhgalters-ua/337-analiz-sistem-opodatkovannya-u-2017>

12. Sayt Derzhavnoyi kaznacheys'koyi sluzhby. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/>



13. Lyst DFS # 10477 vid 16.08.2017r. pro roz-hlyad zapytu Sayt Spilky ukrayins'kykh pidpryyemtsiv [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://sup.org.ua>

*Рецензент: Волохова І.С., д.е.н., доцент, зав.кафедри фінансів Одеського національного економічного університету*  
9.11.2017

УДК 330.1

*Чубенко Михайло*

## **ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ФУМІГАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В умовах нестабільності і суперечливості реформаційних процесів однією з найважливіших завдань науки і практики стає розробка і реалізація системи економічної безпеки підприємства. Українські підприємства (організації) змушені адаптуватися до умов політичної та соціально-економічної нестабільності і вести пошук адекватних рішень найскладніших проблем і загроз своєму функціонуванню.

Економічна безпека - це стан будь-якого господарюючого суб'єкта, що характеризується наявністю стабільного доходу та інших ресурсів, які дозволяють підтримати рівень життя на поточний момент і в найближчому майбутньому.

У статті розглянута модель забезпечення економічної безпеки фумігаційних підприємств, визначені можливі загрози економічній безпеці, пропонуються шляхи формування ефективної системи взаємозв'язків і відносин з різними суб'єктами господарювання. Узагальнено фактори, що формують відповідний рівень економічної безпеки підприємств фумігації.

**Ключові слова:** економічна безпека, фумігаційне підприємство, фумігант, загрози економічної безпеки, розвиток підприємств.

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ФУМИГАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

В условиях нестабильности и противоречивости процессов реформирования одной из важнейших задач науки и практики является разработка и реализация системы экономической безопасности предприятия. Украинские предприятия (организации) вынуждены адаптироваться к политической и социально-экономической нестабильности и вести поиск адекватных решений сложных проблем и угроз своему функционированию.

Экономическая безопасность – это состояние любого хозяйствующего субъекта, характеризующееся наличием стабильного дохода и других ресурсов, которые позволяют поддержать уровень жизни на текущий момент и в ближайшем будущем.

В статье рассмотрена модель обеспечения экономической безопасности фумигационных предприятий, определены возможные угрозы экономической безопасности, предлагаются пути формирования эффективной системы взаимосвязей и отношений с различными субъектами хозяйствования. Обобщены факторы, формирующие соответствующий уровень экономической безопасности предприятий по фумигации.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, фумигационные предприятия, фумигант, угрозы экономической безопасности, развитие предприятий.

*Chubenko Michael*

## **ECONOMIC SECURITY OF FUMIGATION ENTERPRISES**

In the conditions of instability and contradictory processes of reforming one of the most important tasks of science and practice is the

development and implementation of the system of economic security of the enterprise. Ukrainian enterprises (organizations) are compelled to adapt to political and socio-economic instability and to search for adequate solutions to complex problems and threats to their functioning.

Economic security is the state of any business entity, characterized by the availability of a stable income and other resources that can support the standard of living at the current time and in the near future.

The article considers the model of ensuring the economic security of fumigation enterprises, identifies possible threats to economic security, suggests ways to form an effective system of relationships and relations with various economic entities. The factors forming the corresponding level of economic security of enterprises for fumigation are generalized.

**Keywords:** economic security, fumigation enterprises, fumigant, threats to economic security, enterprise development.

**Постановка проблеми.** Після здобуття Україною незалежності національні підприємства різних форм власності зіткнулися з багатьма якісно новими проблемами забезпечення економічної безпеки [1, с. 204]. Це безпосередньо стосується й фумігаційних підприємств. На ефективне функціонування і розвиток підприємств фумігації чинять активний вплив факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища господарської діяльності. Вони характеризуються нестабільністю динаміки і вимагають швидкої адаптації фумігаційних підприємств в сучасних умовах господарювання, знання ними законів розвитку і виживання, обліку невизначеності і нестійкості економічного середовища, кон'юнктури споживчого ринку і т.д. При цьому неможливо досягти ідеально безпечного середовища господарської діяльності, доцільно розглядати економічну безпеку як стан, в якому мінімізується негативний вплив внутрішніх і зовнішніх загроз на діяльність і економічний результат підприємства. Все це обумовлює необхідність формування і управління економічною безпекою.

