

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
ВИДАЄТЬСЯ ЩОКВАРТАЛЬНО

№ 1 (81)

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2017

Засновник
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

Науковий журнал "Економіка розвитку" видається з березня 2002 року, перереєстрований у зв'язку зі зміною назви засновника (Ресстраційний номер свідоцтва – КВ № 21173-10973 ПР від 23.01.2015 р.)

Науковий журнал "Економіка розвитку" включено до Переліку наукових фахових видань України (наказ Міністерства освіти і науки України від 12.05.2015 р. № 528, додаток 10).

Періодичне видання Науковий журнал "Економіка розвитку" включено до Каталогу видань України з доставкою. **Індекс видання – 49222.**

Web-сайт наукового журналу:
<http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/UER/index.html>

Web-сайти, на яких представлено науковий журнал:

- ✓ Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecoroz/index.html
- ✓ Научная электронная библиотека: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=32869
- ✓ DOAJ – Directory of Open Access Journals: <http://www.doaj.org/doaj?func=openurl&genre=journal&issn=16831942>
- ✓ BASE – Bielefeld Academic Search Engine: <http://www.base-search.net/Search/Results?lookfor=url%3Aed.ksue.edu.ua&refid=dclink>
- ✓ WorldCat: http://www.worldcat.org/title/economics-of-development/oclc/774086872&referer=brief_results
- ✓ Index Copernicus International S.A.: <http://journals.indexcopernicus.com/passport.php?id=7897>
- ✓ The Asian Education Index: http://www.asian-education-index.com/business_index_E.php
- ✓ Ulrichsweb™ Global Serials Directory: <http://ulrichsweb.serialssolutions.com>

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

ECONOMICS OF DEVELOPMENT

березень 2017 р. № 1 (81)
Затверджено на засіданні вченої ради університету.
Протокол № 6 від 06.03.2017 р.

Редакційна колегія

Пономаренко В. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Гавкалова Н. Л. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Гонтарева І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (науковий редактор)

Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дороніна М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дорохов О. В. – докт. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Іванов Ю. Б. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України

Клебанова Т. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Козьменко О. В. – докт. екон. наук, професор Української академії банківської справи Національного банку України
Колодієв О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Криворотов В. В. – докт. екон. наук, професор Уральського федерального університету імені першого Президента Росії Б. Н. Ельцина (Россія)

Левикін В. М. – докт. техн. наук, професор Харківського національного університету радіоелектроніки
Лутай Л. А. – докт. екон. наук, професор Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Нижегородцев Р. М. – докт. екон. наук, зав. лабораторією Інститута проблем управління РАН (Россія)

Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Отенко І. П. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (заступник головного редактора)
Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пушкарь О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Расенка О. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Чернов В. Г. – докт. екон. наук, професор Владимирського державного університету (Россія)

Чухрай Н. І. – докт. екон. наук, професор Національного університету "Львівська політехніка"
Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Chauchat Jean-Hugues – Professeur (HDR) de l'Université Lumière Lyon2 (France)
Chen Wei – PhD, Professor, Hebei University of Science and Technology (China)
Gang Fan – Dr., Professor, Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences; Director of China's National Economic Research Institute (China)
Hofshäbler Hannes – Professor, Upper Austria University of Applied Sciences (Austria)
Hollner Helmut – FH-Prof. DL Dr Techn University of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)
Kalashnikov Vitaliy – Economy Doctor (ED), Assistant Professor, Universidad Autónoma de Nuevo León (Mexico)
Ohrimenco Serghei – Dr. Sc. (Econ.), Professor, Academy of Economic Studies (Moldova)
Pucher Robert – FH-Prof. DL Dr Techn, University of Applied Sciences FH "Technikum Wienn" (Austria)
Sarkisyan Agop – PhD, D.A., Tsenov Academy of Economics (Bulgaria)
Solarz Jan Krzysztof – Prof. nadzw. dr hab., Akademia finansów, Warszawa (Poland)
Vulanovic Milos – PhD, Assistant Professor of Finance, Western New England University (USA)
Wackowski Kazimierz – Prof. nadzw. dr hab., Politechnika Warszawska (Poland)
John (Jack) William McNeill – PhD, Professor of Anthropology and Intercultural Studies, Providence University College (Canada)
Irina Yatskiv – Dr. Sc. Eng., Vice rector, Professor, Transport and Telecommunication Institute (Latvia)
Duro Benic – PhD, Full Professor with tenure, University of Dubrovnik (Croatia)
Christine Cooper – PhD MSc BA (Hons), Professor, University of Strathclyde, Glasgow (UK)
Dalia Streimikiene – Dr., Professor, Lithuanian Energy Institute, Vilnius University Kaunas Faculty of Humanities (Lithuania)
Mirjana Pejic Bach – Full Professor, University of Zagreb (Croatia)
Borut Jereb – PhD, Associate Professor, University of Maribor (Slovenia)
Mimo Draskovic – PhD, Maritime Faculty of Kotor (Montenegro)
Filip Stanislav – PhD, Associate Professor, 1st Vice-Rector for Foreign Affairs and PR of the Higher School of Economics and Public Administration Management (Slovak Republic)
Ryszard Pukala – PhD, Vice-Rector for Students' Affairs, Bronislaw Markiewicz State School of Technology and Economics (Poland)

- Науковий журнал є журналом із відкритим доступом згідно з визначенням BOAI.
- Статті для публікації в науковому журналі відбираються на умовах подвійного сліпого ("сліпого") рецензування.
- Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
- Редакція може публікувати статті в порядку обговорення, не поділяючи точки зору авторів.
- У разі передрукування матеріалів посилання на "Економіку розвитку" обов'язкове.

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2017
© Науковий журнал "Економіка розвитку", 2017
© ХНЕУ ім. С. Кузнеця, дизайн обкладинки, 2017

Зміст

Механізм регулювання економіки

N. Lysytsya, T. Prytychenko, O. Gron. Prospects of Marketing of Economic Educational Services in Ukraine	5
Колодизев О. Н. Реализация конкурентных преимуществ экономики Украины на этапе региональной кооперации стран Восточной Европы (в двух частях)	15
Внукова Н. М., Давиденко Д. О. Збалансований підхід інвестора до вибору об'єкта житлової нерухомості	24
І. Длугош, М. Ващенко. Способи незаконного отримання ПДВ у Польщі	31
Сибірцев В. В. Розвиток інституціональної складової державного регулювання збалансованості національного ринку праці	39
Панчишин С. М., Гринькевич О. С. Поняттєвий апарат інституційного аналізу конкурентоспроможності системи вищої освіти	50

Економіка підприємства та управління виробництвом

Проноза П. В., Ромашова Я. В. Сучасні проблеми машинобудівної галузі України на прикладі великих промислових підприємств Харківської області	59
Васюткіна Н. В., Зуй М. О. Комплексний підхід до визначення складових частин екологічного маркетингу в системі управління сталим розвитком підприємства	68
Гонтарева І. В. Управління ефективністю діяльності та розвитку агропромислових формувань	77
Чернявська І. М. Модель визначення результативності організаційно-управлінських інновацій	83

Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці

Мартиненко М. В. Методичний підхід до визначення типу корпоративної культури у процесі управління знаннями підприємства	91
--	----

Contents

Economics Regulation Mechanism

N. Lysytsya, T. Prytychenko, O. Gron. Prospects of Marketing of Economic Educational Services in Ukraine	5
O. Kolodizlev. Implementation of Competitive Advantages of the Economy of Ukraine at the Stage of Regional Cooperation of the Eastern Europe Countries (in two parts)	15
N. Vnukova, D. Davidenko. A Balanced Approach of the Investor to the Selection of a Residential Property Object.....	24
J. Dlugosh, M. Vashchenko. The Ways of Illegal Obtaining VAT in Poland.....	31
V. Sybirtsev. The Improvement of the Institutional Component of the State Regulation of the National Labor Market Balance.....	39
S. Panchyshyn, O. Hrynkevych. The Conceptual Apparatus for Institutional Analysis of the Higher Education System Competitiveness	50

Economics of Enterprise and Production Management

P. Pronoza, Ya. Romashova. Current Problems of Ukraine's Machine-Building Industry: the Case of Large Industrial Enterprises of Kharkiv Region.....	59
N. Vasiutkina, M. Zuy. A Comprehensive Approach to the Determination of the Environmental Marketing Components in the Management System of the Enterprise Sustainable Development.....	68
I. Gontareva. Managing Activity and Development Efficiency of Agro-Industrial Groups.....	77
I. Cherniavska. The Model Assessing the Organizational and Administrative Innovation Effectiveness.....	83

Mathematical Methods, Models and Information Technologies in Economics

M. Martynenko. The Methodical Approach to Determining the Type of Corporate Culture in the Process of Knowledge Management.....	91
--	----

*Когда наука достигает какой-либо вершины,
с нее открывается обширная перспектива
дальнейшего пути.*

С. И. Вавилов

Механізм регулювання економіки

УДК 339.138

JEL Classification: A13

PROSPECTS OF MARKETING OF ECONOMIC EDUCATIONAL SERVICES IN UKRAINE

**N. Lysytsya
T. Prytychenko
O. Gron**

The prospects of marketing of economic educational services in Ukraine have been analyzed. On the basis of statistical data about the popularity of education institutions providing economic specialities, the most successful institutions have been defined by experts who study ratings of institutions. In spite of the fact that ratings of higher education institutions and economic faculties of universities in Ukraine are high enough, there is competition between higher education institutions. It makes the choice of a higher education institution difficult for the entrants. The increase of demand for professionals in the sphere of economics has been proved. As far as demand for highly qualified specialists in the sphere of economics depends to a certain degree on the number of enterprises, the dynamics of change in their number in the period of 2011 – 2016 has been presented. The use of the possibilities of developing skills in the spheres of digital and content marketing and new forms of teaching in higher education institutions has been suggested. That will make it possible to develop the qualities which are in demand in the labor market. Marketing research on the educational services will provide good reputation of higher education institutions and prerequisites for the influence on forming the values of students.

The questionnaire method has been used to gather the data about the motives and criteria of choice of the educational service. The method of content analysis allowed the authors to define the prospects of marketing of educational services.

The motives and criteria evaluated by respondents of Ukraine as those which have certain significant distinctions have been revealed. The distinctions allowed offering recommendations for improvement of economic education and marketing of the economic educational service. The set of recommendations can be used in the process of promotion of the economic educational service. It will be a convincing stimulus for attracting consumers, forming reputation of a higher education institution and providing competences which are in demand among employers.

Keywords: *economic educational service, criteria, motives, rating, demand in the labor market, employers.*

ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГУ ЕКОНОМІЧНИХ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

**Лисиця Н. М.
Притиченко Т. І.
Гронь О. В.**

Проаналізовано перспективи маркетингу економічних освітніх послуг в Україні. На основі статистичних даних про популярність ВНЗ, які пропонують навчання економічних спеціальностей, визначено найбільш успішні, на думку експертів, що вивчають рейтинг вищих навчальних закладів. Незважаючи на те, що рейтинги

економічних вузів та економічних факультетів університетів в Україні досить високі, спостерігають конкуренцію між вузами, що ускладнює вибір ВНЗ майбутніми абітурієнтами. Обґрунтовано зростання потреби у професіоналах у сфері економіки. Оскільки потреба у висококваліфікованих фахівцях у сфері економіки до певної міри залежить від кількості підприємств, подано динаміку змін їхньої кількості за період 2011 – 2016 рр. Запропоновано використання можливостей розвитку навичок у сферах дигітального та контент-маркетингу, а також нових форм навчання у вищих навчальних закладах, що дозволить розвинути якості, затребувані на ринку праці. Маркетингові дослідження освітніх послуг забезпечать гідну репутацію ВНЗ і передумови для впливу на формування цінностей студентів.

Метод опитування було використано для збирання даних про мотиви та критерії вибору освітньої послуги. Метод контент-аналізу дозволив визначити перспективи маркетингу освітніх послуг.

Виявлено мотиви та критерії, оцінені респондентами в ряді міст України як такі, що мають достовірно значущі відмінності. Перелічені відмінності дозволили запропонувати рекомендації для поліпшення економічної освіти та маркетингу економічної освітньої послуги. Сукупність рекомендацій може бути використано у процесі просування економічної освітньої послуги, що стане переконливим стимулом для залучення споживачів, формування репутації вищих навчальних закладів, забезпечення компетентностей, затребуваних роботодавцями.

Ключові слова: економічна освітня послуга, критерії, мотиви, рейтинг, затребуваність на ринку праці, роботодавці.

ПЕРСПЕКТИВЫ МАРКЕТИНГА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УКРАИНЕ

**Лисица Н. М.
Притыченко Т. И.
Гронь А. В.**

Проанализированы перспективы маркетинга экономических образовательных услуг в Украине. На основе статистических данных о популярности вузов, предлагающих обучение экономическим специальностям, определены наиболее успешные, по мнению экспертов, изучающих рейтинге вузов. Несмотря на то, что рейтинги экономических вузов и экономических факультетов университетов в Украине достаточно высокие, наблюдается конкуренция между вузами, что осложняет выбор вуза будущими абитуриентами. Обосновано возрастание потребности в профессионалах в сфере экономики. Поскольку потребность в высококвалифицированных специалистах в сфере экономики до определенной степени зависит от количества предприятий, представлена динамика изменений их количества за период 2011 – 2016 гг. Предлагается использование возможностей развития навыков в сферах дигитального и контент-маркетинга, а также новых форм обучения в вузах, что позволит развить качества, востребованные на рынке труда. Маркетинговые исследования образовательных услуг обеспечат достойную репутацию вузам и предпосылки для влияния на формирование ценностей студентов.

Был использован метод опроса для сбора информации о мотивах и критериях выбора образовательной услуги. Метод контент-анализа позволил определить перспективы маркетинга образовательных услуг.

Вявлены мотивы и критерии, которые оценены респондентами в ряде городов Украины как имеющие достоверно значимые отличия. Перечисленные отличия позволили предложить рекомендации по улучшению экономического образования и маркетинга экономической образовательной услуги. Совокупность рекомендаций может быть использована в процессе продвижения экономической образовательной услуги, что станет убедительным стимулом для привлечения потребителей, формирования репутации вуза, обеспечения компетентностей, востребованных работодателями.

Ключевые слова: экономическая образовательная услуга, критерии, мотивы, рейтинг, востребованность на рынке труда, работодатели.

Institutional changes in society, as a consequence, are always accompanied by new trends in the education system. Innovations today are due to the features peculiar

to different levels of education. At the macro level – the lack of stability in the society, on the one hand, and the opening of borders, on the other hand, provided an impetus

for the heterogeneous occupational choices of high school graduates. Graduates aspire to fundamental education, career opportunities, demand not only in the domestic market but also in the international market. At the meso-level, there is a glut of offerings from universities to those who wish to receive legal economic education and a distinct lack of specialities, providing engineering education, weak and unconvincing advertising, forming information space earmarked for students. Such information creates chaos in the perception of professional career prospects for school-leavers. At the micro level, the choice of a future profession takes place on the basis of criteria which were often studied as decision-making incentives – "profitability and prestige". Nevertheless, the modern applicant, seeker of a master's degree, pays more attention to not only the prestige and profitability of a future trades, but also to the learning process, the patterns of behavior of teachers, the prospects of acquisition of competences that will provide career growth in any professional activity, the demand in the labor market, reputation and university rankings. Innovation in the supply of knowledge, development of skills and habits in the future profession, views and requirements of employers become important settings in the orientation of graduates choosing professions.

Scientists are increasingly turning to the study of motivation of choosing professions, study of values, which become the incentives of decision-making when it is necessary to decide on a future career.

They are interested in the reason for studying Economics [1], some scientists analyze the ways of learning Economics by going to the movies [2]. Other scientists focus on financial literacy while teaching Economics [3]. Problem-based learning is suggested as a separate tool of teaching Economics [4]. The most advanced trend is combined with students' perception of the prospect of economic education [5].

The main problems in the development of the education market and their causes are considered in the works of domestic and foreign scientists, among whom we see V. Dmitriyev [6], I. Zakharova [7], Ju. Ivanov [8], S. Illiashenko [9], O. Karpiuk [10], H. Chkalovska [11], I. Zharska [12], and others. However, the change of the main trends in the development of education (decrease in the number of school leavers, increasing competition among universities, opportunities to study abroad) require in-depth and comprehensive monitoring of the market of educational services, which makes the article topical.

The aim of the article is to identify the prospects of marketing of economic educational services.

To achieve the aim we suggest solving the following tasks:

- 1) to identify the main motives of choice of the future economic speciality in Ukraine;
- 2) to justify the dependence of choice of economic specialities on the set of criteria against which the economic education is favored;
- 3) to make recommendations to ensure the popularity of the economic educational service in accordance with

the features of the educational process which help to achieve success in professional activities.

The market of educational services is the environment and the world of production, promotion, sale and consumption of educational services. According to the authors the market of educational services is the material relationships between the participants of the educational process: those who study (pupils, students, trainees), organizations that provide educational services, as well as individuals and legal entities that pay for them and regulate them [12].

According to the official government statistics [13] in the 2015/2016 academic year, there were 288 higher education institutions of accreditation levels III – IV in Ukraine.

The number of universities since the moment of independence of Ukraine, for various reasons has been constantly changing (Table 1).

Table 1

The number of higher education institutions of III – IV levels of accreditation in Ukraine in the period from 2010 to 2015 (based on [13])

School year	The number of universities	
	Units	% to the previous year
2010/11	349	99.7
2011/12	345	98.9
2012/13	334	96.8
2013/14	325	97.3
2014/15 ¹	277	85.2
2015/16 ¹	288	104.0

¹ Excluding the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of the Crimea, Sevastopol, and part of the zone of the antiterrorist operation.

As seen in Table 1, the number of universities of accreditation levels III – IV is gradually decreasing. According to the State Statistics Committee [13] we can observe the dynamics of students and graduates, which shows the trends in the education market development (Table 2)

Table 2

The number of students in higher education institutions of accreditation levels III – IV in the period from 2010 to 2016 in Ukraine (compiled on the basis of [13])

School year	The number of students		The number of enrolled students		Graduates	
	thousand people	% to the previous year	thousands of people	% to the previous year	thousand people	% to the previous year
1	2	3	4	5	6	7
2010/11	2129.8	94.9	392.0	105.8	543.7	103.1
2011/12	1954.8	91.8	314.5	80.2	529.8	97.4

Table 2 (the end)

1	2	3	4	5	6	7
2012/13	1824.9	93.4	341.3	108.5	520.7	98.3
2013/14	1723.7	94.5	348.0	102	485.1	93.2
2014/15 ¹	1438.0	83.4	291.6	83.8	405.4	83.6
2015/16 ¹	1375.2	95.6	259.9	89.2	374.0	92.3

¹ Excluding the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of the Crimea, Sevastopol and part of the zone of the antiterrorist operation.

By the number of enrolled students, we can trace the unstable trend. The lowest number of students was enrolled in higher education institutions in the 2015/2016 academic year (259.9). Starting with the 2011/2012 academic year

the number of graduates has been decreasing. It should be noted that the demand for specialists in economics directly depends on the trends and the vector of economic development of the country. The main macroeconomic indicators are GDP and GDP per capita. Tables 3 and 4 show the dynamics of changes of these indicators in Ukraine in the period from 2010 to 2015.

A significant decline in the GDP in the dollar equivalent can be seen in 2014 and 2015, which is a consequence of the crisis in the Ukrainian economy. A similar trend is observed in terms of the GDP (in USD) per capita.

The need for highly qualified professionals and, above all, of economic specialties, depends on the number of enterprises and their changing dynamics. Table 5 shows the dynamics of the number of legal entities (enterprises, institutions, organizations) in Ukraine in the period from 2011 to 2016 as of the beginning of the year.

Table 3

The dynamics of Ukraine's GDP from 2010 to 2015 [14]

Year	Nominal GDP			GDP (USD)		
	UAH, mln	Change compared with the previous year (+, -) UAH, mln	Change compared with the previous year (+, -), %	USD, mln	Change compared with the previous year (+, -) USD, mln	Change compared with the previous year (+, -), %
2010	1 082 569	+169 224	+18.5 %	136 419	+19 192	+16.4 %
2011	1 316 600	+234 031	+21.6 %	163 160	+26 740	+19.6 %
2012	1 408 889	+92 289	+7.0 %	175 781	+12 622	+7.7 %
2013	1 454 931	+46 042	+3.3 %	183 310	+7 529	+4.3 %
2014	1 566 728	+111 797	+7.7 %	131 805	-51 505	-28.1 %
2015	1 979 458	+412 730	+26.3 %	90 615	-41 190	-31.3 %

Note. Nominal or absolute GDP is expressed in current (actual) prices of the given year. Due to inflation, a rise in prices and tariffs there has been unsustainable growth of this indicator since 2010.

Table 4

The dynamics of GDP per capita in Ukraine from 2010 to 2015 [14]

Year	Nominal GDP per capita			GDP per capita			*Population (thousands of people)
	UAH, mln	Change compared with the previous year (+, -), UAH, mln	Change compared with the previous year (+, -), %	USD, mln	Change compared with the previous year (+, -), USD, mln	Change compared with the previous year (+, -), %	
2010	23 600,4	+3 768.1	+19.0 %	2 974.0	+428.5	+16.8 %	45 870.7
2011	28 813,9	+5 213.4	+22.1 %	3 570.8	+596.8	+20.1 %	45 693.3
2012	30 912,5	+2 098.6	+7.3 %	3 856.8	+286.1	+8.0 %	45 576.7
2013	31 988,7	+1 076.2	+3.5 %	4 030.3	+173.5	+4.5 %	45 482.7
2014	35 834,0	+3 845.3	+12.0 %	3 014.6	-1 015.7	-25.2 %	43 721.8
2015	46 210,2	+10 376.1	+29.0 %	2 115.4	-899.2	-29.8 %	42 836.0

* On average per year

Table 5

The number of legal entities in Ukraine
(based on [15])

Year	The number of enterprises	Change (+, -)	Change, %
2011	1 012 993		
2012	1 043 595	30 602	+3.02
2013	1 067 599	24 004	+2.30
2014	1 100 278	32 679	+3.06
2015	1 072 945	-27 333	-2.48
2016	1 121 347	48 402	+4.32

The data in Table 5 indicate a reduction in the number of legal entities in Ukraine in 2015. However, in 2016 their number increased by 4,32 % (the highest percentage of growth during the period studied), which affects the increase in demand for specialists of various branches of knowledge. Out of the total number of higher education institutions of Ukraine about 200 universities provide economic educational services.

The economic specialties remain the most popular ones. This is due to the growing number of companies operating in various sectors of the economy, and all these companies need competent professionals: accountants, economists, auditors, marketologists, etc.

Specialized economic universities and economic faculties of universities in Ukraine are presented widely enough, and they are very popular. At the same time, the competition between various higher education institutions offering training in various economic specialties is quite high. Thus, the future university entrants have a fairly wide choice [16].

Let's consider the rankings of universities which offer economic educational services.

The rating of universities that have been training specialists in economics since 2007, was prepared by the journal "Money". The results of the rating in 2012 and 2015 are shown in Table 6. The main rating criteria were the "fame of the university" and the "opportunity to get effective hands-on experience of defending the diploma". So, the feature of this rating is that the quality of graduates' training is assessed by employers (representatives of personnel departments (HR) of large companies) [17].

The results of the rating for the given years show a decrease in the average score given by the employers to the universities (in 2012 the maximum score for the 1st place was 8.8, and in 2015 it was 7.93), i.e., the employers considered that the quality of training somewhat deteriorated. However, in 2015 the same universities as in 2012 made the first four of the best universities.

Since 2006, the ranking of universities "Top-200 Ukraine" has been made annually. This is the only academic rating in Ukraine accredited by the International Ranking Expert Group (IREG). The methodology of the "Top-200 Ukraine" rating is set out on the "EuroOsvita" Center website. On the basis of the use of the methodology, the data of universities and expert appraisals, the team "Top-200 Ukraine" made a rating of two hundred best universities in Ukraine in 2015/2016 [18].

For an integrated assessment of this rating (the maximum score is 100 points) the following indicators were selected: the quality of the research and teaching staff, the quality of education and international recognition.

The results of the rating "TOP-200 Ukraine" show that 9 universities, providing economic educational services made the top ten universities (Table 7).

Table 6

**The rating of economic specialties,
prepared by the journal "Money" in 2012 and 2015**

University name	Rating prepared by the journal "Money"			
	2012		2015	
	Average score	Place in the rating	Average score	Place in the rating
1. Kyiv National University named after Taras Shevchenko	8.6	3	7.93	1
2. Kyiv National University of Economics named after Vadym Hetman	8.8	2	7.40	2
3. National University "Kyiv-Mohyla Academy"	8.8	1	7.00	3
4. National Technical University "Kyiv Polytechnic Institute"	8.3	4	7.00	4
5. National University "Lviv Polytechnic"	6.2	8	5.93	5
6. Lviv National University named after Ivan Franko	6.7	5	5.40	6
7. Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics	6.3	7	5.00	7
8. Kharkiv National University named after Vasyl Karazin	6.0	10	4.93	8
9. National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"	5.8	12	4.73	9
10. National Aviation University	6.6	6	4.67	10

Table 7

Higher education institutions of Ukraine providing economic educational services included in the TOP-10 universities of the "TOP-200 Ukraine" in 2016

№	University name	Assessment of the quality of the research and teaching staff	Assessment of the quality of education	Assessment of international recognition	Assessment of the integral index of the university	Ranking
1.	The National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"	37.1584719	24.2733571	24.38991	85.8217352	1
2.	Kyiv National University named after Taras Shevchenko	37.69866054	20.8091084	23.19028	81.6980532	2
3.	Kharkiv National University named after Vasyl Karazin	19.72389684	14.6311752	15.05826	49.4133336	3
4.	National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"	18.19243329	9.44538221	18.11854	45.7563526	4
5.	National University "Lviv Polytechnic"	10.07411838	15.5719037	20.00258	45.6486064	5
6.	National Mining University	20.23740583	9.55270568	14.88076	44.6708729	6
7.	National University "Kyiv-Mohyla Academy"	13.03020291	17.3656142	14.1555	44.551315	8
8.	Lviv National University named after Ivan Franko	10.47689444	14.6627164	18.25808	43.3976934	9
9.	National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine	16.31640102	14.8704249	11.00018	42.1870072	10

It should be noted that there is a significant gap between the highest value of the index "assessment of the quality of the research and teaching staff" (37.7) and the lowest value (10.07) among nine universities given in Table 7 (more than 3.5 times). Therefore, the universities should pay special attention to this index. In continuation of the "TOP-200 Ukraine" the information educational resource "Osvita.ua" made a consolidated rating of higher education institutions of Ukraine for 2016 [19].