**Аналіз публікацій.** Визначення базових понять економічної безпеки, погроз, факторів зовнішнього та внутрішнього середовища дано в роботах таких вчених як С. Григоруk, Г. Козаченко, Т. Логутова, О. Ляшенко, Д. Нагаєвський, В. Пономарьов, Д. Шалагін, Л. Шемасва.

**Нерозглянуті питання.** Підприємствам з надання фумігаційних послуг не приділяли належної уваги та не розглядали з точки зору економічної безпеки. Науковий апарат управління економічною безпекою фумігаційних підприємств не сформований.

**Завданням дослідження є** визначення шляхів забезпечення та управління економічною безпекою фумігаційних підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Для підприємств економічна безпека формує такий стан їх захищеності від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізуючих чинників, при якому забезпечується стійка реалізація основних господарських інтересів і стратегічних цілей.

Система економічної безпеки українських підприємств неефективна. Це обумовлено, перш за все, наслідками фінансово-економічної кризи, інфляційними процесами, зменшенням купівельної спроможності населення, недоброросовісною конкуренцією в результаті співпраці суб'єктів господарювання і органів влади, зниженням економічної стійкості внаслідок зміни системи оподаткування і т.п. Зміна умов зовнішнього середовища функціонування підприємств фумігації, посилення впливу дестабілізуючих чинників вимагають розробки ефективних організаційно-економічних заходів в напрямку посилення економічної безпеки, оптимізації її структурних складових (правової, фінансової, кадрової, соціальної, особистісної, інформаційної) [2, с.280].

Враховуючи зазначене, для фумігаційних підприємств можна застосовувати таку систему забезпечення економічної безпеки, яка може бути представлена у вигляді відповідної моделі. Ця модель має цілі та задачі, які спрямовані на нейтралізацію загроз внутрішньої та зовнішньої середи, зменшення ризиків, протистояння руйнівному впливу на господарську діяльність досліджуваних суб'єктів.

Відповідно до моделі, економічна безпека підприємств з надання фумігаційних послуг сприяє підвищенню ефективності підприємницької діяльності, формуванню надійної системи управління, забезпечення сталого фінансування, безпеки праці та життєдіяльності персоналу, збереження матеріальних цінностей, захисту інформації.

Згідно з вище зазначеним можна виділити такі задачі :

- прогнозування, тобто своєчасне виявлення і усунення загроз особистій безпеці власників, керівників, працівників, причин і умов, які здатні завдати фінансових, матеріальних і моральну шкоду, порушити стабільне функціонування і розвиток фумігаційних підприємстві;

- створення механізму і умов оперативного реагування на загрози економічній безпеці та прояви негативних тенденцій у функціонуванні підприємств фумігації;

- формування ефективного інструментарію забезпечення економічної безпеки;

- створення умов для максимально можливого повернення і локалізації збитків, що виникли в результаті дії будь-яких загроз, прийняття необґрунтованих рішень або завданих неправомірними діями фізичних і юридичних осіб;

- впровадження заходів, спрямованих на ослаблення негативного впливу наслідків порушення техніки безпеки і т.д.

Формування економічної безпеки підприємств фумігації вимагає створення організаційно-економічних механізмів розвитку партнерських відносин з суб'єктами ринку і органами державного управління. В цьому аспекті підприємствам необхідно здійснювати постійний моніторинг та розробляти заходи, спрямовані на недопущення виникнення загрозв процесі взаємодії з різними суб'єктами ринку.

З огляду на викладене, для фумігаційних підприємств пропонуємо здійснювати таку ідентифікацію загроз економічній безпеці (табл. 1).

Таблиця 1

Загрози економічній безпеці підприємства в процесі взаємодії з різними суб'єктами господарювання

Суб'єкти господарювання			
Постачальники	Споживачі	Конкуренти	Органи державного регулювання
Розрив зв'язків, невиконання умов договору постачання, непередбачуване збільшення цін на фумігант та витрат на його поставку, постачання неякісної продукції яка не відповідає стандартам і нормам	Розповсюдження завідома неправдивої інформації про підприємство, персонал, послугу.	Недобросовісна конкуренція, демпінг цін, співробітництво конкурентів з органами влади, переманювання персоналу, монополізація зв'язків з постачальниками	Зміна діючого законодавства, корупційні дії, лояльність до окремих підприємств, збільшення податкового тиску, введення жорстких екологічних норм

З огляду на визначенні загрози, запропоновано шляхи забезпечення економічної безпеки для підприємств фумігації щодо кожного суб'єкта взаємодії. З метою взаємодії підприємств з постачальниками основна увага повинна бути сконцентрована на наступних аспектах: формування портфеля замовлень; визначення термінів і умов поставки; узгодження цінової політики; формування ефективних інформаційних каналів .

Формування партнерських відносин при забезпеченні економічної безпеки підприємств з постачальниками може здійснюватися не через традиційне управління ресурсами (організація, формування і управління портфелем замовлень), а шляхом управління відносинами підприємств зі стратегічними постачальниками з метою стимулювання їх перебудови під стратегічні і тактичні потреби фумігаційної діяльності. При цьому вибір постачальника в багатьох аспектах визначає стан і рівень економічної безпеки підприємств фумігації не тільки в поточному періоді, але і в перспективі [3, с.204].

Підприємствам доцільно враховувати ризик погіршення фінансового становища постачальників в середньо- і довгостроковому періодах, який буде впливати на ефективність поставки фуміганту (несвоєчасність поставок, непередбачуване збільшення цін на фумігант і витрат на його поставку) як важливий технологічний етап надання даних послуг, тому підприємствам необхідно здійснювати постійний моніторинг надійності постачальників.

Важливим аспектом забезпечення економічної безпеки підприємств є їх взаємини зі споживачами.

Забезпечення економічної безпеки підприємств фумігації у відносинах з споживачами може сприяти введення так званих CRM-систем (Customer Relationship Management System), які дозволяють поліпшити якість обслуговування покупців за рахунок отримання інформації від них про процес фумігації, цінову пропозицію, комунікаціях з персоналом та т.д., а також збільшити обсяги надаваних послуг , оптимізувати систему маркетингу, зберігати інформацію про споживачів і історію взаємин з ними з метою поліпшення фумігаційного процесу і оцінки результатів діяльності [4, с.98].

Ефективність механізмів управління та розвитку підприємств дозволяє встановити, що в сучасних умовах виникає необхідність здійснення діагностики факторів, що формують відповідний рівень економічної безпеки підприємств.

Основні з факторів та їх характеристика:

- організаційні чинники здійснення фумігаційної діяльності це основні чинники, що забезпечують ефективне функціонування підприємств,

- інфраструктура, наявність ресурсів;

- попит і пропозиція на фумігаційні послуги, що характеризуються формуванням портфеля замовлень, рівнем конкурентоспроможності послуги, цінової політикою, сервісом, стабільністю споживчого ринку та ін.;

- надійність постачальників фуміганту забезпечується за допомогою укладання довгострокових контрактів на поставку фуміганту, враховуються терміни поставки, форми розрахунків, можливості постачальників;

- державне економічне регулювання фумігаційної діяльності полягає в регулюванні державної податкової політики, формуванню гнучкого ціноутворення і т.п.;

- надійний захист комерційної таємниці забезпечується державними гарантіями щодо науково-технічних досягнень, розробки нових видів фумігації, охорони інтелектуальної власності та ін.;

- компетентність системи менеджменту підприємств фумігації характеризується високим професіоналізмом керівництва (висококваліфікований персонал; система підготовки та перепідготовки працівників) і т.д.