The most authoritative (among the experts and the media) national and international ratings of universities in Ukraine were used as the initial data for the consolidated rating. They use different criteria for assessment of higher education institutions. Thus, they obtained the aggregate rating that takes into account the rating of

universities according to the "Top-200 Ukraine", Scopus and Vebometrics.

The results of the rating of higher education institutions according to Scopus are based on the database indicators of Scopus, which is a tool for tracking citation of scientific articles published by the institution or its employees [20]. The criterion for assessment is the Hirsch index – a quantitative indicator based on the number of scientific publications and the number of citations.

In the process of rating, according to Vebometrics, the developers take into account the number of pages indexed by search engines, external references to it, the citation index of the resource, as well as the number of files downloaded at the website. Thus, the content and the information component of the institution web-site is assessed [21].

Table 8

Higher education institutions of Ukraine providing economic and educational services included in the TOP-10 universities of the consolidated rating of Ukrainian universities in 2016

University name	Place in the overall ranking +	TOP-200 Ukraine	Webometrics	Scopus	Final score
1	2	3	4	5	6
Kyiv National University named after Taras Shevchenko	1	2	1	1	4
Kharkiv National University named after Vasyl Karazin	2	3	3	2	8
National Technical University of Ukraine "Kyiv Polytechnic Institute"	3	1	2	6	9
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"	4	4	6	9	19
Lviv National University named after Ivan Franko	5	9	8	3	20
National University "Lviv Polytechnic"	6	5	9	10	24

Table 8 (the end)

1	2	3	4	5	6
Odessa National University named after Illia Mechnikov	7	17	10	4	31
Sumy State University	8	15	5	15	35
Chernivtsi National University named after Yuri Fedkovich	9	24	12	5	41
Dnipropetrovsk National University named after Oles Honchar	10	11	24	8	43

Five motives of the choice of a higher education institution were evaluated by respondents as the most important and having significant distinctions.

Students of Ukrainian universities (n = 1000 respondents) were offered a questionnaire to evaluate the motives and criteria for the choice of a higher education institution: 5 points for the most significant motives, 1 point for the least significant ones. Among the motives of the choice of a higher education institution there have been chosen 5 in which certain significant distinctions have been found. Fig. 1 presents the results of the

survey of the motives of the choice of a higher education institution when the most significant distinctions among the motives of the choice were taken into account.

Fig. 2 presents only those criteria which revealed certain significant distinctions in the answers of respondents in different cities. They show the prospects of promotion of economic education in Ukraine.

The average and generalized results of the choice of criteria by the respondents in different cities of Ukraine and in Ukraine in general are presented in Fig. 2.

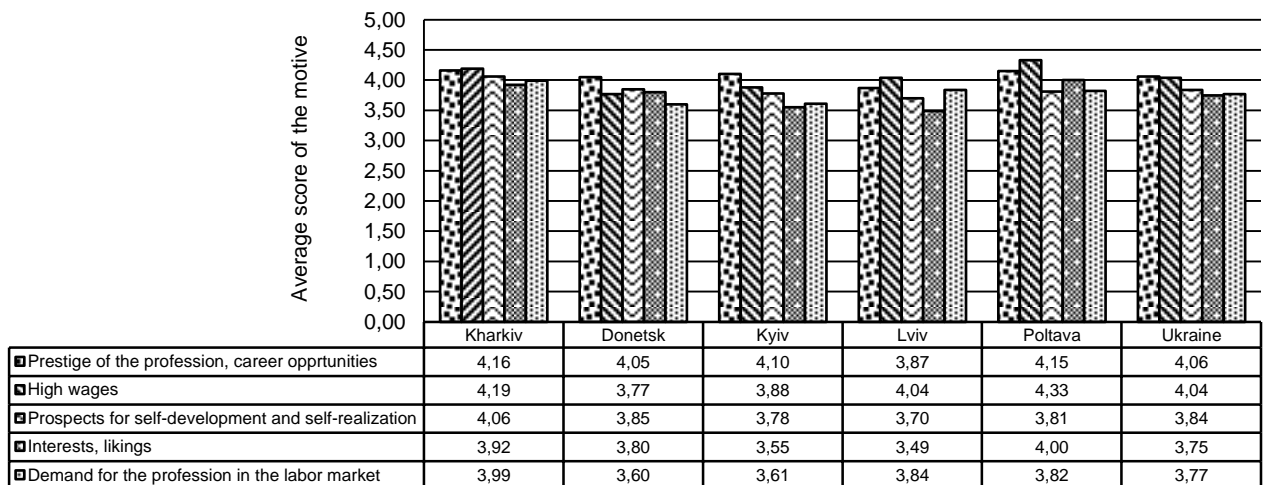


Fig. 1. The motives of the choice of a higher education institution

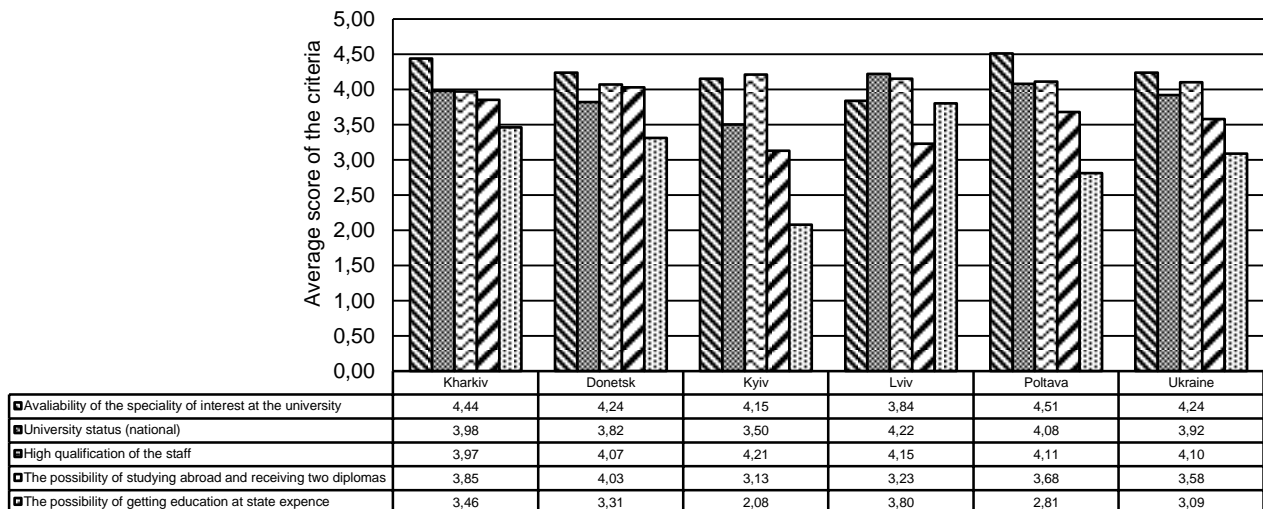


Fig. 2. The criteria for the choice of a higher education institution

The criteria, that have the highest rating among the students, significantly contribute to the promotion of economic education in Ukraine. High estimation of the criterion "The availability of the speciality of interest at the university" (4.24) by Ukrainian students demonstrates the need to develop, expand offerings of new areas of economic knowledge, commitment to agile marketing of educational services that meet the demands of employers. The popularity of such criteria as "university status (national)" (3.92) is a powerful argument in favor of the image, the reputation of the university, which, according to the students' choice, shapes public opinion and influences the final decision in a situation of information uncertainty. "High qualification of the staff" (4.10) is the criterion that students consider to be an important one when studying at university, and that justifies such a sequence. Perhaps this can be explained by a vast experience of dealing with the lecturers before entering the university, as well as by higher claims to the educational process. "The possibility of further studying abroad" (3.58) and "the possibility of getting education at state expense" (3.09) are perceived as the desired criteria, but not the main ones when choosing a university.

As can be seen from Fig. 1 and 2 the assessment of the criteria is more diverse than of the motives. The data presented in Fig. 1 and 2 can suggest a so-called complex classification of educational services made on the basis of analysis of motives and criteria which includes analytical, quantitative, prognostic, pragmatic classifications.

The classification of the economic educational service can be made analytically (reason – effect), quantitatively (demand – supply), prognostically (strategy – tactics), pragmatically (form – result). The economic educational service, as statistics shows, is actively offered to the consumer. The availability of economic specialities and higher education institutions of economics confirms the continued interest of consumers (school leavers) in the economic education. The economic education is not only the basis for survival in the 21st century, but also for a competent interpretation of everyday challenges, suggesting the image of consumers' life and, to a certain degree, a guarantee of competitiveness in the labor market. In search of an assistant, secretary, business managers of enterprises, companies, employers prefer candidates with economic or legal education (according to the review of the website "rabota.ua"). The representatives of these professions are more inclined to make analysis, take legitimate actions and do not require immediate additional training, which makes them more preferred among others.

The quantitative picture of economists of various specializations shows that the supply does not fully meet the demand. During the last decade the personnel were assessed not only based on such formal features as, for example, a diploma with honors, work experience in the professional field. Employers evaluate the signs of orientation to the development of dynamic capabilities (decision-making under uncertainty), skills at finding the right solutions without prior consulting, emotional control in risk situations, creative solutions that provide a competitive ad-

vantage of making profitable investments. Thus, the quality of employees becomes dominant in the selection of personnel. Therefore, there are a lot of proposals but the demand is observed for a certain segment of employees as shown by content analysis of the employers' website.

What are the prospects of promotion of economic educational services? What would be the best choice in the organization of marketing activities in the field of economic education – the diversification strategy or the "scout" strategy according to R. Miles and C. Snow? "The "scout" strategy uses business units mainly engaged in achieving growth through the active use of the new product – market opportunities" [22, p. 110]. The content analysis of the employers' website shows that strategies are less than tactics. "There are two strategies working: the strategy of the business-level "scout" and marketing strategy (diversification), which is characterized by vertical integration, integration of back and forth, diversification into related businesses and diversification into unrelated businesses" [22, p. 82]. The tactics are based on the organization of the educational process, following the rules that are practiced in the best universities of the world. An example of this can be the offer of a wide range of variable disciplines that the student chooses, joint master's programs of Ukrainian and foreign universities, establishment of contact with employers, invitation of the latter to participate in conferences, conducting master classes, workshops, lectures.

The economic education as a whole is prestigious, despite a slight decline in the popularity of higher education. Under the conditions of digital marketing, obtaining any information about the university is not a problem, as evidenced by the popularity of websites of universities and the involvement of the younger generation in digital marketing.

"There are only two key questions you need to answer when it comes to deciding whether or not your business needs a digital marketing strategy. They are: 1) Is my audience online / is it going to be online? If your customers use digital technology to research and/or purchase the products and services you provide, then you absolutely need to embrace digital marketing now in order to engage with them and retain them; 2) Are my products/services/brands suited to digital marketing? Typically it doesn't matter what your product, service or brand is: as long as you have established that there is a viable online audience for it, then you should be promoting it online. Consumers go online to research, evaluate and compare their choices" [23, p. 21].

Consumers ignore the traditional world of marketing. They often ignore magazine advertising, and now have become so adept at online searching when they are looking for the information about the products which are interesting to them.

Smart marketers know that traditional marketing is becoming less and less effective because they face with the audience of consumers who are generation Z. "Generation Z is used to devices, they are used to being entertained, and education has to respond to the new profile of this generation" [24].

Digital marketing is an interactive marketing which is used to organize communication with consumers. It does not only promote goods and services in the digital marketing environment, but forms loyalty of those consumers who are not involved in marketing and just use mobile phones, other devices to get the necessary information. This is the main difference between digital marketing and internet marketing. One more type of marketing is in demand – that is inbound marketing, Social networks which use content marketing create the basis for attracting consumer attention with the help of interesting content full of ideas which correspond to expectations of consumers, their values, their dreams, present and future demands [23].

Different and rational steps are possible for the solution of this task. In such a way real professional environment is created which the students – future graduates can face and demonstrate possible stereotypes of professional behavior. Presentations of well-known situations and evaluation of each phase of the situation can be suggested for the consumers to weigh the pros and cons and make a final decision on what should be done. Publications of the ratings of higher education institutions, positioning of the university or institute among the top ones is the best way to convince consumers to enter this university.

The following actions should be combined and realized to improve the economic educational service:

1. Provision of possibilities for development of skills in such spheres of professional activity as digital marketing, content marketing.

2. Advertising for new forms of teaching which will result in developing the qualities of personnel which are in demand in the labor market.

3. Inviting professional employers for delivering lectures.

4. Using new models of interaction in the triad "university – professor – student"; the university offers material and technological support and offers free choice of a number of professional subjects; the professor actively uses various forms of delivering lectures: traditional, interactive, inverted, providing the platform for development of argumentation skills. Students get rid of monotonous studying, improve the practice of negotiations and acquire the skills in agile marketing.

5. Association of success in professional activity and intentions to adapt to unpredictable situations in professional activity, creativity, innovations should be highly evaluated by employers.

6. Formation of university image as a basis for the university brand.

7. Starting marketing research which confirms the reputation of the university and creates prerequisites for the influence on students' values.

8. Formation of the opinion about economic education as a fundamental one for success and involvement in any other professional activity.

9. Stimulation of mobility and one more education as a perspective of finding work in the labor market.

10. Organizing the teaching process in mixed groups (students and employers of successful enterprises), will

be a way for raising qualification of the employers and finding the basis for developing mentoring skills. Students will be interested in the chance of studying with experienced employers and getting competences which are in demand in the labor market.

The article suggests the analysis of the prospects of marketing of the economic educational service on the basis of discovering the main motives and criteria for choosing the university and speciality by students. Only those motives and criteria have been presented which have certain significant distinctions, that define real ways for improvement of economic education with a view to providing a stable demand for the latter.

-
- References:** 1. Mearman A. Why do Students Study Economics? / A. Mearman, A. Papa, D. Webber // *Economic Issues*. – 2014. – Vol. 19, part 1. – P. 119–147. 2. Samaras M. Learn Economics by Going to the Movies / M. Samaras // *Journal of Education and Human Development*. – 2014. – Vol. 3, No. 2 (June). – P. 459–470. 3. Lusardi A. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence / A. Lusardi, O. S. Mitchell // *Journal of Economic Literature*. – 2014. – No. 52 (1). – P. 5–44. 4. Chulkov D. Problem-based learning in managerial economics with an integrated case study / D. Chulkov, D. Nizovtsev // *Journal of Economics and Economic Education Research*. – 2015. – Vol. 16, No. 1. – P. 188–197. 5. Meiriza M. S. Students' Perception on the Prospect of Economics Education Study Program / M. S. Meiriza // *Journal of Education and Practice*. – 2015. – Vol. 6, No. 28. – P. 144–151. 6. Дмитрієв В. Ю. Особливості ринку освітніх послуг у системі вищої освіти [Електронний ресурс] / В. Ю. Дмитрієв. – Режим доступу : http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vpuyysku/18/statti/dmitriev.htm. 7. Захарова И. В. Маркетинг образовательных услуг / И. В. Захарова. – Ульяновск : УлГТУ, 2008. – 170 с. 8. Іванов Ю. В. Конкуреноспроможність закладів вищої освіти споживчої кооперації на ринку освітніх послуг України [Електронний ресурс] / Ю. В. Іванов // Українська кооперація. – 2011. – № 4. – Режим доступу : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/num/ivanov.htm>. 9. Аналіз факторів, що впливають на споживчий вибір абітурієнтів на ринку освітніх послуг [Електронний ресурс] / С. М. Ілляшенко, Г. М. Конопелько, М. О. Неділько та ін. – Режим доступу : http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/44589/3/Illiashenko_kneu_2016.pdf. 10. Карпюк О. А. Аналіз та оцінка рівня освітніх послуг в Україні / О. А. Карпюк // *Вісник ЖДТУ*. – 2012. – № 3. – С. 74–79. 11. Чкаловська Г. З. Ефективність функціонування ринку освітніх послуг в Україні: проблеми та перспективи / Г. З. Чкаловська // *Сталий розвиток економіки*. – 2012. – № 3. – С. 59–64. 12. Жарська І. Сучасний стан і тенденції розвитку освітніх послуг в Україні: статистичні оцінки [Електронний ресурс] / І. Жарська, В. Неткова. – Режим доступу : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2404/1>. 13. Вищі навчальні заклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html. 14. ВВП України: структура и динамика (2002 – 2016) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://index.minfin.com.ua/index/gdp>. 15. Україна у цифрах / Ukrstat.org – публікація документів Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm. 16. Рейтинг экономических

вузов України [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://www.abiturient.in.ua/ru/rating/rating_dengi_ekonomist_2012. 17. Рейтинг вузов України – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : http://1c.abbyu.ua/files/download/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%B3%D0%B8_150312-5_p16-22-1.pdf. 18. Рейтинг вузов "ТОП-200 Україна" 2016 года [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51454>. 19. Консолидированный рейтинг вузов Украины 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51741>. 20. Рейтинг университетов по показателям Scopus 2016 года [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51053>. 21. Webometrics-2015: Интернет рейтинг вузов Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/45902>. 22. Маркетинговая стратегия. Курс MBA / О. Уолкер-мл., Х. Бойд-мл., Ж.-К. Ларше и др. ; пер. с англ. И. Ключева. – Москва : Вершина. – 2006. – 496 с. 23. Ryan D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation / D. Ryan, C. Jones. – London : Kogan Page Publishers, 2014. – 432 p. 24. Howe N. Millennials Rising: The Next Great Generation / N. Howe, W. Strauss. – New York : Vintage Books, 2000. – 432 p.

References: 1. Mearman A. Why do Students Study Economics? / A. Mearman, A. Papa, D. Webber // *Economic Issues*. – 2014. – Vol. 19, part 1. – P. 119–147. 2. Samaras M. Learn Economics by Going to the Movies / M. Samaras // *Journal of Education and Human Development*. – 2014. – Vol. 3, No. 2 (June). – P. 459–470. 3. Lusardi A. The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence / A. Lusardi, O. S. Mitchell // *Journal of Economic Literature*. – 2014. – No. 52 (1). – P. 5–44. 4. Chulkov D. Problem-based learning in managerial economics with an integrated case study / D. Chulkov, D. Nizovtsev // *Journal of Economics and Economic Education Research*. – 2015. – Vol. 16, No. 1. – P. 188–197. 5. Meiriza M. S. Students' Perception on the Prospect of Economics Education Study Program / M. S. Meiriza // *Journal of Education and Practice*. – 2015. – Vol. 6, No. 28. – P. 144–151. 6. Dmitriiev V. Yu. Osoblyvosti rynku osvitnikh posluh u systemi vyshchoi osvity [Electronic resource] / V. Yu. Dmitriiev. – Access mode : http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/dmitriiev.htm. 7. Zakharova I. V. Marketing obrazovatelnykh uslug / I. V. Zakharova. – Ulyanovsk : UIGTU, 2008. – 170 p. 8. Ivanov Yu. V. *Konkurentospromozhnist zakladiv vyshchoi osvity spozhyvchoi kooperatsii na rynku osvitnikh posluh Ukrainy* [Competitiveness of higher educational establishments of consumer cooperation in Ukraine's market of educational services] [Electronic resource] / Yu. V. Ivanov // *Ukrainska kooperatsiia*. – 2011. – No. 4. – Access mode : <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/num/ivanov.htm>. 9. Analiz faktoriv shcho vplyvaiut na spozhyvchy vybir abiturientiv na rynku osvitnikh posluh [Electronic resource] / S. M. Illiashenko, H. M. Konopelko, M. O. Nedilko et al. – Access mode : http://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/44589/3/Illiashenko_kneu_2016.pdf. 10. Karpiuk O. A. *Analiz ta otsinka rivnia osvitnikh posluh v Ukraini* [Analysis and evaluation of the level of educational services in Ukraine] / O. A. Karpiuk // *Visnyk ZhDTU*. – 2012. – No. 3. – P. 74–79. 11. Chkalovska H. Z. *Efektivnist funktsionuvannia rynku osvitnikh posluh v Ukraini: problemy ta perspektyvy* [The performance of the educational market in Ukraine: problems and prospects] / H. Z. Chkalovska // *Stalyi rozvytok ekonomiky*. – 2012. – No. 3. – P. 59–64. 12. Zharska I. Suchasnyi stan i tendentsii rozvytku osvitnikh posluh v Ukraini: statystychni otsinky [Electronic resource] / I. Zharska, V. Netkova. – Access mode : <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/>

123456789/2404/1. 13. Vysychi navchalni zaklady [Electronic resource]. – Access mode : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html. 14. VVP Ukrainy: struktura i dinamika (2006 – 2016) [Electronic resource]. – Access mode : <http://index.minfin.com.ua/index/gdp>. 15. Ukraina u tsyfrakh / Ukrstat. org – publikatsiia dokumentiv Derzhavnoi Sluzhby Statystyky Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm. 16. Rejting ekonomicheskikh vuzov Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : http://www.abiturient.in.ua/ru/rating/rating_dengi_ekonomist_2012. 17. Rejting vuzov Ukrainy – 2015 [Electronic resource]. – Access mode : http://1c.abbyu.ua/files/download/%D0%94%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%B3%D0%B8_150312-5_p16-22-1.pdf. 18. Rejting vuzov "TOP-200 Ukraina" 2016 goda [Electronic resource]. – Access mode : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51454>. 19. Konsolidirovanny reiting vuzov Ukrainy 2016 [Electronic resource]. – Access mode : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51741>. 20. Reiting universitetov po pokazatelyam Scopus 2016 goda [Electronic resource]. – Access mode : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/51053>. 21. Webometrics-2015: Internet rejting vuzov Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://ru.osvita.ua/vnz/rating/45902>. 22. Marketingovaya strategiya. Kurs MBA / O. Uolker-ml., Kh. Boyd-ml., Zh.-K. Larshe et al. ; per. s angl. I. Klyueva. – Moskva : Vershina. – 2006. – 496 p. 23. Ryan D. Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation / D. Ryan, C. Jones. – London : Kogan Page Publishers, 2014. – 432 p. 24. Howe N. Millennials Rising: The Next Great Generation / N. Howe, W. Strauss. – New York : Vintage Books, 2000. – 432 p.

Information about the authors

N. Lysytsya – Doctor of Sciences in Sociology, Professor of the Department of Economics and Marketing of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: nmva0908@gmail.com).

T. Prytychenko – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Marketing of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: tamivry@mail.ru).

O. Gron – PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Marketing of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: alexgron@mail.ru).

Інформація про авторів

Лисиця Надія Михайлівна – д-р соціол. наук, професор кафедри економіки та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: nmva0908@gmail.com).

Притиченко Тамара Іванівна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: tamivry@mail.ru).

Гронь Олександра Вікторівна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: alexgron@mail.ru).

Інформація об авторах

Лисица Надежда Михайловна – д-р соціол. наук, професор кафедри економіки і маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: nmva0908@gmail.com).

Притыченко Тамара Ивановна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу Харківського національного

економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: tamivry@mail.ru).

Гронь Александра Викторовна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки і маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: alexgron@mail.ru).

*Стаття надійшла до ред.
20.02.2017 р.*

УДК 339.137.2:332.1-048.87(4-11)

JEL Classification: F15; O31; P52

**РЕАЛИЗАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ
ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ НА ЭТАПЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ
КООПЕРАЦИИ СТРАН ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ
(в двух частях)**

Колодизев О. Н.

Условия функционирования глобальной рыночной среды диктуют необходимость активизации инновационной деятельности как наиболее эффективного способа повышения конкурентоспособности экономики страны и дальнейшего ее развития на интенсивной основе. Логическим обоснованием стратегического направления развития, в котором ключевая роль отводится инновациям, служат беспрецедентные успехи экономик высокоразвитых европейских стран и других стран мира, которые стали следствием практического внедрения инновационных моделей развития.

В первой части статьи представлена систематизация проблем развития кластеров, основанная на результатах обобщения европейского и международного опыта. Определены основные направления активизации кластерных инициатив, а также мероприятия по внедрению их в практику функционирования национальной экономики. Обоснована необходимость дальнейшего развития кластеров в качестве основного инструмента стимулирования развития инновационной деятельности предприятий с целью формирования необходимых условий для повышения уровня конкурентоспособности экономики.

Во второй части статьи рассмотрены возможные сценарии развития экономики Украины в проекции будущих 10 – 15 лет на базе концепции современного развития Восточной Европы. Представлены результаты анализа, которые получены путем сравнения различных вариантов региональной кооперации отдельных стран Восточной Европы, и определена позиция Украины в формировании необходимых возможностей дальнейшего развития ее экономики.

Ключевые слова: конкурентоспособность экономики, региональная кооперация, развитие кластеров, инновационная деятельность предприятий.

**РЕАЛІЗАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ
НА ЕТАПІ РЕГІОНАЛЬНОЇ КООПЕРАЦІЇ КРАЇН СХІДНОЇ ЄВРОПИ
(у двох частинах)**

Колодизев О. М.

Умови функціонування глобального ринкового середовища диктують необхідність в активізації інноваційної діяльності як найбільш ефективного способу підвищення конкурентоспроможності економіки країни

й подальшого її розвитку на інтенсивній основі. Логічним обґрунтуванням стратегічного напрямку розвитку, у якому ключову роль відіграють інновації, слугують безпрецедентні успіхи економік високорозвинених європейських країн та інших країн світу, які стали наслідком практичного впровадження інноваційних моделей розвитку.

У першій частині статті систематизовано проблеми розвитку кластерів на підставі результатів узагальнення європейського та світового досвіду. Визначено основні напрями активізації кластерних ініціатив, а також заходи щодо впровадження їх у практику функціонування національної економіки. Обґрунтовано необхідність у подальшому розвитку кластерів як основного інструмента щодо стимулювання розвитку інноваційної діяльності підприємств, із метою формування необхідних умов для підвищення рівня конкурентоспроможності економіки.