Планування заходів забезпечення економічної безпеки підприємств фумігації має включати: визначення пріоритетних напрямків та об'єктів, на яких зосереджуються зусилля щодо забезпечення безпеки; розподіл сил і засобів для вирішення завдань щодо забезпечення безпеки, визначення термінів їх виконання; розробку форм і методів діяльності сил безпеки і здійснення організаційних заходів; розробку дій і організацію управління персоналом в кризових ситуаціях [5, с.21].

Ці шляхи забезпечення економічної безпеки підприємств визначають напрямки здійснення фумігаційної діяльності та

розвитку суб'єктів господарювання. Ці напрямки наступні: облік змін у діючій нормативно-законодавчій базі, оптимізація фінансової діяльності, організація умов праці, розробка ефективної системи стимулювання та соціального забезпечення персоналу, створення умов для кращого розкриття здібностей працівників, формування якісного інформаційного забезпечення та його захист.

Ціллю системи безпеки є своєчасне виявлення та запобігання як зовнішнім, так і внутрішнім небезпекам та загрозам, забезпечення захищеності діяльності підприємства та досягнення ним цілей бізнесу. Досягти поставлених цілей можна за допомогою вирішення цілого комплексу завдань. До найбільш значних можна віднести:

- виявлення реальних та прогнозування потенційних небезпек та загроз;

- знаходження способів запобігання їм, послаблення або ліквідації наслідків їх дії;

- знаходження сил і засобів, необхідних для забезпечення безпеки підприємства;

- організація взаємодії з правоохоронними та контролюючими органами з метою запобігання та припинення правопорушень, спрямованих проти інтересів підприємства;

- створення власної служби безпеки підприємства, що відповідає виявленим небезпекам та загрозам тощо.

Система економічної безпеки підприємства будується на певних принципах. Найважливіші з них:

- комплексність, або системність,
- пріоритет заходів попередження (вчасність),
- безперервність,
- законність,
- плановість,
- економічність,
- взаємодія,
- компетентність,
- поєднання гласності та конфіденційності.

Комплексність, або системність. Цей принцип передбачає створення такої системи безпеки, яка забезпечить захищеність підприємства, його майна, персоналу, інформації, різних сфер діяльності від будь-яких небезпек та загроз, непередбачуваних



обставин. Тобто система безпеки, її складові елементи, сили, засоби повинні бути достатніми, щоб забезпечити економічну, екологічну, науково-технічну, кадрову, пожежну та інші види безпеки [6, с.160].

Пріоритет заходів попередження (вчасність). Система безпеки повинна бути побудована таким чином, щоб вона могла на ранніх стадіях виявляти різноманітні деструктивні фактори, вживати заходи щодо попередження їх шкідливого впливу та нанесення збитків підприємству. Реалізація даного принципу економічно значно вигідніша, ніж усунення завданої шкоди [6, с.160].

Безперервність. Система безпеки повинна бути побудована таким чином, щоб вона діяла, постійно захищаючи інтереси підприємства в умовах ризику та протидії зловмисникам [6, с.161].

Законність. Вся робота із забезпечення безпеки підприємства повинна здійснюватись на основі чинного законодавства та не суперечити йому. Ті заходи безпеки, що розробляються на самому підприємстві, також повинні здійснюватись в межах чинних правових норм [6, с.163].

Плановість. Даний принцип вносить організованість у функціонування системи безпеки. Він дозволяє кожному учаснику процесу діяти логічно послідовно, чітко виконуючи покладені на нього обов'язки та вирішуючи поставлені перед ним завдання. Діяльність із забезпечення безпеки організується на основі єдиного задуму, що викладений в комплексній програмі та конкретних планах за окремими напрямками та видами безпеки [6, с.165].

Економічність. Система безпеки повинна бути побудована таким чином, щоб витрати на її забезпечення були економічно доцільними, а вартість витрат повинна бути оптимальною та не перевищувати той рівень, при якому втрачається економічна доцільність їх застосування [6, с.166].

Взаємодія. Для забезпечення безпеки підприємства необхідно, щоб зусилля всіх осіб, що її забезпечують, підрозділів, служб були скоординованими. Всі учасники даного процесу повинні взаємодіяти один з одним. Вони повинні чітко знати, хто за що несе відповідальність і яку роботу виконує. Від узгодженості діяльності всіх учасників процесу залежить успіх справи, кінцевий результат та досягнення поставленої мети.

Принцип взаємодії передбачає також встановлення тісних ділових зв'язків та узгодження дій із зовнішніми організаціями (правоохоронними органами, місцевими та районними службами безпеки, органами влади тощо), що здатні надати необхідну допомогу в забезпеченні безпеки підприємства [6, с.168].

Поєднання гласності та конфіденційності. Система основних заходів безпеки повинна бути відома всім співробітникам підприємства, з метою забезпечення безпеки її вимоги повинні виконуватись. Це дозволить вчасно виявити потенційні і реальні небезпеки та загрози та запобігти їм. Одночасно цілий ряд способів, сил, засобів, методів забезпечення безпеки повинні бути засекречені та відомі лише вузькому колу осіб. Це дає можливість більш ефективно боротися як з внутрішніми, так і з зовнішніми загрозами, вчасно запобігати нанесенню шкоди підприємству [6, с.172].

Компетентність. Питання забезпечення безпеки підприємства є не другорядним, а життєво необхідним. В результаті дій зловмисників, недобросовісної конкуренції, прийняття дуже ризикованих рішень тощо підприємству може бути нанесено непоправної шкоди, тому питаннями забезпечення безпеки підприємства повинні займатись професіонали, що знають суть проблеми, вміють вчасно оцінити ситуацію та прийняти правильне рішення [6, с.176].

**Висновки та напрямки подальших досліджень.** Таким чином, забезпечення економічної безпеки підприємств фумігації характеризується заходами протидії негативному впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища. Розглянута модель забезпечення безпеки підприємств враховує цілі і завдання, загрози, ризики, а також основні напрямки, за допомогою яких можна протистояти руйнівному впливу на господарську діяльність суб'єктів фумігаційної сфери.

Реалізація запропонованих заходів для підприємств фумігації дозволить забезпечити їх стійкість на споживчому ринку, поліпшить якість управління і прийняття відповідних рішень, а також забезпечить розвиток на довгострокову перспективу.

На нашу думку, напрямки подальшого дослідження в цій сфері - оцінка ефективності моделей забезпечення економічної

безпеки фумігаційних підприємств і перевірка їх дієздатності на практиці.

### *Література*

1. Шемаєва Л.Г. Забезпечення економічної безпеки підприємства на основі управління стратегічною взаємодією із суб'єктами зовнішнього середовища: монографія. – К.: НІПМБ, 2014. – 204 с

2. Козаченко А.В., Пономарьов В.П., Ляшенко А.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: монографія. – К : Лібра, 2013. – 280 с.

3. Логутова Т.Г., Нагаєвський Д.І. Економічна безпека підприємства: сутність, завдання і методи забезпечення // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: зб. науч. праць. – Маріуполь, 2011. – Т. 2. – С. 204-207.

4. Шалагін Д. А. Методологічні основи формування економічної безпеки підприємства // Вісник Білоруського національного технічного університету. – 2010. – № 1. – С. 98-102.

5. Григорук С.С. Формування механізму управління економічною безпекою підприємства: автореф. дис. ... к.е.н. – К., 2015. – 21 с.

6. Грунин О.А., Грунин С.О. Экономическая безопасность организации. – СПб.: Питер, 2013. – С. 160-176.