У другій частині статті розглянуто можливі сценарії розвитку економіки України у проекції майбутніх 10 – 15 років на базі концепції сучасного розвитку Східної Європи. Наведено результати аналізу, отримані шляхом порівняння різних варіантів регіональної кооперації окремих країн Східної Європи, і визначено позицію України у формуванні необхідних можливостей подальшого розвитку її економіки.

Ключові слова: конкурентоспроможність економіки, регіональна кооперація, розвиток кластерів, інноваційна діяльність підприємств.

.....

IMPLEMENTATION OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ECONOMY OF UKRAINE AT THE STAGE OF REGIONAL COOPERATION OF THE EASTERN EUROPE COUNTRIES (in two parts)

O. Kolodiziev

Operating conditions of the global market environment dictate the need for strengthening innovation as the most effective way to improve the competitiveness of the economy and further develop it on an intensive basis. The rationale for the strategic direction of development in which a key role is given to innovation is unprecedented success of economies of highly developed European countries and other countries of the world which resulted from the practical implementation of innovative models of development.

In the first part of the article systematization of cluster development problems has been presented, based on the results of the generalization of European and international experience. The basic areas for stimulating cluster initiatives, as well as measures for implementing them in the practice of the national economy has been determined. The necessity for further development of clusters as a key tool for stimulating the innovative activity of enterprises in order to create the necessary conditions for improving the competitiveness of the economy has been proved.

The second part contains the possible scenarios of development of the Ukrainian economy in the future 10 – 15 years on the basis of the concept of Eastern Europe modern development. The results of the analysis obtained by comparing the different options of regional cooperation of certain countries of Eastern Europe have been presented, and the position of Ukraine in the formation of the necessary capacity for further development of its economy has been determined.

Keywords: economy competitiveness, regional cooperation, development of clusters, innovation activities of enterprises.

.....

Часть 2 Формирование сценариев развития экономики Украины

В данной части статьи представлены возможные варианты дальнейшего использования результатов исследования, полученных на основе обобщения и систематизации опыта функционирования экономик высокоразвитых стран. Было определено, что одним из важ-

нейших заданий развития национальной экономики является повышение ее конкурентоспособности на основе реализации инновационной модели развития. Стимулирование инновационной деятельности реального сектора экономики через развитие кластеров (проанализированное в первой части) представляется возможным за счет адаптации и внедрения европейского опыта. В качестве приоритетной задачи государственной политики на современном этапе необходимо

считать формирование и реализацию комплекса мер по обеспечению стабильного функционирования всех подсистем национальной инновационной системы, в том числе и на основе реализации концепции векторной конвергенции.

На сегодняшний момент в ЕС принципиально достигнута унификация социальных прав и гарантий для населения всех стран-членов ЕС, полностью ликвидированы и технические границы на пути движения рабочей силы: созданы механизмы признания эквивалентности дипломов, обеспечен равный доступ к различным уровням и формам образования. Это позволяет с уверенностью отмечать, что Европейский Союз сегодня является общим рынком рабочей силы без реально существующих внутренних границ. В совокупности с другими демократическими свободами в его территориальных границах создаются условия для свободного предпринимательства субъектов хозяйствования всех стран-членов Европейского Союза.

Процессы евроатлантической интеграции в Польше, Венгрии, Чехии и Словакии, основное содержание которых заключается в переходе к западноевропейской модели рыночной экономики, демократизации системы политических институтов, а также во вхождении в международные и наднациональные структуры, в научной литературе нередко характеризуются как стадия трансформации.

По мнению многих исследователей, согласно результатам проведенных теоретических дискуссий, принято считать посткоммунистическую модернизацию не окончательно завершенной, а социально-экономические преобразования, осуществленные в течение последних двух десятилетий, пока не позволяют говорить о преодолении рубежа между старой и новой Европой [21].

При этом с точки зрения успешности интеграционного взаимодействия с западноевропейскими партнерами, очевидно, что далеко не все добились одинаковых результатов – за последние 20 лет в процессе перемен самых больших достижений добились страны Вышеградской четверки, а также Словения. Успешный опыт региональной кооперации в рамках группы стран "четверки" обусловлен наличием глубинных культурно-исторических связей между ее участниками, которые в значительной степени поспособствовали их адаптации в новых реалиях развития и сотрудничества, при этом выступая в качестве функциональной платформы для их успешной совместной интеграции в структуры ЕС.

Кластерный подход к обеспечению условий регионального промышленного развития положен в основу формирования кластерной политики Европейского Союза. На начальном этапе его реализации, кластеры разных стран представляли собой "скопление" предприятий и фирм, которые сочли выгодным расположение в географической близости друг от друга с целью экономии на затратах при транспортировке

ресурсов и комплектующих для создания конечного продукта. Впоследствии выяснилось, что стратегически выгодным является наличие в непосредственной близости учреждений, осуществляющих научные разработки [25].

При этом необходимо отметить ключевой принцип кластерного подхода через тесное взаимодействие производственных предприятий и научных учреждений. В дальнейшем взаимосвязь структур бизнеса и науки была дополнена элементами взаимодействия с различными структурами органов местного управления, которые оказывали на этапе становления кластеров существенную поддержку. Был сформулирован известный в научной среде принцип "тройной спирали", который лег в основу современного развития кластеров.

В дальнейшем роль органов управления стала конкретизироваться в создании необходимых условий для активизации их развития посредством проведения эффективной налоговой, бюджетной, кредитной, таможенной политики, а также через стимулирование создания передовых научно-исследовательских центров, в составе которых представлены университеты и другие элементы транспортной и энергетической инфраструктуры.

В рамках принятия и реализации Стратегии экономического развития "Европа 2020" предусмотрено усиление финансовой поддержки кластеров и национальных стратегий инновационного развития, а также увеличение стимулирующих программ под эгидой Европейской комиссии.

Развитие региональных кластеров с целью выхода на рынки государств-соседей в дальнейшем было обеспечено благодаря повышению уровня международного взаимодействия с производителями других стран на базе использования доступных финансовых инструментов, управление которыми возложено на Европейский инвестиционный банк (European Investment Bank).

Программа Транснационального кластерного альянса в целях поддержки усиления кооперации (сотрудничества) TACTICS (Transnational Alliance of Clusters Towards Improved Cooperation Support) является основной практической инициативой ЕС, объединяющей семь ведущих европейских кластерных агентств, которые отвечают за мероприятия по развитию кластеров.

Деятельность созданных структур направлена на их активное взаимодействие для реальной поддержки развития кластеров по шести приоритетным направлениям таким, как: 1) стимулирование международного кластерного сотрудничества; 2) оценка эффективности развития кластеров; 3) поддержка маркетинга и брендинга кластеров; 4) использование лучшей практики развития кластеров в процессе развития новых кластеров и отраслей, включая инновационные услуги; 5) финансирование инноваций промышленно-

инновационных кластеров; б) вовлечение получателей результатов деятельности кластеров в совершенствование их развития.

Примером такого взаимодействия является частно-государственная сетевая организация "ScanBalt", объединяющая научное и производственное сообщество в сфере естественных наук, направленная на формирование трансграничного сообщества биотехнологических кластеров "ScanBalt BioRegion". В структуре присутствуют университеты, научные центры, биотехнологические компании, государственные структуры участвующих стран. Сеть "ScanBalt BioRegion" включает 632 компании естественнонаучного направления, 17 университетов (с общим числом студентов более 18 тысяч), 25 научных парков и технопарков.

Основными механизмами взаимодействия между кластерами в странах Европейского Союза являются обмен опытом и знаниями, поиск партнеров для подготовки к выходу на новые рынки (рис. 1). Благодаря подобной политике Европейской комиссии по упрощению различных барьеров, увеличению объемов инвестиций и получению равного доступа к различному роду информации, знаниям, структурные элементы различных кластеров будут увеличивать эффективность взаимодействия друг с другом, с научными институтами, исследовательскими центрами разных частей Европы.

Результатом подобного сотрудничества можно считать повышение качества работы кластеров в структуре стран Европейского Союза, которые являются менее развитыми. В целях обеспечения необходимого уровня конвергенции стран ЕС и выравнивания их экономического развития Европейская комиссия заинтересована в увеличении количества конкурентоспособных кластеров в странах Восточной Европы, а также усилении их взаимодействия и эффективности сотрудничества с западноевропейскими кластерами.

Новые отрасли промышленности закладывают условия процветания на базе межотраслевых связей; они сочетают в себе узкие направления видов деятельности, и именно это сочетание, а не индивидуальная деятельность, позволяет создавать экономическую ценность. Новые отрасли промышленности ("голубые ростки промышленности") воспринимаются как возможность для обеспечения непропорционально значительного будущего роста, как в среднесрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Известная Стратегия голубого океана нацелена на то, чтобы побудить компании вырваться из алого океана конкуренции путем создания для себя такой рыночной ниши, где можно не бояться конкурентов [22]. Стратегия голубого океана предлагает отказаться делить с другими существующий – и зачастую уменьшающийся – спрос, постоянно оглядываясь при этом на конкурентов, а вместо этого посвятить себя созданию нового, растущего спроса и уходу от соперничества.

Прогрессивная упаковка	• становится все более важным вкладом как составляющий компонент во многих других мероприятиях – от пищевой переработки до автомобильных цепей поставок
Биофармацевтика	• формирует научную основу отраслей науки о жизни с привлечением наиболее образованных и продуктивных сотрудников
"Голубые ростки промышленности"	• были в центре внимания европейской политики в последние несколько лет и являются областью, где могут возникнуть интересные новые отрасли и виды деятельности
Творческие индустрии	• являются ключевым сектором в будущей европейской экономике и растут быстрее, чем любая другая из развивающихся отраслей в последние два десятилетия
Цифровые технологии	• охватывают ключевые части экономики ИКТ: компьютерное оборудование, программное обеспечение, e-торговлю и услуги беспроводной связи
Экологические производства	• возникают во всех секторах экономики как потребность в более устойчивых операциях и реализуются все в большем объеме, имеют высокий потенциал роста
Опытные производства	• охватывают создание и использование передового опыта, состоят из миллиона малых и средних предприятий, часто работающих на стыке искусства и бизнеса
Логистические услуги	• являются одним из ключевых секторов услуг в современной экономике и одними из лидеров в создании новых рабочих мест
Медицинское оборудование	• сфера деятельности, которая является одной из основных направлений науки о жизни и также связана с высокими темпами роста занятости в сфере услуг местного здравоохранения
Мобильные технологии	• являются основной частью европейской обрабатывающей промышленности и, несмотря на падение во время недавнего кризиса, имеют четкий ориентир на стратегию новой индустриализации Европы

Рис. 1. Структура новых отраслей промышленности и прогрессивных видов деятельности в странах Европейского Союза
[The structure of the new industries and innovative activities in the European Union]

Наличие новых отраслей промышленности также связано с позитивными инновационными результатами деятельности, которые представлены данными статистики в табл. 1.

Таблица 1

Показатели деятельности новых отраслей промышленности в странах Европы
(составлено автором по материалам [25])
[Performance of new industries in Europe
(compiled by the author based on [25])]

Отрасли промышленности	Число работающих в 2012 г.	Среднегодовой рост в 2007 – 2012 гг.	Средняя заработная плата в 2012 г., (EUR)
Прогрессивная упаковка	4 353 336	0,08 %	26 302
Биофармацевтика	2 507 906	-0,08 %	41 003
Голубые ростки промышленности	11 825 652	0,31 %	27 098
Творческие индустрии	12 175 055	1,61 %	31 789
Цифровые технологии	8 775 778	1,07 %	36 532
Экологические производства	8 597 431	-0,05 %	31 803
Опытные производства	10 043 510	0,50 %	26 045
Логистические услуги	6 344 855	0,42 %	22 390
Медицинское оборудование	4 373 575	0,16 %	33 606
Мобильные технологии	10 658 541	-0,59 %	30 907
Всего в новых отраслях промышленности	45 685 106	0,27 %	29 654
Всего в торговых кластерах	68 758 784	-0,21 %	27 101
Всего во всех отраслях	172 887 399	0,22 %	22 671

Конечная цель деятельности Европейской комиссии заключается в оказании помощи государствам-членам и регионам в разработке смарт-специализаций и кластер-стратегий. Они используются для оказания помощи компаниям в разработке новых, конкурентоспособных на глобальном уровне преимуществ в новых отраслях через кластеры, что таким образом позволяет усилить роль политики развития кластеров для омоложения промышленности в Европе в рамках реализации стратегии "Европа 2020".

Анализ новых отраслей промышленности основывается на гипотезе о том, что их наличие может привести к более высоким темпам внедрения инноваций и (в будущем) к значительному экономическому эффекту по результатам деятельности.

Это становится особенно заметно в случае, когда эти результаты измеряются в таких показателях, как темпы патентования либо рост количества населения, уровень занятости или занятости в области науки и техники. Остается справедливым подобное утверждение, когда подобные результаты оцениваются на основе специфики малого и среднего предпринимательства (МСП), обновляя свои максимальные значения в годовом исчислении, и тем более заметным – в отношении продукции на рынке технологических инноваций.

Специализации деятельности в новых отраслях, как правило, ассоциируются с положительными социальными результатами, такими как снижение уровня

бедности и безработицы и повышение качества и уровня жизни. В совокупном объеме на эти десять новых отраслей промышленности приходится около двух третей от общего числа занятых в экономике (табл. 2), которые формируют 51 категорию традиционных кластеров.

Таблица 2

Показатели деятельности предприятий IT-бизнеса в ЕС (составлено автором по материалам [25])
Performance indicators of IT-business enterprises in the EU (compiled by the author based on [25])

Основные показатели	Предприятия IT-бизнеса	Доля всех торговых кластеров	Удельный вес в общей структуре экономики
Количество работников	8 775 778	12,76 %	5,08 %
Количество предприятий	1 041 176	10,69 %	3,92 %
Оборот (млн евро)	2 139 659	12,22 %	6,17 %
Добавленная стоимость на одного работника (евро)	80 092	113,4 %	129,4 %
Средняя заработная плата (евро)	36 532	134,8 %	161,1 %

Цифровые промышленные технологии включают в себя компьютерное оборудование, программное обеспечение, телекоммуникации и много других видов деятельности поддержки в этих секторах. Показатели роста промышленности в странах ЕС продемонстрировали очень быстрые темпы, особенно в последнее десятилетие. Количество работающих в этом секторе экономики насчитывало 8,7 млн чел. в 2011 г. (по сравнению с 7,3 млн чел. в 1996 г.). Несмотря на некоторое пересечение с предприятиями творческой индустрии, отрасль цифровых технологий демонстрирует очень разную структуру предприятий и фирм и, как правило, является большей по сравнению с другими новыми отраслями промышленности со средним количеством работающих 7–8 чел. на одном предприятии. В данных секторах промышленности в основном работают квалифицированные специалисты, что нашло отражение в высоких показателях производительности труда: средняя заработная плата более чем на 60 % выше, чем в целом по всей экономике.

Заслуживают особого внимания результаты исследований ученых, которые используют современные методы и концепции совместного развития стран Восточной Европы, для решения проблемы смены моделей их экономик и сопутствующих этому кризисов в регионе, особенно в аспекте региональной кооперации [17].

Разработка подходов к решению существующих проблем развития Украины на ближайшие 10 – 20 лет, связана с формированием различных вариантов регионального сотрудничества со странами Восточной Европы. В первую очередь, это касается не только ресурсной составляющей, а скорее развития и внедрения технологий,

реализации интеллектуального потенциала, эффективного применения знаний на практике.

Для эффективного проведения структурных преобразований и реформ Украине необходимо, прежде всего, определиться с перспективами экономического развития и своей позицией в вопросах европейской экономической интеграции.

В соответствии с методологией проекта Harvard's Center for International Development (CID) ключевой компонентой в структуре жизненного цикла инновации (нового научного знания) является ее внедрение на практике, но только лишь по совокупности после освоения определенного "пакета" смежных технологий. При этом наиболее существенным и значимым является практический контакт – передача технологий на всех этап разработки и внедрения нового изделия (технологии) – от разработки и создания опытного образца до запуска серийного производства.

Идея авторов проекта (специалистов Гарвардского университета) состоит в продуцировании модели сложности экономики, которая базируется на использовании теории графов для проявления связей между различными технологиями, уже широко применяемыми в современных производствах.

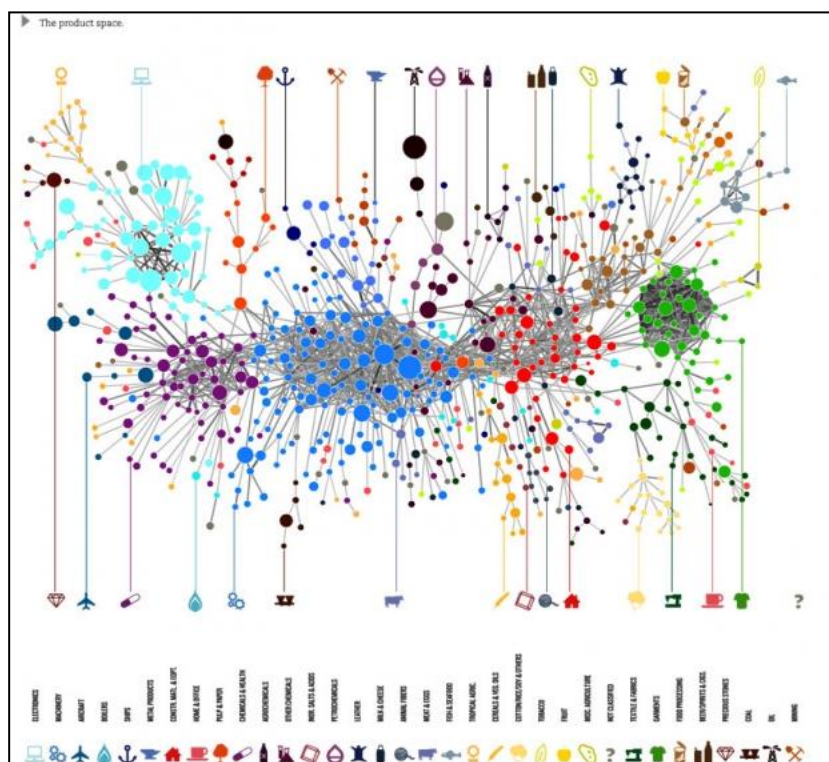
Особый интерес в исследовании занимают продукция и технологии экспортных позиций экономики конкретной страны. При этом все подобные позиции разме-

щаются на формируемой базовой матрице в соответствии с определенным алгоритмом, где и обозначаются в виде конкретной точки. Параметры сформированного "узора" всех переплетений в определенной степени позволяют оценить уровень сложности производственных отношений в экономике.

Для наглядности на рис. 2 представлены результаты формирования подобного графа-матрицы мирового производства по типам продукции. Рядом с графическим изображением всех логических звеньев представлены комментарии к исследованию автора (автор – Марат Атнашев).

Авторы методики формулируют следующий вывод: "...экономика страны со сложной структурой графа является более устойчивой вследствие возможностей ее изменения в случае наступления неблагоприятных тенденций в своем развитии за счет "пакета технологий" производства одного типа продукции... и т. д."

Полученные результаты исследований позволили автору разработки на основании последовательных итераций наложения графиков за период 2000 – 2014 г. для различного сочетания участников в составе группы стран Восточной Европы и параметров их экономик сформировать различные сценарии возможного интеграционного развития на основе значений Индекса сложности экономики (Economic Complexity Indicator (ECI)). В табл. 3 приведены данные по исследуемым индексам.



"Выделяются несколько крупных кластеров: легкой промышленности (зеленый), машиностроения (синий), электроники (бирюзовый), химии и фармацевтики (фиолетовый), сельского хозяйства (желтый). Расстояние между точками отражает простоту освоения одной технологии при наличии другой.*

Экономика естественным образом развивается вокруг существующих технологий, постепенно осваивая соседние пространства. Скачки на удаленные точки слишком рискованны и редко удаются. Для освоения новой технологии необходим контакт с экспертом и накопление в его присутствии достаточного личного опыта".

Если продукция страны находится на периферии паутины – имеем дело с сырьём.

Рис. 2. Структура мирового производства по типам продукции для демонстрации матрицы связей между различными технологиями согласно теории графов [17]
[The structure of world production by product type for the demonstration of the matrix relationships between different technologies according to the graph theory [17]]

* С цветным изображением можно ознакомиться на сайте: <http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/UER/index.html>

**Значения индексов Economic Complexity Indicator (ECI) [17]
[The index values of the Economic Complexity Indicator (ECI) [17]]**

Параметры индексов стран по годам	Украина	Беларусь	Россия	Для сравнения со странами ЕС		
				Германия	Чехия	Польша
2000	0,524 513 7	0,885 248 8	0,533 726 9	-	-	-
2009	0,501 082 1	1,013 483	0,126 793 8	-	-	-
2014	0,420 684 3	0,809 351 9	0,051 867 1	1,922	1,673	0,93

Выводы экспертов позволили получить определенные характеристики структуры основных экспортных технологий, которые присутствуют в экономиках стран Восточной Европы. При этом исследователи отмечают, что экономики таких стран, как Беларусь и Украина, в данном отношении прекрасно дополняют друг друга. Рассмотрение сценария их региональной интеграции с экономиками Польши, Словакии, Литвы и Румынии позволяет получить характеристики подобного объединения стран (объем совокупного экспорта – 450 млрд дол.), которое по сравнению с Германией (объем экспорта – 1 320 млрд дол.) имеет существенные конкурентные преимущества по всем исследуемым параметрам (технологиям и видам продукции). Это может свидетельствовать о значительном потенциальном успехе регионального союза группы стран Восточной Европы в качестве "скромной группы развивающихся стран" по отношению к стране с экономической-лидером ЕС.

Европейский опыт свидетельствует, что ключевыми преимуществами реализации кластерной политики является: 1) структурная перестройка промышленного сектора, благодаря росту доли наукоемких и высокотехнологичных производств, которая требует усиления роли государства в обеспечении последовательности и эффективности реализации всех стадий инновационного процесса от НИОКР до коммерциализации и вывода на рынок новой продукции с высокой добавленной стоимостью; 2) рост инновационной активности промышленных предприятий, благодаря развитию кооперации между научно-исследовательским и производственным секторами, государственно-частного партнерства в инновационной сфере, привлечению высококвалифицированных кадров из-за расширения внешних связей предприятий, аутсорсинга и росту инвестиционной привлекательности предприятий-членов сетевых структур; 3) устранение диспропорций в социально-экономическом развитии регионов, межрегиональных связей через обеспечение государственной поддержки создания и развития региональных, межрегиональных кластеров в отраслях, которые имеют высокий потенциал производства продукции, конкурентоспособной на внутреннем и внешних рынках.

С целью реализации конкурентных преимуществ Украины и формирования условий экономического развития страны, государственная политика поддержки развития инновационных кластеров должна заключаться в комплексе организационных мероприятий: 1) разработке и утверждении законодательной и нормативно-правовой базы; 2) содействии развитию инновационной инфраструктуры, созданию или назначении организаций, ответственных за реализацию кластерной политики государства; 3) разработке эффективных механизмов взаимодействия промышленных предприятий, научно-исследовательских, образовательных организаций и органов государственной власти, в том числе через систему электронного управления и создания online-услуг; 4) реализации исследований перспектив развития кластеров и разработке на их основе кластерных программ и системы оценки результатов функционирования кластеров [18].

В современных условиях взаимодействия со странами Восточной Европы на этапе преодоления кризиса Европейский Союз осуществляет реализацию комплексной программы развития финансового сектора Украины до 2020 года и рассматривает возможность расширения помощи Украине в этом направлении. Об этом заявил глава представительства ЕС в Украине Ян Томбинский на III Украинском финансовом форуме 15 марта 2016 г. под эгидой Венской инициативы – площадки содействия созданию нормативно-правовой среды для стабилизации, в первую очередь, банковского сектора национальной экономики.

Литература: 1. Собкевич А. В. Инновационное развитие промышленности как составляющая структурной трансформации экономики Украины / А. В. Собкевич и др. ; под ред. Я. А. Жалелы. – Минск : НИСИ, 2013. – 71 с. 2. Ханова Е. В. Определение конкурентоспособности приграничных регионов Украины и России: пути ее повышения / Е. В. Ханова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 41. – С. 67–71. 3. The World Bank Group [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ibgd.org>. <http://devdata.worldbank.org/data-query>.

4. Информация Всемирного экономического форума The Global Competitiveness Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>. 5. Innovation Union Scoreboard – 2011 [Electronic resource] / European Commission. – Access mode : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011_en.pdf. 6. Тищенко В. Ф. Направления государственной политики стимулирования инновационной деятельности / В. Ф. Тищенко, В. Н. Остапенко // Научный вестник Буковинского государственного финансово-экономического университета. Экономические науки : сборник научных трудов. – Черновцы, 2012. – Вып. 2 (23). – С. 222–232. 7. Колодизев О. Н. Кредитно-инвестиционная деятельность банков Украины: современное состояние и перспективы развития / О. Н. Колодизев, Н. Н. Власенко // Бизнес Информ. – 2013. – № 11. – С. 342–347. 8. Губарева И. О. Формування стратегічних орієнтирів забезпечення економічної безпеки національної економіки / І. О. Губарева // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 122–129 ; [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2015_6_17.pdf. 9. Гринева В. Н. Диалектика связи и влияния финансового механизма на инновационное развитие экономики: экономическое наследие и современные проблемы : монография / В. Н. Гринева ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В. С. Пономаренко, д-ра экон. наук, проф. Н. А. Кизима. – Харьков : ФООП Павленко А. Г., ИД "ИНЖЕК", 2011. – С. 168–188. 10. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) [Electronic resource]. – Access mode : // <http://www.unido.org>. 11. Мазур А. А. Технологические парки. Мировой и украинский опыт / А. А. Мазур, В. С. Шовкалюк. – Москва : Изд-во "Прок-бизнес", 2009. – 70 с. 12. Информационно-аналитические материалы Государственного агентства по вопросам науки, инноваций и информатизации Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dkni.gov.ua>. 13. Семак Е. А. Международная экономическая интеграция : учеб. пособ. / Е. А. Семак. – Минск : БГУ, 2012. – 200 с. 14. Колодизев О. М. Методологічні засади фінансового забезпечення управління інноваційним розвитком економіки : монографія / О. М. Колодизев. – Харків : ВД "ИНЖЕК", 2009. – 278 с. 15. Міжнародні фінанси : підручник / за ред. О. І. Рогача. – Київ : Либідь. – 2003. – 782 с. 16. Стан розвитку науки і техніки, результати наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності, трансферу технологій за 2013 рік : аналітична довідка [Электронный ресурс] / Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України, Український інститут науково-технічної і економічної інформації. – Київ : б. в., 2014. – 180 с. – Режим доступа : http://old.dkni.gov.ua/?q=system/files/sites/default/files/images/za_2013_cokp_ok%2B.pdf. 17. Тышкевич И. Интермарийум: просто циничный расчёт и проблемы для будущего Германии и России [Электронный ресурс] / И. Тышкевич – Режим доступа : // <https://site.ua/igar.tyshkevich/2947-internarium-prosto-tsinichnyu-raschet-i-problemy-dlya-buduschego-germanii-i-rossii>. 18. Колодизев О. М. Формування багаторівневої системи показників фінансування інноваційної діяльності / О. М. Колодизев // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 8. – С. 32–44 ; [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2013_8_5.pdf. 19. Орлов П. А. Социальная ответственность некоторых субъектов финансовых рынков в США и странах ЕС: состояние и тенденции / П. А. Орлов // Экономика развитию. – 2016. – № 1 (77). – С. 28–35. 20. Сайт по кластерам Украины. – Режим доступа : <http://ucluster.org/en/university>. 21. Симон М. Интеграционные процессы в странах Вышеградской группы: роль концепции центральной Европы / М. Симон // Мировая экономика и международные отношения. – 2014. – № 7. – С. 18–27. 22. У. Чан Ким. Стратегия голубого океана / У. Чан Ким, П. Моборн ; пер. с англ. – Москва : НИППО, 2005. – 272 с. 23. Шишков Ю. В. Интеграционные процессы на пороге XXI века. Почему не интегрируются страны СНГ / Ю. В. Шишков. – Москва : III тысячелетие. – 2001. – С. 95–118. 24. EU Regional Competitiveness Index [Electronic resource]. – Access mode : http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/6th_report/rci_2013_report_final.pdf. 25. Ketels C. European Cluster Panorama 2014. European Cluster Observatory [Electronic resource] / C. Ketels, S. Protsiv ; Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm School of Economics. – October, 2014. – Access mode : <http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cluster/observatory>. 26. Economic Cooperation Organization (ECO). Организация экономического сотрудничества [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ecosecretariat.org>. 27. Guryanova L. S. Econometric modelling of the financial regulation mechanism in regional development / L. S. Guryanova, T. S. Klebanova, V. S. Gvozdytskiy // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 11. – С. 408–421. 28. Porter Michael E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / Michael E. Porter. – New York : The Free Press, 1980. – 264 p. 29. Samuelson P. A. Protection and Real Wages / P. A. Samuelson, W. F. Stolper // Review of Economic Studies. – 1941. – No. 9 (November). – P. 58–73. 30. World Bank Group. Група Всемирного Банка [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.worldbank.org>.
- References:** 1. Sobkevich A. V. *Innovatsionnoe razvitie promyshlennosti kak sostavlyayushchaya strukturnoy transformatsii ekonomiki Ukrainy* [The innovative development of industry as part of the structural transformation of the economy of Ukraine] / A. V. Sobkevich et al. ; pod red. Ya. A. Zhalela. – Minsk : NISI, 2013. – 70 p. 2. Khanova E. V. *Opredelenie konkurentosposobnosti prigranichnykh regionov Ukrainy i Rossii: puti ee povysheniya* [Defining the competitiveness of the border regions of Ukraine and Russia: ways for improvement] / E. V. Khanova // *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. – 2013. – No. 41. – P. 67–71. 3. The World Bank Group [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ibgd.org>. <http://devdata.worldbank.org/data-query>. 4. Informatsiya Vsemirnogo ekonomicheskogo foruma "The Global Competitiveness Report" [Electronic resource]. – Access mode : // <http://www.weforum.org/issues/global-competitiveness>. 5. Innovation Union Scoreboard – 2011 [Electronic resource] / European Commission. – Access mode : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/files/ius-2011_en.pdf. 6. Tishchenko V. F. *Napravleniya gosudarstvennoy politiki stimulirovaniya innovatsionnoy deyatel'nosti* [Areas of state policy to stimulate innovation] / V. F. Tishchenko, V. N. Ostapenko // *Nauchnyy vestnik Bukovinskogo gosudarstvennogo finansovo-ekonomicheskogo universiteta. Ekonomicheskije nauki : sbornik nauchnykh trudov*. – Chernovtsy, 2012. – Issue. 2 (23). – P. 222–232. 7. Kolodiziev O. N. *Kredito-investitsionnaya deyatel'nost bankov Ukrainy: sovremennoe sostoyanie i perspektivy rasvitiya : monografiya* [Credit investment activities of banks in Ukraine: current state and prospects for development : monograph] / O. N. Kolodiziev, N. N. Vlasenko // *Biznes Inform*. – 2013. – No. 11. – P. 342–347. 8. Gubarieva I. O. *Formuvannia stratehichnykh oriyentiriv zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky natsionalnoi ekonomiky* [Formation of strategic guidelines for economic security of the na-

- tional economy] / I. O. Gubarieva // Aktualni problemy ekonomiky. – 2015. – No. 6. – P. 122–129 ; [Electronic resource]. – Access mode : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2015_6_17.pdf. 9. Grineva V. N. *Dialektika svyazi i vliyaniya finansovogo mekhanizma na innovatsionnoe razvitiye ekonomiki: ekonomicheskoe nasledie i sovremennyye problemy : monografiya* [The dialectic relations and influence of the financial mechanism on the innovation development of economy: economic legacy and modern problems : monograph] / V. N. Grineva ; pod obshch. red. d-ra ekon. nauk, prof. V. S. Ponomarenko, d-ra ekon. nauk, prof. N. A. Kizima. – Kharkiv : FOP Pavlenko A. H., ID "INZHEK", 2011. – P. 168–188. 10. United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.unido.org>. 11. Mazur A. A. *Tekhnologicheskie parki. Mirovoy i ukrainskiy opyt* / A. A. Mazur, V. S. Shovkalyuk. – Moskva : Izd-vo "Prok-biznes", 2009. – 70 p. 12. Informatsionno-analiticheskie materialy Gosudarstvennogo agenstva po voprosam nauki, innovatsiy i informatizatsii Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.dkni.gov.ua>. 13. Semak E. A. *Mezhdunarodnaya ekonomicheskaya integratsiya : ucheb. posob.* / E. A. Semak. – Minsk : BGU. – 2012. – 200 p. 14. Kolodiziev O. M. *Metodolohichni zasady finansovoho zabezpechennia upravlinnia innovatsiynym rosvytkom ekonomiky : monohrafiia* [Methodological principles of financial provision of the economy innovative development : monograph] / O. M. Kolodiziev – Kharkiv : VD "INZHEK", 2009. – 278 p. 15. *Mizhnarodni finansy : pidruchnyk / za red. O. I. Rohacha.* – Kyiv : Lubid. – 2003. – 782 p. 16. Stan rozvytku nauky i tekhniky, rezultaty naukovoï, naukovo-tekhnichnoi, innovatsiinoï diialnosti, transferu tekhnologii za 2013 rik : analitychna dovidka [Electronic resource] / Derzhavne ahentstvo z pytan nauky, innovatsii ta informatyzatsii Ukrainy, Ukrainkii instytut naukovo-tekhnichnoi i ekonomichnoi informatsii. – Kyiv : s. n., 2014. – 180 p. – Access mode : http://old.dkni.gov.ua/?q=system/files/sites/default/files/images/za_2013_cokp_ok%2B.pdf. 17. Ihar Tyshkevich. *Intermarium: prosto tsinichnyy raschet i problemy dlya budushcheho Germanii i Rossii* [Electronic resource]. – Access mode : <https://site.ua/igar.tyshkevich/2947-intermarium-prosto-tsinichnyy-raschet-i-problemy-dlya-budushchego-germanii-i-rossii>. 18. Kolodiziev O. M. *Formuvannia bahatorivnevoi systemy pokaznykiv finansuvannia innovatsiinoï diialnosti* [Formation of a multilevel performance data system of financing innovation] / O. M. Kolodiziev // Aktualni problemy ekonomiky. – 2013. – No. 8. – P. 32–44 ; [Electronic resource]. – Access mode : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2013_8_5.pdf. 19. Orlov P. A. *Sotsialnaya otvetstvennost nekotorykh subektov finansovykh rynkov v SShA i stranakh ES: sostoyanie i tendentsii* [Social responsibility of some financial entities of financial markets in the US and the EU: situation and trends] / P. A. Orlov / *Ekonomika rozvytku.* – 2016. – No. 1 (77). – P. 28–35. 20. Sayt po klasteram Ukrainy – Access mode : <http://ucluster.org/en/university/>. 21. Simon M. *Integratsionnyye protsessy v stranakh Vyshegradskoy grupy: rol kontseptsii tsentralnoy Evropy* [Integration processes in the Vyshegrad group countries: the role of the concept of Central Europe] / M. Simon // *Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya.* – 2014. – No. 7. – P. 18–27. 22. U. Chan Kim. *Strategiya golubogo okeana* / U. Chan Kim, R. Moborn ; per. s angl. – Moskva : NIRRO, 2005. – 272 p. 23. Shishkov Yu. V. *Integratsionnyye protsessy na poroge XXI veka. Pochemu ne integriruyutsya strany SNG.* – Moskva : III tysyacheletie, 2001. – 480 p. 24. EU Regional Competitiveness Index [Electronic resource]. – Access mode : http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/6th_report/rci_2013_report_final.pdf. 25. Ketels C. *European Cluster Panorama 2014.* European Cluster Observatory [Electronic resource] / C. Ketels, S. Protsiv ; Center for Strategy and Competitiveness, Stockholm School of Economics. – October, 2014. – Access mode : <http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cluster/observatory>. 26. Economic Cooperation Organization (ECO) [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ecosecretariat.org>. 27. Guryanova L. S. *Econometric modelling of the financial regulation mechanism in regional development* / L. S. Guryanova, T. S. Klebanova, V. S. Gvozdytskiy // Aktualni problemy ekonomiky. – 2015. – No. 11. – P. 408–421. 28. Porter Michael E. *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* / Michael E. Porter. – New York : The Free Press, 1980. – 264 p. 29. Samuelson P. A. *Protection and Real Wages* / P. A. Samuelson, W. F. Stolper // *Review of Economic Studies.* – 1941. – No. 9 (November). – P. 58–73. 30. World Bank Group [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.worldbank.org>.

Інформація об авторе

Колодизев Олег Николаевич – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри банківського дела Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: Kolodizev107@ukr.net).

Інформація про автора

Колодизев Олег Миколайович – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри банківської справи Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: Kolodizev107@ukr.net).

Information about the author

O. Kolodiziev – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Head of the Department of Banking of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: Kolodizev107@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
29.09.2016 р.*

ЗБАЛАНСОВАНИЙ ПІДХІД ІНВЕСТОРА ДО ВИБОРУ ОБ'ЄКТА ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ

**Внукова Н. М.
Давиденко Д. О.**

Вибір об'єкта фінансування є ключовим питанням для інвестора під час здійснення операцій із житловою нерухомістю. В Україні аналіз ризику операції кожен суб'єкт відносин на ринку житла виконує самостійно, отже, інвестор повинен адекватно оцінювати фінансову послугу, що надає фінансова установа. Головним завданням процесу оцінювання є визначення надійного фінансового партнера, бо естетичні аспекти вибору житла мають другорядне значення для інвестора, якщо під загрозою опиняється загальна надійність операції. Показник надійності є складовою частиною самоаналізу інвестора, виражений системою коефіцієнтів для оцінювання потенціалу фінансової установи. Такий аналіз дозволяє визначити прозорість поточної та майбутньої діяльності партнерів – фінансових установ. Також важливим аспектом вибору партнерів залишається оцінка витрат інвестора. Оцінюючи ризик, інвестор повинен спиратися на ефективність наданої послуги, розрахованої на основі обов'язкових та додаткових витрат. Визначення критеріїв у процесі вибору об'єктів інвестування містить їхні якісні показники (площу, район, поверх та ін.), витрати інвестора та ступінь надійності фінансової установи, що надає послугу з фінансування майбутнього житла. Використання подібного підходу дозволяє інвестору здійснювати вибір житла, керуючись певним переліком фінансових установ, витратним навантаженням операції та якісними характеристиками об'єктів житлової нерухомості. Урахування розроблених складових частин процесу вибору об'єкта знижує ризики інвестування й тим самим підвищує надійність операцій на ринку житлової нерухомості. Для аналізу підходу зроблено розрахунки за всіма складовими частинами на прикладі міста Харкова як такого, що визнаний перспективним у розвитку житлобудівництва. Більш того, фінансові установи, представлені в цьому регіоні, є учасниками фондів фінансування будівництва – основного фінансового механізму на ринку житлової нерухомості. Тобто, процедура вибору об'єктів фінансування, відповідно до запропонованого підходу, визначає вектор (напрямок) подальших відносин інвестора з фінансовою установою. Вибір передуватиме здійсненню фінансової операції.

Ключові слова: об'єкт житлової нерухомості, фінансова установа, інвестор, вибір, надійність, підхід.

СБАЛАНСИРОВАННЫЙ ПОДХОД ИНВЕСТОРА К ВЫБОРУ ОБЪЕКТА ЖИЛИЩНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

**Внукова Н. Н.
Давиденко Д. А.**

Выбор объекта финансирования является ключевым вопросом для инвестора при осуществлении операций с жилой недвижимостью. В Украине анализ риска операции каждый субъект отношений на рынке жилья выполняет самостоятельно, следовательно, инвестор должен адекватно оценивать финансовую услугу, предоставляемую финансовым учреждением. Главной задачей процесса оценки является определение надежного финансового партнера, поскольку эстетические аспекты выбора жилья имеют второстепенное значение для инвестора, если под угрозой оказывается общая надежность операции. Показатель надежности является составной частью самоанализа инвестора и выражается системой коэффициентов для оценки потенциала финансового учреждения. Такой анализ позволяет определить прозрачность текущей и будущей деятельности партнеров – финансовых учреждений. Также важным аспектом выбора партнеров остается оценка затрат инвестора. Оценивая риск, инвестор должен опираться на эффективность оказанной услуги, рассчитанной на основе обязательных и дополнительных расходов. Определение критериев в процессе выбора

объектов инвестирования включает их качественные показатели (площадь, район, этаж и проч.), затраты инвестора и степень надежности финансового учреждения, предоставляющего услугу по финансированию будущего жилья. Использование подобного подхода позволяет инвестору осуществлять выбор жилья, руководствуясь определенным перечнем финансовых учреждений, расходной нагрузкой операции и качественными характеристиками объектов жилой недвижимости. Учет разработанных составляющих процесса выбора объекта снижает риски инвестирования и тем самым повышает надежность операций на рынке жилой недвижимости. Для анализа подхода проведены расчеты по всем составляющим на примере города Харькова как такого, который признан перспективным в развитии жилищного строительства. Более того, финансовые учреждения, которые представлены в этом регионе, являются участниками фондов финансирования строительства – основного финансового механизма на рынке жилой недвижимости. То есть, процедура выбора объектов финансирования, согласно предложенному подходу, определяет вектор (направление) дальнейших отношений инвестора с финансовым учреждением. Выбор предшествует осуществлению финансовой операции.

Ключевые слова: объект жилищной недвижимости, финансовое учреждение, инвестор, выбор, надежность, подход.

A BALANCED APPROACH OF THE INVESTOR TO THE SELECTION OF A RESIDENTIAL PROPERTY OBJECT

N. Vnukova
D. Davidenko

Choosing the object of funding is a key issue for the investor conducting residential real estate transactions. In Ukraine, the analysis of the operation risk in the housing market is performed independently by every entity, therefore, the investor has to properly evaluate the financial service provided by a financial institution. The main objective of the evaluation process is to determine a reliable financial partner, as aesthetic aspects of the housing choice become of secondary importance for the investor if the overall reliability of the operation is at risk. The reliability index is a composite of introspection of the investor which is expressed by a system of coefficients for the assessment of potential financial institutions. This kind of analysis allows the investor to determine the transparency of the current and future activities of partners and financial institutions. The estimation of the investor costs also remains an important aspect of selecting a partner. When assessing the risk, the investor must rely on the effectiveness of the services rendered which are calculated on the basis of mandatory and optional expenses. The definition of criteria in the process of selecting investment objects includes qualitative parameters (area, district, floor, etc.), the costs of the investor and the degree of reliability of a financial institution which provides a service concerning the financing of future housing. The use of this approach allows the investor to make a choice of housing, guided by a specific list of financial institutions, the cost load of the operations and quality characteristics of residential properties. Taking into account the developed components of the process of selection reduces the risks of investment and thus increases the reliability of operations on the real estate market. For the analysis of the approach, calculations have been made in terms of all the components with the city of Kharkiv, taken as an example as it was recognized as promising in the development of housing. Moreover, financial institutions that are represented in the region are parties to the Construction Financing Funds being the main financial mechanism in the housing market. That is, the procedure for the selection of the object of financing under the proposed approach determines the vector (direction) of the further investor relations with a financial institution. The choice precedes the implementation of a financial transaction.

Keywords: residential property, financial institution, investor, choice, reliability, approach.

Інвестор як головний суб'єкт фінансового механізму на ринку житлової нерухомості позбавлений будь-якої системи оцінювання ризиків. Під час здійснення операцій на ринку житла в межах цього фінансового механізму вибір об'єкта є ключовим етапом процесу фінансування, тому інвестор потребує чітко сформованого підходу, що враховує надійність його партнера та загальну витратність операції.

Питання процедур надання фінансових послуг на ринку є предметом досліджень багатьох учених. Окремими аспектами взаємовідносин між суб'єктами механізму фінансових послуг, що здійснюють операції з житловою нерухомістю, займалися В. І. Кравченко, К. Паливода, В. Ю. Прокопенко, Т. В. Майорова, Т. В. Шевчук [1 – 5] та ін.

Однак залишається невизначеним перелік критеріїв вибору об'єкта інвестором, який підвищить якість

та надійність фінансової послуги на ринку житлової нерухомості.

Метою дослідження є удосконалення теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо формування підходу до вибору об'єкта нерухомості інвестором.

Станом на другий квартал 2016 року в Україні зареєстровано 1 241 фінансова установа, яка, відповідно до реєстру Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг, має право здійснювати операції з фінансування житлової нерухомості [6]. Серед усього переліку половина фінансових установ із тієї чи іншої причини припинила свою діяльність на ринку фінансових послуг. Згідно зі здійсненим кластерним аналізом, із повного переліку, наведеного в реєстрі, сформовано групу учасників ринку житлової нерухомості, які відповідають критерію "активність", тобто беруть найбільшу за обсягами операцій участь у процесі фінансування житла. Кластерний аналіз дозволив визначити 25 фінансових установ, що залучають кошти на ринку житлової нерухомості в найбільшому обсязі (табл. 1).

Як видно з табл. 1, у кластер потрапили фінансові установи для яких фінансування житла є виключною діяльністю або стратегічним напрямом роботи – компанії з управління активами (КУА), фонди фінансування будівництва (ФФБ) та фінансові установи, для яких подібна діяльність є супутньою – недержавні пенсійні фонди (НПФ). Отже, ці фінансові установи є найбільш інтенсивними та популярними учасниками ринку житлової нерухомості.

Статистичні дані також підтверджують актуальність залучення коштів через ФФБ, КУА та НПФ. Наприклад, за три останні роки, кількість учасників ФФБ збільшилась від 13 533 до 22 250 осіб, що впливає на обсяг залучених коштів, який на II кв. 2016 року становить 18 923 млн грн, або 60 % від усього обсягу залучених коштів на ринку житлової нерухомості [6]. Ця статистика визначає напрям розвитку будівельної галузі як пріоритет для інвестора.

Інвестор, що обирає фінансову установу для партнерства, повинен урахувати її місце розташування, бо ризик надійності інвестиційних відносин поширений за регіонами не однаково [7]. Для визначення територіальної належності групи активних учасників, що попередньо подано у кластері, побудовано рис. 1.

Таблиця 1

Склад кластера "активні інвестори нерухомості"
[The cluster "active investors" in real estate"]

Компанії з управління активами (КУА), недержавні пенсійні фонди (НПФ)	Фонди фінансування будівництва (ФФБ), Фонди операцій із нерухомістю (ФОН)
ТОВ "Будброк"	ТОВ "Вінінвестбуд"
ПрАТ КУА "Перевесло"	ТОВ "Фінансова компанія "Толока"
ТОВ КУА "Будкепітал"	ПАТ "Фінансова компанія "Княгиня Ярослава"
ТОВ КУА "Капітал СМ"	ТОВ "Фінансова компанія "Укрреставрація"
ТОВ КУА "Валприм"	ПАТ "Фінансова компанія "СТС-інвест"
ТОВ КУА "Інвест-консалтинг"	ТОВ "Фінансова компанія "Перший управитель будівництва"
ТОВ КУА "Атлантис Капітал"	ТОВ "Фінансова компанія "Столиця"
НПФ	ТОВ "Фінансова компанія "Конгрес Ріал Істейт Фінанс"
НТВНПФ "Перший національний відкритий пенсійний фонд"	ТОВ "Фінансова компанія "Талінофф"
ТОВ "Фінансова компанія "Житлоінвестбуд"	ТОВ "Фінансова компанія "Харківський регіональний ФФБ"
ТОВ "Фінансова компанія "Сумбуд-інвест"	ТОВ "Фінансова компанія "Регіон Капітал"
ТОВ "Фінансова компанія "Новий Львів"	ТОВ "Фінансова компанія "С-інвестбуд"
ДСФУ "Державний фонд сприяння молодіжному житловому будівництву"	ТОВ "Фінансова компанія "Енергія-інвест"

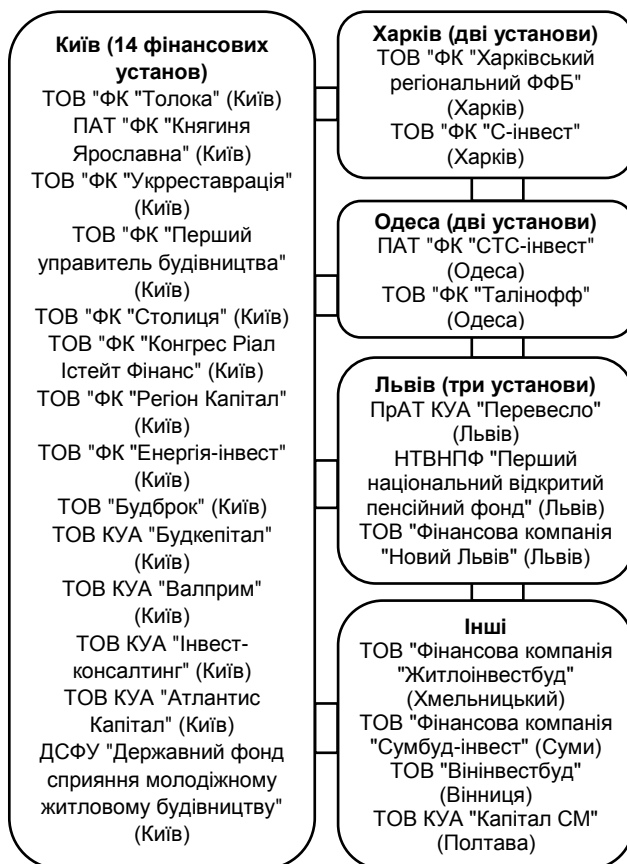


Рис. 1. Територіальний розподіл кластера активних інвесторів
[The territorial distribution of the cluster of active investors]

Як видно з рис. 1, найбільшу кількість активних інвесторів зосереджено у столиці країни, що є логічним, з огляду на розвиток регіону та постійний наплив населення. Наведена група київських фінансових установ веде безперервну діяльність на ринку фінансових послуг та має високі рейтингові показники надійності. Інші регіони, хоча й не представлено великою кількістю фінансових установ, що здійснюють операції на ринку житлової нерухомості, та все одно виконують повний перелік функцій в межах невеликої кількості – 1 – 3 установи. Таку різницю викликано загальним рівнем розвитку житлобудівництва регіонів і залежністю між обсягом забудовель та їхнім попитом на ринку фінансових послуг.

Очікують, що всі фінансові установи, що потрапили до кластера "активних" здійснюють діяльність, відповідно до норм Закону України "Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю" [8], але для першорядного інвестора (довірителя) невизначеним питанням залишається ступінь надійності послуги, що надають фінансові установи.

Сутнісно фінансові установи, що здійснюють операції на ринку житлової нерухомості, у механізмі фінансових послуг посідають місце фінансових посередників між інвестором та забудовником. Забудовники є виконавцями зобов'язань щодо забезпечення відповідності умов зведення житла та введення його в експлуатацію. Цей етап договірних відносин є найбільш сумнівним, з огляду на очікування інвестора. У цьому разі надійність послуги – це необхідний крок самоаналізу інвестора під час здійснення фінансової операції.

Рівень надійності характеризує такий показник, як вірогідність відповідності властивостей послуги встановленим умовам договору. Так, вірогідність своєчасного введення об'єкта будівництва в експлуатацію ($K_{сб}$) визначено за статистичними розрахунками та дослідженнями, покладеними в основу формули [9]:

$$K_{сб} = \frac{\sum P_6}{\sum P},$$

де $\sum P_6$ – обсяг новобудов, уведених в експлуатацію своєчасно;

$\sum P$ – загальний обсяг новобудов.