1. Shemayeva L.H. Zabezpechennya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva na osnovi upravlinnya stratehichnoyu vzayemodiyeyu iz sub"yektamy zovnishn'oho seredovyshcha: monohrafiya. – K.: NIPMB, 2014. – 204 s

2. Kozachenko A.V., Ponomar'ov V.P., Lyashenko A.M. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: sutnist' ta mekhanizm zabezpechennya: monohrafiya. – K : Libra, 2013. – 280 s.

3. Lohutova T.H., Nahayevs'kyu D.I. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: sutnist', zavdannya i metody zabezpechennya // Teoretychni ta praktychni aspekty ekonomiky ta intelektual'noyi vlasnosti: zb. nauch. prats'. – Mariupol', 2011. – Т. 2. – S. 204-207.

4. Shalahin D. A. Metodolohichni osnovy formuvannya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva // Visnyk Bilorus'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. – 2010. – # 1. – S. 98-102.

5. Hryhoruk S.S. Formuvannya mekhanizmu upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu pidpryyemstva: avtoref. dys. ... k.e.n. – K., 2015. – 21 s.

6. Hrunyn O.A., Hrunyn S.O. Экономическая безопасность орhанизации. – SPb.: Pyter, 2013. – S. 160-176.

**Рецензент:** Балджи М. Д., д.е.н., професор кафедри економіки, права та управління бізнесом Одеського національного економічного університету

9.11.2017

## НАШІ АВТОРИ

*Балджи Марина Дмитрівна* – д.е.н., професор, професор кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет

*Банчуковська Руслана Олегівна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Безверха Ірина Анатоліївна* – аспірант кафедри міжнародної торгівлі Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

*Головацька Світлана Іванівна* – к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, Львівський торговельно-економічний університет

*Жбанкова Анастасія Михайлівна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Заїмкіна Христина Вадимівна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Карпов Володимир Анатолійович* – к.е.н., професор кафедри економіки, права та управління бізнесом, Одеський національний економічний університет

*Кодрик Альона Сергіївна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Кокош Сергій Петрович* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Короленко Наталія Валеріївна* – к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Одеський національний економічний університет

*Курак Анастасія Іванівна* – аспірант, Львівський торговельно-економічний університет

*Розенберг Валентина Олександрівна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Садовнік Ірина Ігорівна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Слатвінська Марина Олександрівна* – к.е.н., доцент кафедри фінансів, Одеський національний економічний університет

*Слюсарь Марія Вячеславівна* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Сментина Наталія Валентинівна* – д.е.н., зав. кафедри економіки, права та управління бізнесом Одеського національного економічного університету

*Томашен Вадим Валерійович* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Тригуб Кристина Сергіївна* – аспірантка кафедри економічної теорії та маркетингу, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

*Хамініч Світлана Юріївна* – д.е.н., професор кафедри економічної теорії та маркетингу, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

*Хомутенко Алла Віталіївна* – к.е.н., доцент кафедри фінансів, Одеський національний економічний університет

*Чубенко Михайло Олександрович* – магістр, Одеський національний економічний університет

*Шевченко Ганна Сергіївна* – магістр, Одеський національний економічний університет

## ДЛЯ НОТАТОК

Матеріали номера друкуються мовою оригіналу

**НАУКОВИЙ ВІСНИК  
ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО  
УНІВЕРСИТЕТУ**  
*Збірник наукових праць*

**Наукове видання**

Видання збірника здійснено за рахунок авторів

За достовірність викладених фактів, цитат та інших  
відомостей відповідає автор

Підписано до друку за рекомендацією  
Вченої ради Одеського національного економічного  
університету  
30 серпня 2013 р. Протокол № 1

Замовлення № \_\_\_\_\_  
Підписано до друку 15.12.2017  
Формат 60 x 84 1/16  
Тираж 100 прим.  
Папір офсетний. Друк офсетний.  
Ум. друк. арк. 12,5