Забудовник як реалізатор нерухомості є основним суб'єктом договору про фінансування через ФФБ. У разі невиконання ним зобов'язань перед інвестором виникає загроза втрати прав на об'єкт нерухомості. Для захисту інтересів інвестора існує перелік забудовників, розроблений Асоціацією будівельників України, які навмисно не виконують умов договору [10]. Це дає змогу інвестору не пов'язувати себе відносинами з фінансовими установами, які є посередниками із цими забудовниками. Але, за останніми статистичними даними, в Україні 1 200 новобудов житлового призна-

чення, серед яких 800 не здано своєчасно [10]. Для українського ринку житлової нерухомості буденним є затримання здавання об'єкта на термін від трьох до шести місяців, саме тому будівельники не ставлять точних термінів, а завжди вказують квартали як орієнтири на етапі рекламної компанії. Серед 800 будівель у близько 500 будівельні роботи продовжують виконувати із затримкою. Це свідчить про можливість визначити вірогідність своєчасного введення в експлуатацію на рівні $500 / 1\,200 = 0,75$ (75 %). Отже, інвестувавши кошти в новобудову, інвестор із вірогідністю 75 % здобуде права власності своєчасно. Така вірогідність є високою, урахуовуючи специфіку галузі.

Якщо повернутися до територіального представництва, в Україні ризик недобудови за регіонами не є однаковим. Більш характерним це явище є для таких міст, як: Київ, Івано-Франківськ, Львів. Столиця України перебуває в таких умовах через широту та обсяг будівельних робіт. Чим більше новобудов, тим вірогідніше не помітити загроз. Зауважено, що в Харкові та Харківській області подібний ризик зведено до нуля, бо за останні три роки жодного випадку нездання об'єкта будівництва зафіксовано не було [11]. Рівень надійності не лише показує вірогідність настання загрози, але й оцінює послугу як надійну та впливає на вибір інвестора на користь укладання коштів у будівництво житла.

У наведеному в табл. 1 кластері всі установи об'єднано за критерієм активної діяльності на ринку, що автоматично має свідчити про надійність фінансових установ як партнерів. Достовірність цього судження потребує наукового підтвердження. Харків є інвестиційно надійним партнером за попереднім аналізом. Тому для підтвердження ступеня безпечності та напряду загального розвитку в межах кластера більш детально розглянуто Харківські фінансові установи.

Показник надійності роботи фінансової установи є важливою складовою частиною фінансового аналізу для інвестора, який здійснює пошук партнера в нестабільних сучасних економічних умовах. За прозорість поточного та майбутнього фінансового стану фінансової установи відповідає комплексна система показників, що визначає її фінансовий потенціал. Такий аналіз дозволяє зробити аналітична програма ФінЕкАналіз, в основу якої покладені теоретичні обґрунтування науковців П. А. Фоміна та М. К. Старовойтова [12]. Отже, для перевірки фінансових установ м. Харкова на прозорість за методикою оцінювання фінансового потенціалу розраховано табл. 2 і 3.

Як видно з табл. 2, показники ФФБ здебільшого є низькими, що свідчить про великі ризики в поточній та майбутній діяльності фінансової установи. Такий висновок суперечить статусу установи у кластері, оскільки всі зобов'язання за два останні роки фінансова установа перед своїми інвесторами виконала. Тим не менш, низький рівень показників зменшує довіру до установи та загалом галузі, що говорить про існування проблеми незбалансованості ринку.

Таблиця 2

**Оцінка рівня фінансового потенціалу
ТОВ "ФК "Харківський регіональний ФФБ"
[Assessment of the level of financial capacity
of the PLC "FK "Kharkivskiy rehionalnyi FFB"]**

Показники	2014 р.	2015 р.	Оцінка рівня
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,001	0,001	С
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,33	0,63	С
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	0,33	0,63	В
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,22	0,36	В
Рентабельність активів	0,000 016	0,000 19	С
Рентабельність власного капіталу	0,000 015 7	0,000 193	С
Частка позикових коштів	0,133	0,163	С

Результати аналізу стану другої фінансової установи наведено в табл. 3.

Таблиця 3

**Оцінка рівня фінансового потенціалу
ТОВ "ФК "С-інвест"
(Assessment of the level of financial capacity
of the PLC "FK "S-invest")**

Показники	2014 р.	2015 р.	Оцінка рівня
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,000 4	0,000 4	С
Коефіцієнт поточної ліквідності	2 488	2 569	А
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	2 489	2 587	А
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	7,5	8,5	А
Рентабельність активів	0,000 1	0,000 1	С
Рентабельність власного капіталу	0,000 1	0,000 1	С
Частка позикових коштів	0,99	1,05	С

Як видно з табл. 3, стан фінансової компанії "С-інвест" свідчить про високий рівень ліквідності та низький рівень всіх інших показників. Подібна ситуація говорить про платоспроможність установи, а, отже, для інвестора загроза невиконання умов договору низька.

Таким чином, оцінка фінансового потенціалу за наявною методикою оцінювання фінансового потенціалу дає змогу визначити стан фінансових установ – учасників активного кластера – як такий, що є середнім у загальному вигляді. Зауважено, що показники прибутковості є нижчими від нормативного значення, але мету діяльності фінансової компанії ФФБ не спрямовано на отримання прибутку, тому подібні показники перебувають на допустимому рівні та є нормальними для установ цієї галузі. Дійсно важливим залишається

рівень ліквідності фінансової установи, бо від нього залежить виконання зобов'язань перед інвестором. Тому, хоча в загальному вигляді рівень фінансового потенціалу фінансових установ низький, значення його стратегічно важливих показників свідчить про надійне виконання умов договору про партнерство.

Процес фінансування житлової нерухомості через ФФБ не є вибірковим для інвестора. В Україні інвестор обирає лише об'єкт, а не фінансовий актив як інструмент інвестування. Аналіз власних ризиків йому потрібен для визначення об'єкта з надійним партнером. Іноді естетичні моменти вибору житла можуть мати другорядне значення для інвестора, якщо під загрозою опиняється загальна надійність операції.

Під час вибору житла єдиною інформацією, якою володіє інвестор, є його вартість, естетичні характеристики (клас житла), виконавець будівельних робіт (забудовник) та спосіб фінансування, про що свідчать дані офіційних сайтів забудовників [13; 14]. Спираючись на таку інформацію, інвестор не може оцінити надійність операції, а лише обирає житло за якісним критерієм. Подібна інформація може слугувати лише як вхідна для попереднього етапу визначення об'єкта інвестування. Для здійснення якісного аналізу розглянуто об'єкти сучасного ринку новобудов на прикладі м. Харкова (рис. 2). Зазначено, що для аналізу обрано об'єкти, які є предметом фінансування двох попередньо досліджених фінансових установ міста.



**Рис. 2. Підсумки аналізу об'єктів інвестування м. Харкова
[The results of the analysis of investment objects in Kharkiv]**

Для побудови рис. 2 було досліджено 86 об'єктів новобудов Харківщини, 12 об'єктів фінансовано через ФФБ (14 %), але 41 об'єкт зареєстровано з п'ятирічним терміном давності. Більш нові об'єкти (до трьох років) віддають перевагу ФФБ як інструменту фінансування (27 %).

Більш того, зауважено, що розподіл об'єктів за класом житла дозволяє стверджувати, що через ФФБ фінансують житлову нерухомість класів "бізнес" та "комфорт". Оскільки перевагу таким класам у місті віддає забудовник "Житлобуд-2", він є основним учасником механізму фінансових послуг для здійснення операцій із житловою нерухомістю через ФФБ. Зауважено, що цей забудовник тісно співпрацює з Харківським регіональним ФФБ, який зараховано до надійних учасників.

Таким чином, можна стверджувати, що популярність ФФБ зростає, а загальну надійність фінансових установ м. Харкова підтверджено відповідними пропозиціями на ринку новобудов.

Відповідно до процедури надання фінансової послуги на ринку житлової нерухомості, інвестор під час вибору об'єкта також повинен звертати увагу на ключовий аспект операції – кінцевий результат. Відповідно до Закону України "Про фінансові послуги та ринок фінансових послуг", цей результат виражено через мету операції, а саме отримання прибутку або збереження реальної вартості активу. У зв'язку із цим, коли інвестор вступає в договірні відносини з надійною фінансовою установою, постає питання щодо оцінювання ефективності операції, відповідно до поставленої мети під час вибору об'єкта [15].

Якщо спиратися на точку зору, що інвестор є основним джерелом розвитку ринку житлової нерухомості, то інвестиційну привабливість житлової нерухомості реалізують через процес формування прибутку інвестора в майбутньому періоді. Під час формування інвестиційного прибутку головним принципом є визначення статей доходів та витрат. Операції з житловою нерухомістю також не є винятком. У цьому разі доходом є майбутня вартість житла, тобто кінцева вартість квартири в новобудові після її введення в експлуатацію. А витрати за операціями з нерухомістю реалізують у контексті визначення ринкової вартості житла за витратним підходом.

Отже, формування прибутку для інвестора відбувається шляхом визначення різниці між купівлею в недобудованому комплексі та перепродажем її після закінчення будівництва. Загалом розмір такої різниці становить 10 – 20 % від вартості об'єкта інвестування.

По-перше, інвестору у процесі фінансування житлового об'єкта необхідно враховувати обов'язковість витрат, тобто необхідність в оплаті послуг за тарифами, які виникають у процесі фінансування нерухомості.

По-друге, важливим аспектом залишається обсяг додаткових витрат, максимальний розмір яких може перевищувати обов'язкові витрати.

Витрати в разі участі у ФФБ також розподіляють на обов'язкові та додаткові. До обов'язкових належить одноразовий платіж у розмірі 3 000 грн, який сплачують під час укладання договору про участь у ФФБ. Додатковими вважають такі витрати:

1. Додаткові послуги за оформлення зміни об'єкта інвестування – 1 % від вартості закріплених за дові-

рителем вимірювальних одиниць в об'єкті інвестування за ціною вимірювальної одиниці об'єкта інвестування на день подання заяви про зміну об'єкта інвестування.

2. За оформлення поступки (відступлення) від права вимоги довірителя на користь 3-х осіб: родичів, згідно з переліком (чоловік, дружина, діти, батьки), – у розмірі 1 % від вартості закріплених за довірителем вимірювальних одиниць в об'єкті інвестування за ціною вимірювальної одиниці об'єкта інвестування на день подання заяви про поступку від права вимоги, інших осіб – 5 %.

3. За оформлення відмови від участі у фонді – у розмірі 1 % від вартості закріплених.

4. За виплату довірителю коштів у випадках, передбачених договором та правилами ФФБ – у розмірі 4 % [16].

Інвестор, який планує отримати прибуток у процесі фінансування житлової нерухомості, повинен чітко розуміти обсяг витрат за операціями з житлом, щоб не тільки оцінювати привабливість інвестування, а й визначати розмір власного прибутку.

Для інвестора оцінювання привабливості житла є матеріально забезпеченим процесом, у тому числі в разі фінансування через фонди фінансування будівництва. Оцінювання привабливості житлової нерухомості через витратний підхід дозволяє звернути увагу інвестора на особливості формування вартісної складової частини процесу фінансування операцій із житлом.

Отже, у процесі здійснення вибору об'єкта житлової нерухомості інвестор потребує всебічного аналізу, який він повинен виконувати самостійно, бо альтернативного вирішення цього питання на сьогодні немає. Ураховуючи викладене, запропоновано підхід до вибору об'єкта інвестування, що враховує три складових частини: територіальні особливості фінансової установи; партнера, його фінансовий потенціал та загальну прибутковість фінансової операції. Підхід орієнтовано на вибір об'єкта, що фінансують через ФФБ. Інвестор, що застосовує цей підхід, оперує даними, які наголошують на надійності фінансової операції на ринку житлової нерухомості. Урахування особливостей складових частин підходу дозволяє інвестору обґрунтовано приймати рішення щодо вибору об'єкта інвестування, спираючись не лише на естетичні особливості, а й на показники надійності та прибутковості.

Розглянуті у статті аспекти вибору об'єкта інвестування визначають територіальну та витратну складові частини як такі, що мають доповнювати аналіз інвестора у процесі побудови його партнерських відносин. Більш того, аналіз фінансового потенціалу дозволяє йому здійснювати безпечну діяльність на ринку. Таким чином, у виборі об'єкта фінансування інвестор повинен спиратися не лише на характеристики житла, що є важливим аспектом якісного оцінювання, а й на такі етапи процесу, як надійність фінансового партнера

та ефективність укладених коштів. Наведений підхід дозволяє прийняти інвестору оптимальне рішення, яке зменшує загальну ризиковість операції та дозволяє отримати якісну фінансову послугу на ринку житлової нерухомості.

Для подальшого дослідження процесу вибору фінансування науковцям необхідно більш детально сконцентрувати увагу на аспектах вигодонабуття інвестора, спираючись на наявні недоліки загальних умов надання фінансової послуги на ринку житлової нерухомості.

Література: 1. Кравченко В. І. Основи житлової економіки / В. І. Кравченко, К. В. Паливода, В. А. Поляченко. – Київ : Основа, 2007. – 416 с. 2. Савенко К. С. Формування економічної безпеки споживачів у сфері житлово-комунального господарства / К. С. Савенко // Економіка розвитку. – 2016. – № 1. – С. 35–42. 3. Прокопенко В. Ю. Фінансово-кредитні інструменти на ринку нерухомості: теорія та практика : монографія / В. Ю. Прокопенко. – Харків : ВПП "Контракт", 2012. – 416 с. 4. Майорова Т. В. Концепція формування державної фінансово-кредитної політики в інвестиційній сфері / Т. В. Майорова // Економічний часопис-XXI. – 2015. – № 1–2 (1). – С. 70–73. 5. Шевчук Т. В. Проблеми вибору ефективних механізмів фінансування житлового будівництва / Т. В. Шевчук // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2009. – Т. 24. – С. 233–244. 6. Офіційний сайт Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. – Режим доступу : <http://nfp.gov.ua/content/derzhavniy-reestr.html>. 7. Столичные надстрои : как нужно решать проблему [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://kievvlast.com.ua/text/stolichnie_nedostroi_kak_nuzhno_reshat_problemu40521.html. 8. Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю : Закон України № 5459-VI від 04.07.2013 р. // Відомості Верховної Ради. – 2013. – № 48. – С. 682. 9. Методика рейтингового оцінювання фінансової надійності (стійкості) страховика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://rurik.com.ua/documents/methodology/metod_insurstab-final.pdf. 10. Конфедерація будівельників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kbu.org.ua>. 11. Новини нерухомості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.biznews.com.ua/za-yakimi-kriteriyami-mozhna-vidrizniti-zhitlo-ekonomi-elit-klasu>. 12. Фомін П. А. Особливості оцінки потенціалу суб'єктів господарювання [Електронний ресурс] / П. А. Фомін. – Режим доступу : http://www.cfin.ru/management/manufact/manufact_potential.shtml. 13. Сайт забудовника С-Інвест. – Режим доступу : <http://www.zhilstroj-2.ua/objects>. 14. Сайт забудовника Житлобуд-2. – Режим доступу : <http://www.zhilstroj-2.ua/objects>. 15. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України № 123-19 від 01.01.2016 р. // Відомості Верховної Ради. – 2016. – № 10. – С. 110. 16. Правила ФФБ виду "А" (зразок) : розпорядження Держфінпослуг від 30.11.2006 р. № 6473 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.svdevelopment.com/ru/info_guide/zakukr/other/20/118/???history=0&sample=24&ref=0.

References: 1. Kravchenko V. I. Osnovy zhytlovoi ekonomiky / V. I. Kravchenko, K. V. Palyvoda, V. A. Poliachenko. – Kyiv : Osнова, 2007. – 416 p. 2. Savenko K. S. *Formuvannia ekonomichnoi bezpeky spozhyvachiv u sferi zhytlovo-komunalnogo hospodarstva* [Formation of economic safety of consumers in the sphere of housing and communal services] / K. S. Savenko // *Ekonomika rozvytku*. – 2016. – No. 12. – P. 3–9. 3. Prokopenko V. Yu. *Finansovo-kredytni instrumenty na rynku nerukhomosti: teoriia ta praktyka : monohrafiia* [Financial and credit tools in the real estate market: theory and practice : monograph] / V. Yu. Prokopenko. – Kharkiv : VPP "Kontrakt", 2012. – 416 p. 4. Maiorova T. V. *Kontseptsiia formuvannia derzhavnoi finansovo-kredytnoi polityky v investytsiini sferi* [The concept of state financial and credit policy formation in the investment sphere] / T. V. Maiorova // *Ekonomichnyi chasopys-XXI*. – 2015. – No. 1–2 (1). – P. 70–73. 5. Shevchuk T. V. *Problemy vyboru efektyvnykh mekhanizmv finansuvannia zhytloвого budivnytstva* [The problem of choosing effective mechanisms for housing finance] / T. V. Shevchuk // *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy*. – 2009. – Vol. 24. – P. 233–244. 6. Ofitsiinyi sait Natsionalnoi komisii, shcho zdiisniuie derzhavne rehuliuвання u sferi rynkiv finansovykh posluh. – Access mode : <http://nfp.gov.ua/content/derzhavniy-reestr.html>. 7. Stolichnye nadstroi : kak nuzhno reshat problemu [Electronic resource]. – Access mode : http://kievvlast.com.ua/text/stolichnie_nedostroi_kak_nuzhno_reshat_problemu40521.html. 8. Pro finansovo-kredytni mekhanizmy i upravlinnia mainom pry budivnytstvi zhytla ta operatsiakh z nerukhomistiu : Zakon Ukrainy No. 5459-VI vid 04/07/2013 r. // Vidomosti Verkhovnoi Rady. – 2013. – No. 48. – P. 682. 9. Metodyka reitinhovoho otsiniuvannia finansovoi nadiinosti (stiičnosti) strakhovyka [Electronic resource]. – Access mode : http://rurik.com.ua/documents/methodology/metod_insurstab-final.pdf. 10. Konfederatsiia budivelnykiv Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://kbu.org.ua>. 11. Novyny nerukhomosti Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <https://www.biznews.com.ua/za-yakimi-kriteriyami-mozhna-vidrizniti-zhitlo-ekonomi-elit-klasu>. 12. Fomin P. A. Osoblyvosti otsinky potentsialu subiektiv hospodariuvannia [Electronic resource] / Fomin P. A. – Access mode : http://www.cfin.ru/management/manufact/manufact_potential.shtml. 13. Sait zabudovnyka S-Invest. – Access mode : <http://www.zhilstroj-2.ua/objects>. 14. Sait zabudovnyka Zhytlobud-2. – Access mode : <http://www.zhilstroj-2.ua/objects>. 15. Pro finansovi posluhy ta derzhavne rehuliuвання rynkiv finansovykh posluh : Zakon Ukrainy No. 123-19 vid 01.01.2016 r. // Vidomosti Verkhovnoi Rady. – 2016. – No. 10. – P. 110. 16. Pravyla FFB vydu "A" (zrazok) : rozporiadzhennia Derzhfinposluh vid 30.11.06 r. No. 6473 [Electronic resource]. – Access mode : http://www.svdevelopment.com/ru/info_guide/zakukr/other/20/118/???history=0&sample=24&ref=0.

Інформація про авторів

Внукова Наталія Миколаївна – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри управління фінансовими послугами Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: vnn@hneu.edu.ua).

Давиденко Дар'я Олександрівна – аспірант кафедри управління фінансовими послугами Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

(просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: davidenko.dasha@ukr.net).

Информация об авторах

Внукова Наталия Николаевна – д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой управления финансовыми услугами Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харьков, Украина, 61166, e-mail: vnn@hneu.edu.ua).

Давиденко Дарья Александровна – аспирант кафедры управления финансовыми услугами Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харьков, Украина, 61166, e-mail: davidenko.dasha@mail.ru).

Information about the authors

N. Vnuкова – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Head of the Department of Management of Financial Services of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: davidenko.dasha@mail.ru).

D. Davidenko – postgraduate student of the Department of Financial Services of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: davidenko.dasha@mail.ru).

*Стаття надійшла до ред.
19.01.2017 р.*

УДК 336.228.34

JEL Classification: H26

СПОСОБИ НЕЗАКОННОГО ОТРИМУВАННЯ ПДВ У ПОЛЬЩІ

**І. Длугош
М. Ващенко**

Подано механізми та способи незаконного отримання податку на додану вартість (ПДВ) у Польщі. На сьогодні механізми шахрайства із ПДВ стали дуже поширеним явищем у Польщі та становлять загрозу для функціонування польської економіки й держави загалом. На основі анкетування досліджено окремі механізми незаконного отримання ПДВ, наприклад "податкову карусель ПДВ", фіктивний експорт, занижування обсягів продажу або фіктивні витрати. Анкетування здійснено серед осіб, для котрих питання податку на додану вартість є близьким і котрі потенційно могли зіткнутися з явищем незаконного його отримання у своїй професійній практиці. Усіх респондентів можна розподілити на три групи: осіб, які працюють у бухгалтерії; осіб, які займаються власною господарською діяльністю, та тих, хто працює в інших сферах діяльності.

Описано, яким чином підприємства діють на ринку з метою незаконного отримання ПДВ. Дослідження дозволило виявити найбільш популярні методи податкового шахрайства. Ними стали фіктивні витрати, занижування обсягів продажу та "податкова карусель ПДВ". Використання фіктивних витрат та занижування обсягів продажу з шахрайською метою є найбільш простими способами. Вони не потребують занадто кропіткої підготовки, а саме шахрайство з їхньою допомогою не створює значних проблем. "Податкова карусель" потребує ґрунтовної підготовки та коштів, але за допомогою цього механізму можна незаконно отримати суттєві суми ПДВ. Анкетовані особи указали й фактори, котрі сприяють незаконному отриманню ПДВ, а також методи викривання таких злочинів. Особи, які брали участь в анкетуванні, також пропонували зміни, котрі необхідно запровадити, щоб зменшити рівень незаконного отримання податку на додану вартість.

Ключові слова: *податок на додану вартість, незаконне отримання, "податкова карусель ПДВ", фіктивний експорт, заниження продажів, фіктивні витрати.*

СПОСОБЫ НЕЗАКОННОГО ПОЛУЧЕНИЯ НДС В ПОЛЬШЕ

**И. Длугош
Н. Ващенко**

Представлены механизмы и способы незаконного получения налога на добавленную стоимость (НДС) в Польше. На сегодняшний день механизмы мошенничества с НДС стали очень распространенным явлением в Польше и являются угрозой для функционирования польской экономики и страны в целом. На основании анкетирования исследованы отдельные механизмы незаконного получения НДС, например: "налоговая карусель НДС", фиктивный экспорт, занижение объемов продажи или фиктивные затраты. Анкетирование было проведено среди лиц, для которых вопрос налога на добавленную стоимость является близким и которые потенциально могли столкнуться с явлением незаконного его получения в своей профессиональной практике. Всех респондентов можно разделить на три группы: лиц, работающих в бухгалтерии; лиц ведущих собственную хозяйственную деятельность, и тех, которые работают в других сферах деятельности.

Описано, каким образом предприятия действуют на рынке с целью незаконного получения НДС. Исследование позволило выявить наиболее популярные методы налогового мошенничества. Ими оказались фиктивные затраты, занижение объемов продажи и "налоговая карусель НДС". Использование фиктивных затрат и занижение объемов продажи с целью мошенничества являются наиболее простыми способами. Они не требуют слишком кропотливой подготовки, а сама преступная деятельность с их использованием не создает значительных проблем. "Налоговая карусель" требует основательной подготовки и затрат, но с помощью этого механизма можно незаконно получить существенные суммы НДС. Анкетированные субъекты указали и на факторы, которые содействуют незаконному получению НДС, а также методы раскрытия таких преступлений. Участники анкетирования также предлагали изменения, которые необходимо осуществить с целью снижения уровня незаконного получения налога на добавленную стоимость.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, незаконное получение, "карусель НДС", фиктивный экспорт, занижение продажи, фиктивные затраты.

THE WAYS OF ILLEGAL OBTAINING VAT IN POLAND

**J. Dlugosh
M. Vashchenko**

The mechanisms and ways to defraud the value added tax (VAT) in Poland have been discussed. Nowadays the value added tax defraudation mechanisms have become a very widespread phenomenon in Poland which threaten the functioning of both the Polish national economy and the country as a whole. Based on the survey some particular mechanisms of VAT extortion, have been studied, namely the "VAT carousel", fictitious exports, undercutting sales and fictitious costs. The survey was conducted amongst persons who are aware of the value added tax problem and who potentially could encounter such illegal practices in their professional activity. The respondents can be divided into three groups: people who work in accounting, private entrepreneurs, and people employed in other sectors.

The way how companies operate in the market to effectively extort VAT has been described. The survey made it possible to identify the most popular methods of VAT extortion. They are fictitious costs, undercutting sales and the "VAT carousel". The fictitious costs and undercutting sales used for the illegal purposes are the most popular practices. They do not demand any sophisticated preparations and defraudation with the use of them does not cause any serious problems. In turn, the tax carousel demands considerable preparations and costs. Nevertheless, this mechanism can make it possible to get illegally considerable sums of VAT. The respondents also pointed out the factors encouraging VAT extortion and methods for clearing this kind of crime. They also suggested changes necessary to minimize VAT defraudation.

Keywords: value added tax, extortion, VAT carousel, fictitious export, undercutting sales, fictitious costs.

Метою статті є подання механізмів та способів незаконного отримання податку на додану вартість у Польщі. На сьогодні цей податок відіграє одну з найголовніших ролей у функціонуванні польської економіки.

Його регулює Закон про податок від товарів та послуг (з англ. Value Added Tax, скорочено VAT). VAT генерує майже 40 % доходів до польського бюджету. Цей податок було введено у 1993 р., а його найбільша модернізація

відбулася під час входження Польщі до Європейського Союзу (ЄС) у травні 2004 р. Податок від товарів та послуг може бути в таких формах, як:

- однофазовий податок, тобто від продажу;
- багатофазовий податок, котрий сплачують кілька разів, тобто від кожної трансакції окремо;
- податок на додану вартість.

Найбільш поширеною формою оподаткування в Польщі та країнах ЄС є податок на додану вартість (ПДВ). Предметом оподаткування є продаж товарів та послуг, за винятком тих, що призначені на експорт (у цьому разі застосовують нульову ставку податку). Основою для визначення розміру ПДВ є ціна придбання товару в конкретній фазі обігу з відрахуванням від цієї ціни вже сплаченого в попередніх циклах обігу податку від вартості товару. Завдяки такому підходу, вдається уникати стягування податку від податку, тобто каскадного збільшення податку. Використання структури податку на додану вартість дає можливість державі здійснювати економічну регуляцію внутрішньогосподарських процесів. Це відбувається за допомогою використання різних підходів до формування основи для оподаткування і не спричиняє надмірного збільшення податків [1, с. 23–28].

На сьогодні у країнах ЄС найнижчі ставки ПДВ діють у Люксембурзі та на Кіпрі (15 %), а найвищі – в Угорщині (27 %), Швеції та Данії (25 %). Від 2011 р. в Польщі діє ставка ПДВ 23 % (до 2011 р. – 22 %). Наведені ставки податку є стандартними. Країни ЄС мають також можливість ввести та використовувати дві знижених ставки ПДВ. Їх застосовують до конкретно описаних і охарактеризованих груп товарів та послуг. Держави-члени ЄС не можуть самі встановлювати розмір знижених ставок ПДВ. Однак вони мають можливість шляхом переговорів, отримати виключне й тимчасове право на їхнє використання. Так, наприклад, зробила Польща і до 2011 р. у цій країні функціонувала занижена ставка ПДВ 3 % [2, с. 34–36].

Правова регуляція податку на додану вартість у Польщі є складним і багаторівневим процесом. Природа цього публічно-правового явища стосується багатьох сфер суспільно-правових відносин. Це, у свою чергу, потребує надзвичайно розбудованого правового апарату, котрий буде регулювати ці відносини. Закон Польщі про податок від товарів та послуг [3] разом із цілою низкою виконавчих актів та допоміжних регуляційних документів нижчого рівня створюють правове поле, у котрому діють усі суб'єкти польської економіки. Значний обсяг правових норм, з одного боку, надає великі можливості для ретельного функціонування державного механізму, з іншого – створює сприятливе для неправомірних зловживань середовище. Головним виявом таких практик у контексті функціонування ПДВ є незаконне отримання цього податку.

У польській фаховій літературі незаконне отримання ПДВ називають податковим шахрайством і регулюють Кримінальним казначейським кодексом (ККК) Республіки Польща [4, ст. 56]. Згідно зі ст. 56 ККК, податковим шахрайством називають повідомлення неправди, приховування правди податником перед податковим органом або іншим органом у формі свідчень або декларацій. Податковим шахрайством також є невиконання обов'язку вчасного подання декларацій або свідчень. Цей злочин можна описати як протизаконні дії, що впливають на зменшення розміру податку, безпосереднім результатом якого є зниження сум надходжень до державного бюджету [5, с. 57]. Шахрайства із ПДВ можна розподілити на три категорії (рисунк).

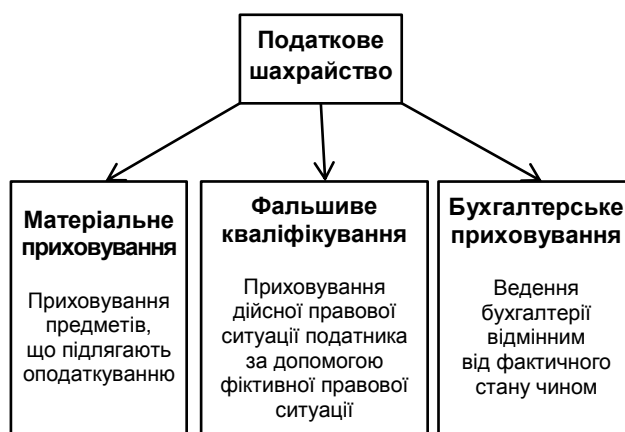


Рис. Податкові шахрайства у процесі обліку ПДВ [6, с. 36–38] [Tax frauds related to VAT [6, с. 36–38]]

Приховування предмета оподаткування полягає в тому, що податник не декларує частини своїх прибутків або приховує всі обороти. Іншою формою приховування є неретельне ведення бухгалтерської документації та інших реєстрів, у котрих знаходиться інформація про розмір сплаченого податку та його повернення. Підприємці досить часто використовують спосіб ведення подвійної бухгалтерії: одну з податковою метою, іншу – господарською. Книжковим прикладом таких дій є звичайне невидання документів, що підтверджують продаж або свідоме зменшення суми належного податку в деклараціях [7, с. 37–45].

Наступним методом уникання оподаткування є фальшиве кваліфікування. Це діяльність, що полягає в обліку витрат, доходів, прибутку або втрат, не відповідно до норм податкового законодавства. На практиці це полягає, наприклад, в обліку витрат, котрі не були витратами, пов'язаними з отриманням доходу, а також урахування приватних витрат власника, котрі були внесені до звітності підприємства. Податковим шахрайством також є кваліфікація товарів до груп товарів,

для котрих законодавство передбачає знижені ставки ПДВ [8, с. 53].

Ще однією з форм податкового шахрайства є організація господарської діяльності на банкрута. Цей механізм полягає в маніпулюванні інформацією, котра знаходиться в бухгалтерській звітності та свідчить про банкрутство того чи іншого суб'єкта. Метою використання образу банкрута є несплата податків, а інколи теж уникання розрахунку з контрагентами. Дуже часто за такої схеми створюється фірма для потреб декількох трансакцій, після чого такий суб'єкт просто зникає [9, с. 38].

У процесі незаконного отримання ПДВ можна виділити два основних способи. Перший стосується належного податку, а другий – нарахованого податку та його повернення [10, с. 43]. У першому способі незаконного отримання належного податку можна виділити п'ять найбільш поширених механізмів шахрайства. Перший полягає в тому, що товар фізично не покидає території країни-продавця, але фігурує в декларації, що підтверджує внутрішньосоюзню доставку товарів або його було задекларовано в експорті. Другий метод незаконного отримання ПДВ полягає у фактичному вивезенні товару та його задекларуванні як внутрішньосоюзної доставки або експорту, але товар не мав декларованої вартості чи його вартість або й сам товар були фальшивими. Наступний нелегальний метод полягає у наданні послуг на території країни, щодо котрих застосовують вищу ставку ПДВ, а фактичний розрахунок здійснюють за нижчими ставками або нульовою ставкою. Четвертий спосіб нелегального отримання ПДВ також стосується послуг. Послуги фізично надають на території держави але податник декларує, що отримав їх за кордоном. Останній спосіб належить до розрахунку в декларації товарів як таких, що підлягають під так звані внутрішні обернені розрахунки (перенесення обов'язку розрахунку ПДВ із продавця на покупця) [11].

Існують, однак, і легальні методи зменшення ПДВ. До них належать, наприклад, податкове планування, уникання подвійного оподаткування, податковаощадність. Податкове планування – це оптимізація податкових сум та деяких структур, котрі належать до окремих господарських дій [12, с. 13]. Податкове планування спрямовано на легальне зменшення суми податків шляхом раціонального управління фінансами. Головна роль у всіх наведених процесах відіграють ґрунтовні знання у сфері податкового права та розуміння взаємозалежностей між економічними процесами та правовими нормами, що стосуються оподаткування. Усе це, однак, потребує відносно тривалого часу, зусиль і коштів. Альтернативою цьому є швидке безпідставне збагачення за допомогою різного роду податкових шахрайств. Тому їхня популярність не зменшується, а навіть зростає в умовах перманентних змін правового поля

Польщі, спрямованих на конвергенцію з вимогами ЄС. На сьогодні механізми шахрайства із ПДВ стали дуже поширеним явищем у Польщі та становлять загрозу для функціонування польської економіки й держави загалом. Тому існує необхідність у ґрунтовному дослідженні цих схем, із метою опрацювання результативних методів боротьби з ними. Для цього, використовуючи метод анкетування, досліджено такі проблемні питання: які існують способи й механізми незаконного отримання ПДВ та які мають бути використані рішення для боротьби із цим явищем? Аналізом було охоплено період 2004 – 2015 рр.

Анкетування здійснено серед осіб, для котрих питання податку на додану вартість є близьким і котрі потенційно могли стикатися з явищем незаконного його отримання у своїй професійній практиці. Усіх респондентів можна розподілити на три групи: осіб, які працюють у бухгалтерії; осіб, які займаються власною господарською діяльністю та тих, які працюють в інших сферах діяльності.

Анкетування здійснено в березні 2016 р. Щоб охопити якомога більшу групу респондентів, його проводили за посередництвом Інтернету. Для цього було використано можливості платформи www.docs.google.pl. Сам формуляр анкети було розіслано електронною поштою до підприємців, бухгалтерів та інших осіб, котрі виявили бажання взяти участь у дослідженні. Остаточою в анкетуванні взяло участь 270 респондентів. Серед них: 90 осіб, що працювали як бухгалтери (33 % від усієї групи), 26 осіб (24,8 % від усієї групи) указало, що ведуть діяльність, пов'язану з бухгалтерією, 75 осіб (27,8 % від усієї групи) не вели бухгалтерської діяльності й не займалися власною господарською діяльністю. Із дослідження випливає, що в середньому на кожного бухгалтера або підприємця, котрий надає бухгалтерські послуги, припадає 41 господарський суб'єкт, для котрих вони ведуть бухгалтерію, а отже, володіють повною інформацією про їхні господарські операції, у тому числі пов'язані із ПДВ.

На запитання: "Зі скількома підприємствами, котрі незаконно отримували ПДВ, Ви працювали?" – 23,7 %, тобто 64 респонденти, працювало щонайменше з одним господарським суб'єктом, котрий незаконно отримував ПДВ. Разом це 174 суб'єкти, котрі вчинювали шахрайства із ПДВ. Решта, тобто 76,3 % опитуваних, задекларувала, що не знає жодного підприємця, котрий незаконно отримував би такий податок.

Суб'єкти, котрим була відома інформація про податкових шахраїв, відповіли теж на запитання щодо методів податкових шахрайств. Була можливість вибрати кілька відповідей, оскільки підприємства, що незаконно отримували ПДВ, могли використовувати кілька підходів. Визначені й опрацьовані результати наведені в таблиці.

Способи незаконного отримання ПДВ підприємствами, із котрими працювали опитувані
(розроблено авторами)
[The ways of illegal getting VAT by the firms the respondents worked with
(developed by the authors)]

Методи	Кількість підприємств										Сума рядка
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
"Податкова карусель", %	6,9	1,5	–	1,5	–	–	–	–	1,5	3,0	14,5
Зниження обсягів продажу, %	7,6	6,1	1,5	0,8	2,3	1,5	0,8	–	1,5	4,6	26,7
Фіктивні витрати, %	13,0	6,1	7,6	0,8	2,3	0,8	–	–	0,8	6,9	38,2
Фіктивний експорт, %	3,1	0,8	0,8	–	0,8	–	0,8	0,8	–	1,6	8,4
Інше, %	1,5	0,8	0,8	0,8	–	0,8	0,8	0,8	0,8	1,6	7,6
Не знаю, %	3,8	–	–	–	–	–	–	–	–	–	4,6
Усього											100,0

На основі інформації з таблиці можна твердити, що найбільш популярним методом незаконного отримання ПДВ були фіктивні витрати. На цю схему вказало 38,2 % опитуваних, котрим були відомі суб'єкти, що займалися податковими шахрайствами. Другим за популярністю був метод зниження обсягів продажів – 26,7 % від усіх відповідей. Третім щодо популярності механізмом незаконного отримання ПДВ була так звана "податкова карусель", котрий становив 14,5 % відповідей. Відносно незначну частину податкових шахрайств здійснювали з використанням фіктивного експорту – 8,4 % відповідей. На існування та використання інших методів незаконного отримання ПДВ указало менше ніж 8 % опитуваних.

Із наведених результатів дослідження випливає, що найчастіше у практиці податкових шахрайств, пов'язаних із ПДВ, використовують метод генерування фіктивних коштів. Для цього достатньо, що суб'єкт господарювання купує щось на фірму, але використовує це для приватних цілей та безпідставно відраховує собі податок від таких закупівель. Іншим виявом фіктивних коштів є так званий продаж витратних рахунків-фактур. Обігом таких нелегальних документів, переважно, займаються фірми, що діють у сфері послуг, наприклад: меркетингові, будівельні, транспортні послуги чи всі інші галузі, де відносно важко прослідкувати рух товару. Ще одним рішенням, що використовують для генерування фіктивних витрат є саме фактурування. Воно полягає в тому, що фірма сама собі виставляє витратні рахунки, наприклад, маючи бланки рахунків-фактур від легально діючого господарського суб'єкта й таким чином фабрикуючи їх від його імені. Під час здійснення контролю ідентифікація таких рахунків-фактур є вкрай складною, оскільки документи походять від реального суб'єкта, котрий уже деякий час функціонує на ринку. Єдиним результативним способом виявлення таких рахунків-фактур є перехресний

контроль – одночасний контроль кількох пов'язаних між собою підприємств.

Зниження або приховування обсягів продажу є одним із найпростіших і найлегших способів податкового шахрайства, оскільки потребує тільки внесення незначних коректив до бухгалтерської звітності. Однак інколи цей метод є дуже трудомістким. Так відбувається тоді, коли підприємець хоче знати, скільки він дійсно заробляє або коли, реалізуючи товари, мусить моніторити стан запасів на складах, щоб стан придбаних і проданих товарів відповідав станові придбаних і непроданих товарів. Якщо податник торгує товарами й мусить часто купувати товари, придбання котрих не відображає у звітності, то в такій ситуації він має чистий прибуток від маржі та ПДВ, оскільки не здійснює диверсифікацію цін легального й нелегального перепродажу (його ціни вже враховують податок). Часто приховування обсягів продажу відбувається у сфері послуг, де придбаний товар використовують як матеріал для надання деяких послуг. Приховування продажу послуг, переважно, має місце під час надання послуг кінцевим споживачам, котрих часто не цікавить рахунок-фактура, а тільки пропонована ціна та кінцевий результат. Прикладом може бути будівельне підприємство, котре надає послугу фарбування приміщення разом із будівельними матеріалами для приватного суб'єкта. Замовника не цікавить рахунок-фактура, а тільки ціна. У такій ситуації виконавець може запропонувати надання послуги без рахунка-фактури за ціною, нижчою на розмір ПДВ. У свою чергу, підприємець котрий придбав товар на свою фірму, відраховує нарахований ПДВ і тим самим отримує додатковий вимірний вигравш.

Із наведеної в таблиці інформації випливає, що досить поширеним способом незаконного отримання ПДВ є так звана "податкова карусель". Цей спосіб шахрайства є досить складним і трудомістким,

оскільки потребує створення організованої мережі та чіткого плану дій. Необхідними також є фінансові вкладення та врахування високого ризику. Звичайно, є також підприємства, котрі використовують цей механізм тільки інколи, коли трапляється така нагода. Механізми "каруселі ПДВ" можуть функціонувати в кількох формах [13, с. 2–18]:

1. Фіктивний посередник, на котрого здійснюють усі трансакції. Цей механізм став недієвим після того, як його почали досить легко викривати відповідні органи, завдяки введенню в дію інформаційної системи VIES для підтвердження номера ПДВ.

2. Посередник-банкрут, який здійснює всі операції таким чином, що власне він стає податником і платником цього податку. У результаті застосування такого механізму, цей суб'єкт показує всі операції, але не виконує сплату ПДВ, а будь-які санкції проти нього є неефективними через неволодіння ним жодним майном.

3. Мережа створює так званого зникаючого посередника, спрямовується на конкретну галузь і ґрунтовно ознайомлюється з її функціонуванням. На початковому етапі організація використовує ефект несподіванки. Це відбувається шляхом пропонування привабливих умов внутрішньосоюзного продажу товарів та пропонування низьких цін для потенційних покупців. Увесь процес незаконного отримання ПДВ відбувається за посередництвом фіктивних суб'єктів, зареєстрованих у різних країнах ЄС та на внутрішньому ринку. Іноземні суб'єкти, котрі постраждали від "податкової каруселі", можуть зіткнутися із проблемами зарахування таких витрат до розряду тих, що мали зв'язок із отриманням прибутку. Тобто ці кошти можуть не затвердити податкові органи їхніх країн. У таких ситуаціях податник має обов'язково довести, що діяв без наміру скоювання злочину. Мережу, котра діє протягом деякого часу, кінець кінцем викривають і її діяльність припиняють.

4. Незаконне отримання різниці між нарахованим і належним податком. Це досить складний процес, оскільки податкові органи перед тим, як повернути великі суми ПДВ (але дедалі частіше – і незначні суми теж), здійснюють ґрунтовний контроль такого суб'єкта.

Використання методу фіктивного експорту є одним із найбільш складних способів шахрайства ПДВ. Суб'єкт мусить організувати фактичний транспорт товару незначної вартості, котрий у податкових документах буде мати, однак, значну вартість. Іншим способом у цій ситуації є фальшування митних документів, із метою шахрайства.

Анкетовані також відповідали на запитання щодо викривання податкових шахрайств. Згідно з отриманими відповідями (від респондентів, котрі володіли інформацією про податкові злочини), податкові шахрайства не було викрито тільки у 26,6 % ситуацій. У 62,5 % ситуацій шахрайства було викрито. 26,6 % викритих шахрайств (46 фірм) стосувалися саме ПДВ. 10,9 % опитуваних не володіли потрібною інформацією. Така статистика свідчить про досить високий

рівень виявлення податкових шахрайств, тобто про відносно високу результативність фінансових органів Польщі. Беручи до уваги найбільш актуальні соціальні програми польського уряду (програма "500+" у межах прородинної політики, збільшення суми, вільної від оподаткування, програми державної підтримки в разі придбання квартир молодими родинами та ін.), варто очікувати, що результативність польських податкових органів у розкриванні шахрайств буде динамічно зростати, оскільки потрібні будуть додаткові надходження до державного бюджету. Найбільш дієвим способом викривання податкових злочинів був стандартний контроль за підприємцями органів податкової інспекції. 46,4 % розкритих злочинів було здійснено саме цим методом. 32,2 % фактів викриття податкових шахрайств надав так званий перехресний контроль. 21,4 % успішних справ щодо викриття махінацій із податками належить до таких методів: 7,1 % – викриття в контролера шахрая, 7,1 % – створення анонімної ситуації, 7,2 % – випадково та іншими методами.

Наступне запитання в анкеті стосувалося факторів, котрі, на думку респондентів, мають вплив на незаконне отримання ПДВ. 11,6 % опитуваних не відповідали на це запитання. 45 % стверджують, що вплив має сприятлива ситуація (можливість), а також так звана згода суспільства. Сприятливу ситуацію слід розуміти як стан (правовий, економічний, суспільний тощо), у якому відносно легко можна здійснити операцію податкового шахрайства. Прикладом може бути легкість фальшування самих рахунків-фактур. Бланк такого документа можна легко знайти в Інтернеті й за невеликі гроші виготовити фірмову печатку. Крім того, на сьогодні польське законодавство не вимагає, щоб на рахунках-фактурах ставили які-небудь печатки чи підписи. Усе це створює сприятливі умови для шахраїв. Велику роль у цій проблемній ситуації відіграє також так звана згода суспільства. Це явище означає, що громадяни задля тимчасової власної вигоди погоджуються на податкові шахрайства, наприклад на відмову від отримання рахунка-фактури за надані послуги. У результаті така практика веде до зменшення надходжень до бюджету, із котрого фінансують усю соціальну політику держави (медицину, освіту, пенсію, культуру тощо), остаточною отримувачами котрої і є саме громадяни. На думку опитуваних, легкість фальшування документів (18,9 %) та недостатня кількість контрольних дій (12,3 %) також мають значний вплив на незаконне отримання ПДВ. 12,1 % опитуваних навели власні приклади таких факторів: недопрацьована форма закону про ПДВ, занадто високі ставки ПДВ, фінансова користь.

Останнє запитання анкети стосувалося рішень, котрі повинна застосовувати держава для запобігання податковим шахрайствам, пов'язаним із ПДВ. 31,7 % опитуваних стверджувало, що найкращим рішенням було б збільшення кримінальної відповідальності за такі шахрайства. 27,7 % запропонувало свої рішення,

серед яких були, наприклад: зниження податкового тягаря, спрощення закону про ПДВ, припинення нарахування податку у формі доданої вартості, а також підвищення рівня податкової свідомості громадян. 22,3 % опитуваних запропонувало збільшити кількість контрольних заходів. 20,4 % респондентів не запропонувало жодних превентивних дій. Аналізуючи визначені результати, можна дійти висновку, що учасники анкетування головну роль у запобіганні податковим шахрайствам відводять державі. Згідно з їхньою точкою зору, власне державні органи (наприклад, шляхом спрощення законодавчої бази, збільшення кримінальної відповідальності чи зменшення податкового тягаря) мають дбати про те, щоб таких нелегальних виявів отримування податків, у тому числі ПДВ, було якомога менше. Ця інформація може бути цінною для формування подальшої політики у сфері публічних фінансів. Однак серед отриманих відповідей є й такі, котрі вказують на зростання рівня соціальної свідомості польських громадян. Указуючи на потребу підвищення рівня податкової свідомості громадян, респонденти тим самим частково перекладають відповідальність за податковий порядок на саме суспільство та його окремих представників. Такий підхід є дуже важливим і вкрай необхідним під час формування й розвитку громадянського суспільства, у котрому власне окремі особи та їхні групи дбають про публічний лад і порядок. У суспільстві з високим рівнем податкової свідомості загальним є розуміння, що, даючи згоду на існування податкових шахрайств, вони тим самим обкрадають самих себе. Власне тому громадяни мають стояти на варті свого суспільного добробуту. Він безпосередньо залежить від рівня доходів державного бюджету, у котрому лівова частка відводиться саме податкам на чолі із ПДВ.

Підбиваючи підсумки здійсненого аналізу можна ствердити, що найбільш популярними методами незаконного отримання ПДВ у Польщі в період 2004 – 2015 рр. були фіктивні витрати, занижування обсягів продажу та "податкова карусель ПДВ". Використання фіктивних витрат та занижування обсягів продажу з шахрайською метою є найбільш простими способами. Вони не потребують занадто кропіткої підготовки, а саме шахрайство з їхньою допомогою не створює значних проблем. Це все разом узятє й пояснює популярність цих двох методів. "Податкова карусель" також належить до популярних методів незаконного отримання ПДВ. Хоча це рішення й потребує значної підготовки та коштів, тим не менш воно відносно часто зустрічається в шахрайській практиці. Причиною є те, що за допомогою цього механізму можна незаконно отримати значні суми ПДВ.

Рівень розкриття податкових злочинів указує на те, що перед контрольними органами Польщі ще багато роботи. Варто, однак, сподіватися, що та статистика буде динамічно поліпшуватися, оскільки новий уряд Польщі потребує додаткових бюджетних надходжень для реалізації передвиборчих обіцянок у сфері

соціальної політики. У сфері методів розкриття податкових злочинів варто, з одного боку, продовжувати вдосконалювати найбільш дієві їхні форми (стандартні контрольні дії податкових органів та так звані перехресні контролю), так і розвивати нові, наприклад з участю суспільства.

На думку учасників анкетування, факторами, котрі найбільшою мірою сприяють шахрайствам із ПДВ, є згода суспільства, сприятлива ситуація та легкість фальшування документів. Згода суспільства є дуже важливим фактором, оскільки багато людей вважає, що обкрадання держави не є злочином. Однак, насправді, таке обкрадання є злочином проти всіх громадян, котрі платять податки. А таких більшість у польському суспільстві. Існування сприятливих обставин для податкових шахрайств є важливим аспектом, оскільки чим більше буде таких нагод, тим більше буде виявів незаконного отримання ПДВ. Тому інформація про існування таких обставин має слугувати адекватним превентивним діям із боку відповідних державних органів і суспільства загалом. Фальшування документів у XXI столітті не становить жодної проблеми для багатьох суб'єктів, що діють на польському ринку. Дуже часто вони пропонують продаж фіктивних витрат або фабрикування документів відбувається самими підприємцями для власних потреб. Тим більш це можливо після останніх нововведень щодо форми рахунків-фактур, котрі тепер не потребують жодних печаток ані підписів.

Спрощення закону про податок від товарів та послуг є одним із рішень, котре має бути введено у життя, із метою превенції та боротьби з незаконним отриманням ПДВ. Простота та зрозумілість законодавчої бази завжди була й буде запорукою її ефективного функціонування. Необхідність у спрощенні законодавчої бази Польщі, котра стосується ПДВ є вкрай важливою. Це відразу стане зрозумілим кожному, хто побачить обсяг (кількість сторінок) Закону Польщі про податок від товарів та послуг. Крім цього основоположного нормативно-правового акта, існує ще ціла низка виконавчих та супровідних норм як внутрішнього, так і загальноєвропейського масштабу. Усе це разом створює досить запутану й малозрозумілу для користувачів систему, котра потребує симпліфікації. Додатковим "заохоченням" для дотримання норм податкового законодавства може стати збільшення розмірів штрафів і покарань за вчинення податкових шахрайств. Іншим дієвим методом боротьби з податковими шахрайствами може стати підвищення рівня податкової свідомості громадян. Освітня й інформаційна діяльність держави в цьому плані має відігравати провідну роль. Прикладом можуть стати Сполучені Штати Америки, де "податкову освіту" здійснюють уже для дошкільнят у формі вивчення "податкової абетки".

Проблема незаконного отримання податку на додану вартість не стосується виключно Польщі. Вона існує також в інших країнах Європейського Союзу. Тому

розуміння потреби в боротьбі із цим виявом правопорушень є спільним для всіх країн-членів ЄС. Існують плани та вже розробляють механізми для того, щоб зрівняти ставки ПДВ на території всього Європейської Союзу. Завдяки цьому зникне нульова ставка ПДВ, котру зараз застосовують під час внутрішньо-союзного постачання. Податок будуть нараховувати в кожній країні окремо, що між іншим призведе до натурального зникнення (або принаймні зменшення рівня функціонування) незаконного явища, котрим є "карусель ПДВ". Іншим способом, над упровадженням котрого вже ведуть роботу, є введення в дію єдиної інтегральної електронної європейської системи ПДВ. За її допомогою працівники державних служб країн-членів ЄС у разі сумнівів щодо повернення ПДВ зможуть перевірити чи така операція проходила за бухгалтерською звітністю у всіх контрагентів.

Література: 1. Modzelewski W. Prawo podatkowe / W. Modzelewski. – Warszawa : Instytut Studiów Podatkowych Modzelewski i Wspólnicy, 2013. 2. Wyciszczak A. Podatek od towarów i usług VAT / A. Wyciszczak. – Bielsko-Biala : Od Nowa, 2014. 3. O podatku od towarów i usług : USTAWA z dnia 11 marca 2004 r. // Dz.U. – 2004. – Nr 54. – Poz. 535. 4. Kodeks Karny Skarbowy : Ustawa z dnia 10 września 1999 r. // Dz.U. – 1999. – Nr 83. – Poz. 930. 5. Żabska M. Optymalizacja podatkowa a oszustwa podatkowe / M. Żabska, // Problemy współczesnej rachunkowości T. Kiziukiewicz // Zeszyty Naukowe Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – Szczecin : WNUS, 2013. – Tom 2, nr 61. 6. Winiarska K. Kontrola zarządcza / K. Winiarska // Zeszyty Naukowe Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – Szczecin : WNUS, 2014. – Nr 72. 7. Dolata S. Podstawy wiedzy o polskim systemie podatkowym / S. Dolata – Warszawa : Wolters Kluwer, 2011. 8. Kiziukiewicz T. Problemy współczesnej rachunkowości / T. Kiziukiewicz // Zeszyty Naukowe Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – Szczecin : WNUS, 2013. – Tom 2, nr 61. 9. Zaleska B. Odwrotne obciążenie podatkiem VAT przedmiotem kontroli zarządczej / B. Zaleska, K. Dziadek // Kontrola zarządcza w praktyce / K. Winiarska // Zeszyty Naukowe Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia. – 2014. – Nr 72. 10. Turaliński K. Przepiętwa Skarbowe: Kwalifikacja prawna i metodyka uszczuplania podatku VAT / K. Turaliński. Warszawa : Ardius, 2010. 11. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.isp-modzelewski.pl/component/content/article?id=623&start=7>. 12. Ładziński A. Prawne granice optymalizacji podatkowej / A. Ładziński. – Warszawa : Wolters Kluwer Polska, 2008. 13. Żak J. Karuzela VAT – groźne zjawisko zaburzające podstawy zdrowej konkurencji wolnorynkowej / J. Żak. – Warszawa : Gospodarka Materiałowa i Logistyka. – 2013. – Nr 8.

References: 1. Modzelewski W. Tax law / W. Modzelewski. – Warsaw : The Institute of Law Study Modzelewski and Co., 2013. 2. Wyciszczak A. The Value Added Tax / A. Wyciszczak. – Bielsko-Biala : Od Nowa, 2014. 3. The Goods and Services Tax : Act of March 11, 2004. – Dz.U. – 2004. – Nr 54. – poz. 535. 4. The Financial Penal Code: Act of September 10, 1999. – // Dz.U. – 1999. – Nr 83. – poz. 930. 5. Zabska M. Tax optimization and tax

frauds / M. Zabska // The problems of modern accounting / T. Kiziukiewicz // The scientific magazine of Finance, Financial Markets, Insurance. – Szczecin : WNUS, 2013. – Vol 2, No. 61. 6. Winiarska K. Management control in practice / K. Winiarska // The scientific magazines of Finance and Financial Markets, Financial Markets, Insurance. – Szczecin : WNUS, 2014. – No. 72. 7. Dolata S. The basic knowledge about polish tax system / S. Dolata. – Warsaw : Wolters Kluwer, 2011. 8. Kiziukiewicz T. The problems of modern accounting / T. Kiziukiewicz // The scientific magazines of Finance, Financial Markets, Insurance. – Szczecin : WNUS, 2013. – Vol. 2, No. 61. 9. Zaleska B. Reverse charge in VAT as a subject of management control / B. Zaleska, K. Dziadek // Management controlling in practice / K. Winiarska // The scientific magazines of Finance, Financial Markets, Insurance. – 2014. – No. 72. 10. Turalinski K. Tax crimes: the legal classification and methodology of VAT draining / K. Turalinski. – Warsaw : Ardius, 2010. 11. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.isp-modzelewski.pl/component/content/article?id=623&start=7>. 12. Ladzinski A. The legal boundaries of tax optimization / A. Ladzinski. – Warsaw : Wolters Kluwer Poland, 2008. 13. Zak J. VAT carousel – a dangerous phenomenon threatens the normal free market competition / J. Zak // The Material Economy and Logistic. – 2013. – No. 8.

Інформація про авторів

Длугош Іоанна – канд. екон. наук, ад'юнкт кафедри фінансів і банківської справи економічного факультету Вармінсько-Мазурського університету в Ольштині (вул. Очаповського, 4, м. Ольштин, Польща, 10-179, e-mail: joannadlugosz@interia.pl).

Ващенко Микола Миколайович – канд. екон. наук, голова правління ТОВ WBM Polska (вул. Муржиновського, 7/10, м. Ольштин, Польща, 10-684, e-mail: proffesional@o2.pl).

Інформация об авторах

Длугош Іоанна – канд. екон. наук, ад'юнкт кафедри фінансов и банковского дела экономического факультета Вармінсько-Мазурського університету в Ольштині (ул. Очаповського, 4, г. Ольштин, Польща, 10-719, e-mail: joannadlugosz@interia.pl).

Ващенко Николай Николаевич – канд. екон. наук, председатель правления ООО WBM Polska (ул. Муржиновського, 7/10, г. Ольштин, Польща, 10-684, e-mail: proffesional@o2.pl).

Information about the authors

J. Dlugosh – PhD, adjunct of the Department of Finance and Banking of the Economic Faculty of the University of Warmia and Mazury in Olsztyn (4, M. Oczapowskiego St., Olsztyn, Poland, 10-719, e-mail: joannadlugosz@interia.pl).

M. Vashchenko – PhD, Chairman of the Board of WBM Polska Ltd (7/10, Murzynowski St., Olsztyn, Poland, 10-684, e-mail: proffesional@o2.pl).

*Стаття надійшла до ред.
27.01.2017 р.*

РОЗВИТОК ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗБАЛАНСОВАНOSTI НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ

Сибірцев В. В.

Головною передумовою успішного функціонування національної економіки є наявність достатнього трудового потенціалу, погодженого з поточним станом та цільовими орієнтирами її розвитку. Така погодженість має простежуватися на всіх стадіях відтворення трудових ресурсів та розкриватися через відсутність диспропорцій та інституціональних пасток функціонування ринку праці. Тому актуалізується проблема досягнення та підтримки бажаного рівня збалансованості цього ринку.

Досліджено розвиток теоретико-методологічних засад формування та регламентування роботи контурів державного регулювання збалансованості національного ринку праці, орієнтованих на удосконалення наявних інститутів ринку праці та встановлення оптимальних співвідношень між параметрами цих інститутів та характеристиками ринку праці. Згідно з авторською гіпотезою, державне регулювання зведено до максимізації трудового потенціалу через погодження, по-перше, різноспрямованих векторів розвитку національної економіки та, по-друге, антагоністичних інтересів учасників ринку праці.

Розширено зміст поняття збалансованості ринку праці шляхом введення додаткового переліку пропорцій та раціональних співвідношень між окремими параметрами його функціонування та розвитку; використано фрактально-ієрархічний підхід до визначення характеристик збалансованості ринку праці; введено систему класифікаційних ознак збалансованості ринку праці; досліджено стратегічні імперативи досягнення довгострокової збалансованості національного ринку праці; збалансованість ринку праці розглянуто в контексті подолання наявних диспропорцій ринку праці та максимізації рівня економічної безпеки цього ринку.

Відмінність пропозицій міститься у прийнятті концепції обмеженої раціональності та відмови від можливості досягнення рівноважного стану ринку праці на користь застосування концепції динамічної нерівноваги. Іншою відмінністю є орієнтація на кумулятивний характер впливу диспропорцій ринку праці в різні періоди часу на характеристики економічного розвитку країни. Відображення цього кумулятивного впливу здійснено за допомогою моделі системної динаміки, до якої введено характеристики стратегічної затримки досягнення збалансованості національного ринку праці.

Ключові слова: ринок праці, збалансованість ринку праці, державне регулювання, диспропорції ринку праці, інституціональне проектування, трудовий потенціал.

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА

Сибірцев В. В.

Главной предпосылкой успешного функционирования национальной экономики выступает наличие достаточного трудового потенциала, согласованного с текущим состоянием и целевыми ориентирами экономического развития. Такая согласованность должна прослеживаться на всех стадиях воспроизводства трудовых ресурсов и раскрываться отсутствием диспропорций и институциональных ловушек функционирования рынка труда. Поэтому актуализируется проблема достижения и поддержки желаемого уровня сбалансированности этого рынка.

Исследовано развитие теоретико-методологических основ формирования и регламентирования контуров государственного регулирования сбалансированности национального рынка труда, ориентированных на усовершенствование имеющихся институтов рынка труда и установление оптимальных соотношений

между параметрами этих институтов и характеристиками рынка труда. Согласно с авторской гипотезой, государственное регулирование сводится к максимизации трудового потенциала через согласование, во-первых, разнонаправленных векторов развития национальной экономики и, во-вторых, антагонистических интересов участников рынка труда.

Расширено содержание понятия сбалансированности рынка труда путем введения дополнительного перечня пропорций и рациональных соотношений между отдельными параметрами его функционирования и развития; использован фрактально-иерархический подход к определению характеристик сбалансированности рынка труда; введена система классификационных признаков сбалансированности рынка труда; исследованы стратегические императивы достижения долгосрочной сбалансированности национального рынка труда; сбалансированность рынка труда рассмотрена в контексте преодоления существующих диспропорций рынка труда и максимизации уровня экономической безопасности этого рынка.

Отличие предложений состоит в принятии концепции ограниченной рациональности и отказе от возможности достижения равновесного состояния рынка труда в пользу применения концепции динамического неравновесия. Другим отличием является ориентация на кумулятивный характер влияния диспропорций рынка труда в разные периоды времени на характеристики экономического развития страны. Отражение данного кумулятивного влияния осуществлено с помощью модели системной динамики, в которую введены характеристики стратегической задержки достижения сбалансированности национального рынка труда.

Ключевые слова: рынок труда, сбалансированность рынка труда, государственное регулирование, диспропорции рынка труда, институциональное проектирование, трудовой потенциал.

THE IMPROVEMENT OF THE INSTITUTIONAL COMPONENT OF THE STATE REGULATION OF THE NATIONAL LABOR MARKET BALANCE

V. Sybirtsev

The main prerequisite for the successful functioning of the national economy is the availability of sufficient labor potential harmonized with the current state of the labor market and with the targets of its development. Such harmonized condition should be traceable at all stages of the labor resource reproduction and it should reveal itself in the lack of imbalances and institutional traps in the labor market functioning. In view of this the problem of achieving and maintaining the desired level of market balance becomes relevant.

The development of the theoretical and methodological component for the formation and regulation of the state control of the national labor market balance has been investigated, this component being oriented to the improvement of the available labor market institutions and establishment of an optimal interrelation between the parameters of these institutions and the labor market characteristics. The author's hypothesis presupposes the reduction of state regulation to the maximization of the employment potential through harmonization of, first, the countervailing vectors of the national economy development and, secondly, the antagonistic interests of the labor market participants.

The meaning of the labor market balance has been expanded by entering an additional list of proportions and rational correlations between different parameters of the labor market operation and development; the fractal and hierarchical approach to determining the characteristics of the labor market balance has been used; the system of classification criteria of the labor market balance has been introduced; the strategic component of achieving the national labor market long-term balance has been researched; the balance of the labor market has been considered in the context of overcoming the existing imbalances of the labor market and in the way of maximizing the economic security of this market.

A distinctive feature of the proposals consists in adopting the concept of bounded rationality and rejection of the possibility of achieving an equilibrium state of the labor market in favor of the concept of dynamic imbalance. Another difference is the focus on the cumulative impact of the labor market disproportions in different periods of time on the characteristics of economic development. This cumulative impact has been demonstrated via the model of system dynamics which has been extended by the characteristic of strategic delay in the national labor market balancing.

Keywords: labor market, labor market balance, government regulation, labor market imbalances, institutional design, labor potential.

Актуальність обраної тематики дослідження визначено кризовим станом національної економічної системи та усвідомленням необхідності у виробленні

комплексного шляху переведення економіки на шлях випереджувального чи сталого розвитку. Можливість такого розвитку багато в чому залежить від наявності

певного розміру потенціалу, у тому числі потенціал трудових ресурсів країни. До того ж лише наявність високого трудового потенціалу не гарантує переведення економіки на шлях подолання кризових тенденцій та зростання. По-перше, трудовий потенціал має бути гармонізований з іншими видами потенціалу країни, такими, як: ринковий, фінансовий, виробничий, інвестиційний тощо. По-друге, у наявності мають бути дієві важелі управління реалізацією такого потенціалу, які перебувають у сфері державного регулювання економіки загалом та ринку праці зокрема. По-третє, реалізація трудового потенціалу потребує вироблення ефективних норм та правил, які належать до сфери інституціонального проектування. Наявність цих трьох зазначених аспектів забезпечення реалізації трудового потенціалу утворюють вагому проблему, яка потребує якнайшвидшого вирішення. Це проблема подолання наявних диспропорцій національного ринку праці через досягнення збалансованості цілого ряду його ключових характеристик задля максимізації розкриття потенціалу трудових ресурсів.

У переважній більшості випадків дослідники розглядають збалансованість ринку праці лише через характеристики рівноваги між попитом та пропозицією на ринку праці. Це такі вчені, як: В. Л. Ключня, А. А. Ілюхін чи Д. А. Гайнанов [1 – 3]. Автор пропонує дещо по-іншому розглянути проблему збалансованості національного ринку праці, а саме в контексті вдосконалення інститутів державного регулювання такої збалансованості. Безпосередньо питання державного регулювання ринку праці доволі широко представлено в економічній літературі. Найбільш відомими українськими авторами тут є Е. М. Лібанова, А. М. Колот та Ю. М. Маршавін [4 – 6]. Водночас дослідження особливостей державного регулювання безпосередньо збалансованості ринку праці, особливо національного ринку праці, проводили хіба що В. В. Дружиніна [7] (докладно висвітлено особливості регулювання збалансованості ринку праці, але щодо місцевого ринку. Отже, її розробки має бути розширено з урахуванням специфіки макрорівня) та С. В. Сигова [8] (використано кібернетичний підхід до регулювання ринку праці, але все ж таки з орієнтацією лише на співвіднесення, хоча й потенційних, попиту та пропозиції).

Аналогічно бачиться ситуація й у сфері інституціонального регулювання ринку праці. Склад інститутів ринку праці та їхнє змістовне наповнення доволі докладно визначено такими авторами, як: Р. Л. Аганбекян, П. П. Мазурок чи М. Тврдон [9 – 11]. Кожен із зазначених авторів робив наголос на потребі в удосконаленні всієї сукупності або кожного окремого з наявних інститутів ринку праці. Разом із тим, підхід до відокремленого дослідження інституціонального підґрунтя досягнення збалансованості ринку праці не привернув належної уваги. Відмінністю можуть стати розробки О. М. Пищуліної [12], присвячені вивченню інституціональних пасток ринку праці. Такі пастки, на думку автора, як раз засвідчують наявність незбалансованості на ринку праці (тим більше такої незбалансованості,

яка виходить за межі невідповідності між попитом та пропозицією на ринку чи порушень професійно-кваліфікаційної структури ринку праці). На жаль, цей автор не використовував безпосередньо поняття збалансованості ринку праці, що могло б збагатити результати його досліджень.

У зв'язку із цим, відразу потрібно зазначити, що окремим пластом слід виділити дослідження, які можна непрямо зарахувати до регулювання збалансованості національного ринку праці. По-перше, це дослідження, присвячені вивченню диспропорцій ринку праці. Наприклад, О. В. Раєвнева [13] проводила подібні дослідження в аспекті диспропорцій досліджувала диспропорції ринку праці щодо диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів. І. В. Краснопецьова [14] досліджувала дисбаланс професійної структури ринку праці, який є одним із різновидів збалансованості ринку праці. Л. В. Казаренко [15], у свою чергу, розглядав зв'язок розвитку людського потенціалу з політикою підвищення якості життя населення. По-друге, це дослідження у сфері підтримки безпеки ринку праці. Такі дослідники, як І. В. Цвігун [16] чи Д. В. Зеркалов [17] доволі докладно розглянули особливості протидії різного роду загрозам на ринку праці. В агрегованому вигляді кожну з розробок цих авторів можна розглядати як дослідження негативного впливу або вияву того чи іншого різновиду незбалансованості ринку праці на характеристики його функціонування та розвитку. Надання цілісної характеристики саме інституціонального підґрунтя державного регулювання збалансованості національного ринку праці все ж таки потребує додаткового розгляду.

Метою статті є розвиток теоретико-методологічних засад виділення та регламентування роботи контурів державного регулювання збалансованості національного ринку праці, орієнтованих на вдосконалення наявних інститутів ринку праці та встановлення оптимальних співвідношень між параметрами цих інститутів та характеристиками ринку праці. Для досягнення мети статті передбачено вирішення таких завдань: ідентифікувати зміст поняття збалансованості національного ринку праці; визначити напрями вияву збалансованості національного ринку праці та розподілити їх у межах певної системи класифікаційних ознак; сформувати модель досягнення збалансованості ринку праці; визначити склад та взаємообумовлений вплив інститутів ринку праці, які забезпечують державне регулювання його збалансованості. Сукупність цих завдань ґрунтується на гіпотезі про зведення державного регулювання до максимізації трудового потенціалу через погодження різноспрямованих векторів розвитку національної економіки та антагоністичних інтересів учасників ринку праці.

Реалізація мети статті можлива лише в разі визначення всіх можливих напрямів вияву збалансованості ринку праці. Для того щоб установити такі напрями, слід скористатися результатами наведених у табл. 1 результатів здійсненого семантичного аналізу цього поняття.

**Семантичний аналіз поняття збалансованості ринку праці
[Semantic analysis of the concept of the labor market balance]**

Агреговане подання	Тлумачення збалансованості ринку праці	Напрями балансування	Автори
Раціональні співвідношення та пропорції ринку праці. Урахування темпів зростання	Ряд раціональних співвідношень, пропорційних поєднань, які встановлюються між елементами ринку праці. Відповідність складових частин ринку праці, між якими встановлюються та безперервно підтримуються необхідні пропорції (щодо рівня цих характеристик та темпів їхнього зростання)	Баланс попиту та пропозиції робочої сили. Баланс темпів зростання зазначених характеристик	Т. Н. Пігіна [18]
Рівновага та наявність важелів впливу на неї	Спроможність із використанням комплексу регуляторів досягти відносної рівноваги; за допомогою дієвих механізмів гармонізувати рух попиту та пропозиції й запобігти появі екстремальних ситуацій	Вияв зовнішніх загроз, у зв'язку з рівноважною ціною праці	І. С. Кравченко [19]
Тривала рівновага	Збалансованість як тривала рівновага між попитом та пропозицією (коефіцієнт збалансованості) з урахуванням прихованого безробіття	Попит, пропозиція та безробіття	Т. М. Боголіб [20]
Рівновага внутрішньо-фірмового ринку праці (за ціною)	Збалансованість розглянуто через відповідність професійних та кваліфікаційних характеристик робочої сили потребам виробництва (потреби формалізовано через техніко-технологічні параметри робочих місць)	Баланс кваліфікаційних характеристик та технологічних вимог	Ю. Г. Одегов [21, с. 272]
Орієнтація на рівновагу та наявність механізмів погодження сторін	Збалансованість як рівновага між професійно-кваліфікаційною структурою пропозиції трудових ресурсів та економічно доцільними робочими місцями в кожний момент часу. Наближення до такої рівноваги досягають у результаті роботи механізмів погодження сторін	Економічно доцільні робочі місця та запити щодо професійної структури кадрів	В. Л. Ключня [1]
Якісний та кількісний аспект досягнення збалансованості ринку	Співвідношення сукупного попиту та пропозиції (економічна складова), сукупності обов'язків та прав суб'єктів ринку (соціальна складова), рівня державного впливу на економічні фактори та характеристик інституціонального забезпечення (регулятивна та інституціональна складова)	Розподіл напрямів на економічні, соціальні, регулятивні та інституціональні	А. В. Сурін [22]
Додавання демографічних характеристик	Збалансованість як погодженість параметрів ринку праці та параметрів і результатів роботи ринку освітніх послуг у контексті напрямів подолання структурного безробіття	Потреби ринку та випуск системи професійної освіти	Д. А. Гайнанов [3]
Динамічна та відтворювальна збалансованість	Збалансованість розкрито через пропорційність у розподілі трудових ресурсів (балансування виробництва за трудовим фактором) та у співвідношенні між темпами приросту робочої сили й робочих місць	Спеціалізація, чисельність зайнятих, темпи приросту цих показників	Е. Шлендер [23]
Стратегічна орієнтація на інтереси	Збалансованість як зведення до стану максимального врахування інтересів та потреб учасників ринку праці	Сукупний попит та пропозиція на ринку праці	В. В. Дружиніна [7]
Динамічна збалансованість структури та зростання	Збалансованість як стан макроекономічної рівноваги, якій властиві пропорційність економічних процесів. Уявляють як процес ефективного погодження попиту та пропозицію на робочу силу	Потенційні попит та пропозиція, кваліфікаційна структура ринку	С. В. Сігова [8]

Аналізуючи табл. 1, слід зазначити, що лише В. В. Дружиніна [7] зробила акцент на необхідність у розгляді збалансованості ринку праці зі стратегічної точки зору та не стільки досягнення рівноважного стану ринку, скільки максимально можливого врахування інтересів його учасників. Саме такий підхід, на думку автора, максимально повно відповідає меті статті та дозволяє визначити особливості формування інституціонального підґрунтя державного регулювання збалансованості ринку праці.

Головним висновком з аналізу поданих у табл. 1 тлумачень є необхідність у розгляді збалансованості

ринку праці не як статичної оцінки, а як певної динамічної характеристики (або навіть як процесу, на що зроблено наголос С. В. Сіговою). Про динамічну збалансованість мову ведуть, наприклад, Е. Шлендер [23, с. 173] та Т. М. Боголіб [20], говорячи про неможливість отримання тривалої рівноваги між попитом та пропозицією на ринку праці. Т. Н. Пігіна [18], у свою чергу, також абсолютно слушно робить наголос на динамічності відносин на ринку праці, а отже на їхній непостійності та мінливості. Відповідно, і рівновага на ринку праці (так само як і збалансованість) не може бути постійною. Можливим є лише наближення до певного

стану рівноваги ринку праці (до стану "нестійкої рівноваги").

Автор пропонує розширити такий підхід урахуванням концепції "стійкої нерівноваги". Ця пропозиція ґрунтується на розробках В. В. Попкова [23], який наголошує на тому, що зараз економічні системи адаптуються до змін повільніше, ніж ці зміни виникають [23, с. 26]. Відповідно, система ніколи не опиняється в рівноважному стані (не встигає опинитися в ньому). Відповідно, і збалансованість ринку праці слід розглядати як "стійку нерівновагу", коли функціонування та розвиток відбуваються за рахунок зазначеного в [23, с. 83] "накопичення нерівноваги в межах певної зони балансування параметрів та характеристик економічної системи". В агрегованому вигляді зазначену логіку забезпечення збалансованості національного ринку праці показано на рис. 1.

Поданий на рис. 1 підхід загалом дозволяє уявити ринок праці як описану І. Пригожеєм [24] дисипативну структуру. Такі структури характеризуються погодженою поведінкою елементів. До того ж така поведінка

ґрунтується на самоорганізації. Відповідно, і досягнення такої поведінки можливе лише під час формування належного інституціонального підґрунтя, яке регламентує функціонування та розвиток ринку праці. Важливість цієї пропозиції (як і доречність орієнтації на набутки концепції динамічної не рівноваги) полягає в тому, щоб забезпечити збалансованість інтересів усіх учасників ринку праці майже неможливо, з огляду на їхню об'єктивну різноспрямованість. Саме проведене належним чином інституціональне проектування дозволяє створити умови для саморегуляції ринку в напрямі досягнення зазначеного стану "стійкої нерівноваги" ринку праці

Окремо слід зазначити, що на рис. 1 відображено лише основну логіку виникнення незбалансованості ринку праці. До того ж, з огляду на переважне згадування в табл. 1 параметрів попиту і пропозиції та характеристик професійно-кваліфікаційної структури ринку праці, лише їх використано в межах поданої на рис. 1 схеми. Цілком зрозуміло є доречність розширення кількості напрямів балансування.

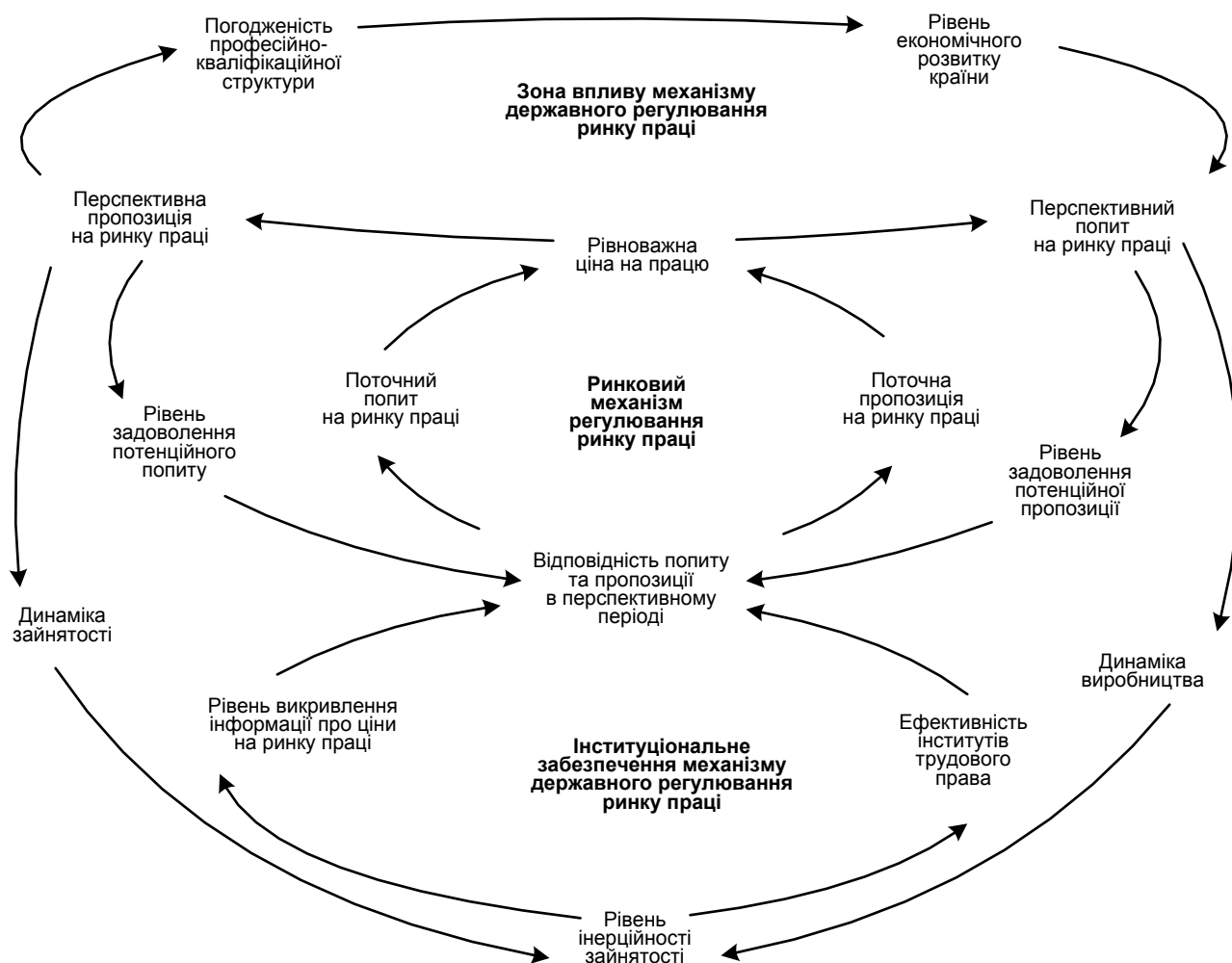


Рис. 1. Принципова схема виникнення проблеми підтримки збалансованості національного ринку праці [The conceptual diagram of the appearance of the problem of providing the national labor market balance]

Відповідно, і практична реалізація зазначеної на рис. 1 логіки балансування потребує її певного розширення в напрямі збільшення та більш чіткого визначення параметрів ринку праці, між якими необхідно визначати оптимальні співвідношення. Досягти цього можна, перш за все, за рахунок формування належної системи класифікаційних ознак збалансованості ринку праці. Основу формування такої системи ознак буде становити наведений у табл. 1 семантичний аналіз поняття збалансованості ринку праці, у зв'язку з ідентифікованими в табл. 2 напрямками балансування характеристик ринку праці. Слід зазначити, що деякі з наведених у табл. 2 напрямків

забезпечення збалансованості національного ринку праці набули авторського розширення. Важливим елементом табл. 2 є врахування зазначеної динамічності ринку праці, а отже й розподіленої в часі реакції національного ринку праці на дію регуляторів та інструментів коригування його збалансованості. Іншою особливістю поданого в табл. 2 підходу є застосування концепції стратегічних розривів до опису ситуації та визначення збалансованості ринку праці. Такі стратегічні розриви надалі використано як елемент розширення зазначеної на рис. 1 моделі динамічної нерівноваги ринку праці.

Таблиця 2

**Узагальнене подання напрямів забезпечення збалансованості національного ринку праці
[A generalized representation of the areas of providing the national labor market balance]**

Можливі диспропорції на ринку праці	Напрями забезпечення збалансованості ринку праці	Аспекти безпеки	Часові затримки для відновлення балансу	Наслідки відсутності регулювання	Залучені інститути ринку праці
1	2	3	4	5	6
"Традиційний" аспект визначення збалансованості ринку праці в межах внутрішніх параметрів та пропорцій ринку праці (див. рис. 1)					
Одночасна наявність значної кількості вакансій та безробітних	Балансування попиту та пропозиції робочої сили (базова схема за рис. 1)	Безпека у сфері зайнятості	Тривалість процесу підготовки кадрів. Час адаптації програм навчання	Заглиблення структурного безробіття на ринку праці	Інститут мінімальної заробітної плати. Трудове право
Суперечності між рівнями трудових ресурсів та факторів виробництва	Збалансованість у межах професійно-кваліфікаційної структури ринку праці	Безпека у сфері зайнятості	Зменшення рівня реалізації виробничого й технологічного потенціалу	Падіння соціальної значущості роботи в очах робітників	Інститут освіти та професійного навчання
Диференціація регіонального розвитку (соціально-економічного розвитку окремих регіонів)	Територіальний баланс між попитом та пропозицією робочої сили (фрактальна збалансованість)	Міграційна безпека ринку праці	Час на балансування міграційних потоків та досягнення рівноваги в регіонах вибуття	Обмеженість географічної мобільності. Диференціація безробіття за регіонами	Міграційна політика. Регламенти роботи агенцій та служб зайнятості
Стратегічний аспект досягнення збалансованості з урахуванням зовнішніх впливів та перспективних вимог					
Зменшення кількості організацій, спрямованих на інноваційний розвиток	Пропорційність поточних та стратегічних цілей (стратегічна збалансованість)	Безпека розвитку	Час адаптації компетентностей робітників до інноваційних перетворень	Зменшення трудового потенціалу. Інерційність його розвитку	Регламенти роботи агенцій та служб зайнятості
Компетентності робітників та сприйняття роботодавцями їхньої майбутньої необхідності	Спроможність робочої сили до навчання й поповнення навичок та нові вимоги до попиту на ці навички	Безпека розвитку ринку праці	Час реакції потенційного попиту на ринку праці на можливі зміни потенційної пропозиції	Неспроможність формування довгострокової програми розвитку країни	Інститут укладання контрактів (декларування постійності навчання)
Інституціональний аспект досягнення збалансованості щодо антагоністичних інтересів учасників ринку праці					
Наявність власних інтересів, ресурсів та прав у суб'єктів ринку праці	Погодженість антагоністичних інтересів (інституціональна збалансованість)	Інституціональна безпека ринку праці	Час зміни наявних стереотипів, цінностей та моделей поведінки	Загострення вияву антагонізму в системі інтересів	Інститут суспільного діалогу. Соціальне партнерство
Викривлення інформації про ціну робочої сили	Інфраструктурно-інформаційна збалансованість		Час налагодження інформаційного обміну	Посилення опортуністичної поведінки	Програми зайнятості та соціальної підтримки

1	2	3	4	5	6
Зовнішня складова вияву збалансованості (збалансованість параметрів взаємодії ринку праці та інших ринків)					
Неспроможність реалізації програм розвитку через брак кадрів	Баланс програм регіонального розвитку та трудового потенціалу регіонів	Економічна безпека	Час роботи механізму стимулювання пропозиції на ринку праці	Зменшення трудового потенціалу. Інерційність його розвитку	Інститут заробітної плати. Програми зайнятості
Структурні диспропорції та дискримінація на молодіжному ринку праці	Незбалансованість вакансій на ринку праці та структури випускників ВНЗ	Відтворювальна безпека	Час адаптації програм навчання та підготовки студентів у ВНЗ	Збільшення розриву між підготовкою та запитами ринку	Інститут освіти та професійного навчання

Таким чином, орієнтуючись на наведені в табл. 2 напрями вияву збалансованості ринку праці, визначено показану на рис. 2 класифікацію видів такої збалансованості. Тут слід зазначити, що, переважно, дослідники орієнтуються на дослідження факторів збалансованості ринку праці. Наприклад, А. В. Сурін [22] виділяє економічні, соціальні, регулятивні, інституціональні та інформаційні фактори збалансованості ринку праці. Кожен із таких факторів перетинається з виділеними в табл. 2 видами збалансованості, тим самим підтверджуючи достовірність авторської розробки.

Розглядаючи подану на рис. 2 класифікацію, слід погодитися з Н. А. Івановою [25] щодо подвійності

сприйняття змісту незбалансованості ринку праці. З одного боку, її наявність призводить до негативних наслідків. Відповідно, державне регулювання зведено до подолання цих наслідків. Саме з огляду на це, у табл. 2 визначено складові безпеки ринку праці, регулювання якої забезпечить досягнення бажаного балансу ринку праці. З іншого боку, виникнення незбалансованості дає старт процесам інноваційного оновлення ринку праці. У цьому випадку завдання державного регулювання полягає в підсиленні тих факторів, які призвели до появи незбалансованості (зрозуміло, що до певного періоду часу). Зважаючи на це, до поданої на рис. 2 класифікації додано класифікаційну ознаку "за реакцією".

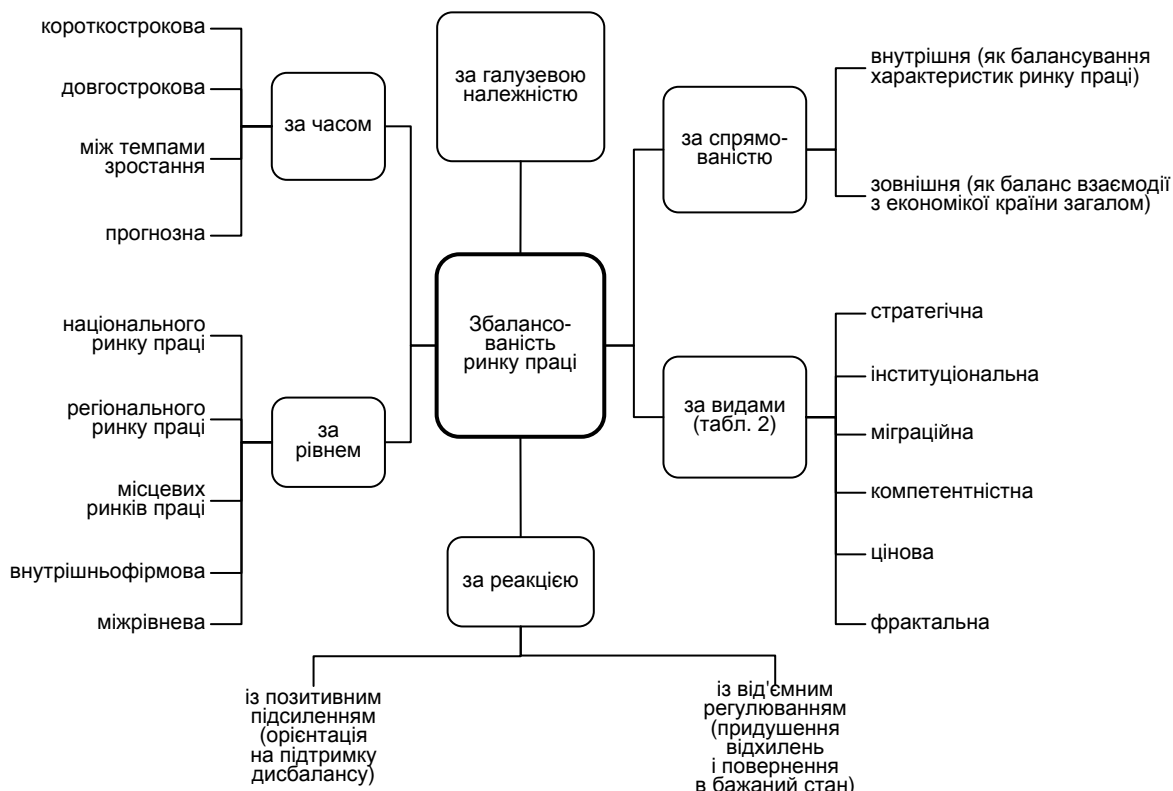


Рис. 2. Класифікація видів збалансованості національного ринку праці
[Classification of the balance types of the national labor market]

Також слід зазначити, що кожну систему класифікаційних ознак уведено з певною метою. У цій статті метою розроблення поданої на рис. 2 схеми є, по-перше, сприяння виробленню важелів державного регулювання національного ринку праці. По-друге, визначення особливостей та шляхів розвитку інститутів ринку праці, з огляду на необхідність у забезпеченні бажаного рівня його збалансованості. Одночасно потрібно звернути увагу, що, виходячи з рис. 2, вельми доречною постає підтримка саме довгострокової збалансованості ринку праці. Забезпечити реалізацію цієї умови можна лише

враховуючи зазначені в табл. 2 часові затримки досягнення кожного з виділених видів балансів (складових збалансованості ринку праці). Оскільки ж мова йде про довгострокову збалансованість, то цілком природним є те, що означені затримки мають стратегічний характер. Саме на управління тривалістю подібних затримок й мають спрямовувати керівні впливи з боку органів державної влади. У результаті додавання подібних затримок до поданої на рис. 1 схеми визначено подану на рис. 3 динамічну модель забезпечення довгострокової збалансованості ринку праці.

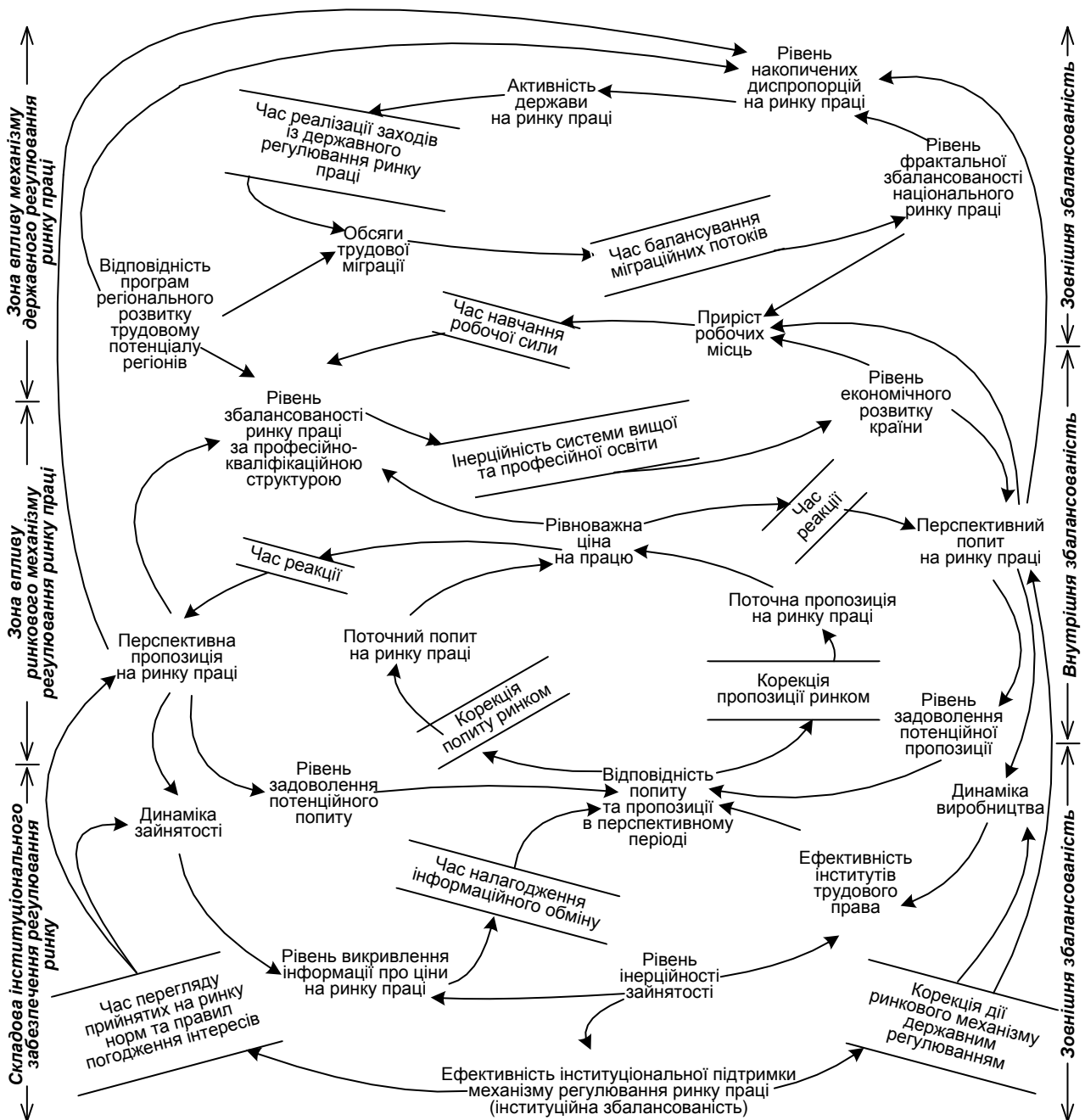


Рис. 3. Системно-динамічна модель досягнення стратегічної збалансованості національного ринку праці [The system dynamics model of the achievement of the national labor market strategic balance]

Головна особливість поданої на рис. 3 моделі полягає у використанні такого елемента як стратегічний розрив. Переважно, такий елемент використовується дослідниками лише щодо моделей розвитку промислових підприємств. У цьому дослідженні автор пропонує ввести поняття "стратегічної затримки досягнення збалансованості ринку праці". Ця пропозиція

дозволяє більш ґрунтовно підійти до визначення напрямів державного регулювання збалансованості ринку праці. Тут запропоновано встановити взаємозв'язок стратегічних орієнтирів збалансованості ринку праці з розвитком інститутів його державного регулювання. Авторський варіант такого взаємозв'язку наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Зв'язок стратегічних орієнтирів збалансованості ринку праці з розвитком інститутів його державного регулювання
[The connectivity between the strategic guidelines of the labor market balance and development of its state regulation institutions]

Різновиди збалансованості	Вияви стратегічного розриву	Особливості та напрями державного регулювання збалансованості національного ринку праці	Інститути ринку праці	Поточні варіанти дії інститутів ринку праці (на основі [7, 9, 11, 12])	Напрями розвитку інститутів ринку праці
Професійно-кваліфікаційна збалансованість	Посилення невідповідності кваліфікації робітників. Працевлаштування не за спеціальністю	Організація моніторингу зворотного зв'язку оцінювання компетентностей випускників роботодавцями	Інститут освіти та професійного навчання	Закріплення орієнтації на класифікатор професій замість формування унікальної комбінації компетентностей	Формування професійних стандартів для всіх галузей. Залучення роботодавців
		Стратегічне партнерство бізнесу, університетів та держави			
Стратегічна збалансованість	Обмеження розкриття потенціалу розвитку держави	Розвиток стратегічних і регіональних програм та їхнього погодження за допомогою засобів індикативного планування	Соціальне партнерство	Перекося в бік сприйняття прагнень органів державної влади	Подолання опортунізму у сфері взаємодії сторін
Збалансованість міграційних потоків	Робота не за кваліфікацією. Депопуляція. Обмеження гарантій зайнятості	Законодавче регулювання діяльності зовнішніх мігрантів	Міграційна політика	Відсутність контролю за відповідністю трудового потенціалу та економіки регіонів	Інтеграція міграційної політики з орієнтирами економічного розвитку
		Стимулювання гнучкості ринку праці			
		Податкові пільги окремим регіонам			
Фрактально-ієрархічна збалансованість	Швидке старіння компетентностей робочої сили. Працевлаштування не за спеціальністю	Регіональні програми зайнятості	Інститут укладання контрактів	Складнощі в реалізації соціального діалогу. Обмежена поширеність	Обов'язковість декларування постійності навчання
		Стимулювання перепідготовки робочої сили, відповідно до профілю політики та стратегії регіонального розвитку	Інститут зарплатні		
		Селективне стимулювання міграції			Політизованість окремих норм та правил
Інфраструктурно-інформаційна збалансованість	Перевантаження інфраструктури та в регіонах прибуття. Неформальна зайнятість	Обмеження впливу держави на ринковий механізм та зведення їх до моніторингу	Регламенти роботи агенцій та служб зайнятості	Підтримка невідповідності програм зайнятості напрямам розвитку національної економічної системи	Залучення служб зайнятості до стимулювання мобільності робочої сили
		Розвиток інфраструктури регіону та її погодження із соціальними орієнтирами			
		Трансформація центрів зайнятості			
Інституціональна збалансованість	Нестандартна зайнятість, порушення контрактів	Моніторинг інституціональних пасток	Інститути трудового права	Існування застарілих норм та правил із різних часових періодів	Обмеження ролі неформальних домовленостей
		Проектування нових формальних інститутів чи регламентів роботи			

Особливість наведеного в табл. 3 співвіднесення полягає в такому. По-перше, напрями державного регулювання наведено не лише в аспекті наявних інститутів ринку праці, а ще й напрямів удосконалення цих інститутів. Цей зв'язок є основою інституціонального перепроектування державного регулювання ринку праці. По-друге, функціонування виділених інститутів пов'язано із зазначеними на рис. 3 стратегічними затримками щодо досягнення збалансованості ринку праці.

Таким чином, у статті визначено теоретико-методологічні засади виділення та регламентування роботи контурів державного регулювання збалансованості національного ринку праці, орієнтованих на вдосконалення наявних інститутів ринку праці та встановлення оптимальних співвідношень між параметрами цих інститутів. Відмінність пропозицій полягає у прийнятті концепції обмеженої раціональності та відмови від можливості досягнення рівноважного стану ринку праці на користь застосування концепції динамічної нерівноваги. В основу оптимізації характеристик ринку праці та визначення напрямів розвитку інститутів ринку праці покладено системно-динамічну модель досягнення стратегічної збалансованості національного ринку праці.

Особливістю цієї моделі є те, що вона ґрунтується на авторській класифікації видів збалансованості ринку праці та оперує поняттям стратегічних розривів, які визначають можливість та швидкість досягнення збалансованості. Іншою відмінністю моделі є орієнтація на кумулятивний характер впливу диспропорцій ринку праці в різні періоди часу на характеристики економічного розвитку країни. Доведеність розробки міститься в межах здійсненого семантичного аналізу поняття збалансованості ринку праці та введення на підґрунті оцінки результатів такого аналізу додаткового переліку співвідношень між окремими параметрами його функціонування та розвитку національного ринку праці. До того ж збалансованість ринку праці розглянуто в контексті подолання наявних диспропорцій ринку праці та максимізації рівня економічної безпеки цього ринку.

Диференціація видів збалансованості ринку праці та визначення системи причинно-наслідкових зв'язків між ними є основою формування адресних впливів із боку механізму державного регулювання збалансованості ринку праці. Відповідно, деталізація таких впливів та висвітлення перебігу їхньої реалізації щодо кожного з визначених видів незбалансованості й буде становити перспективи подальших розробок автора.

Література: 1. Клоня В. Л. Сбалансированность рынка труда в Республике Беларусь: методологические и методические основы обеспечения / В. Л. Клоня, И. В. Зенькова. – Новополоцк : ПГУ, 2009. – 216 с. 2. Илюхин А. А. Профессиональная ориентированность молодежи и сбалансированность рынка

труда / А. А. Илюхин, С. В. Илюхина // Интерактивная наука. – 2016. – № 1. – С. 124–126. 3. Гайнанов Д. А. Агент-ориентированный подход к сбалансированному взаимодействию региональных рынков труда и образовательных услуг / Д. А. Гайнанов, Л. И. Мигранова // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 8-2. – С. 394–398. 4. Лібанова Е. М. Ринок праці в економічній системі / Е. М. Лібанова, Д. П. Мельничук. – Житомир : ЖІТІ, 2002. – 261 с. 5. Колот А. М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку : монографія / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2010. – 251 с. 6. Маршавін Ю. М. Регулювання ринку праці України: теорія і практика системного підходу : монографія / Ю. М. Маршавін. – Київ : Альтерпрес, 2011. – 396 с. 7. Дружиніна В. В. Місцевий ринок праці: умови функціонування, методи та способи забезпечення збалансованості : монографія / В. В. Дружиніна. – Донецьк : Юго-Восток, 2014. – 366 с. 8. Сигова С. В. Повышение сбалансированности российского рынка труда / С. В. Сигова // Социальная политика и социальное партнерство. – 2010. – № 5 – С. 24–31. 9. Аганбекян Р. Л. Институциональная экономика: бизнес и занятость / Р. Л. Аганбекян, Г. Л. Баяндурян. – Москва : Магистр, 2010. – 462 с. 10. Мазурок П. П. Соціально-інституціональні основи формування ринку праці в Україні / П. П. Мазурок. – Київ : ННЦ ІАЕ, 2005. – 426 с. 11. Тврдон М. Інститути ринку праці та їх вплив на функціонування ринку праці / М. Тврдон // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 7 (145). – С. 483–492. 12. Пищуліна О. М. "Інституціональні пастки" функціонування ринку праці в Україні / О. М. Пищуліна // Стратегічні пріоритети. – 2009. – № 4 (13). – С. 140–147. 13. Раєвнева О. В. Диспропорційність соціально-економічного розвитку регіонів України: інструментарій оцінювання та регулювання : монографія / О. В. Раєвнева, О. Ю. Бобкова. – Харків : ВД "ІНЖЕК", 2014. – 264 с. 14. Краснопецева І. В. Профессиональный дисбаланс рынка труда квалифицированной рабочей силы / И. В. Краснопецева // Вестник Нижегородского университета. – 2013. – № 3-1. – С. 315–321. 15. Козарезенко Л. В. Державне регулювання розвитку людського потенціалу в контексті політики підвищення якості життя населення / Л. В. Козарезенко // Економіка розвитку. – 2014. – № 1 (69). – С. 55–63. 16. Цвігун І. А. Демографічна безпека України та напрями її регулювання : монографія / І. А. Цвігун. – Кам'янець-Подільський : Видавець ПП Зволейко Д. Г., 2013. – 400 с. 17. Зеркалов Д. В. Социальная безопасность. Хрестоматия / Д. В. Зеркалов. – Київ : Основа, 2009. – 610 с. 18. Пигина Т. Н. Обеспечение сбалансированности регионального рынка труда [Электронный ресурс] / Т. Н. Пигина. – Режим доступа : <http://economy-lib.com/obespechenie-sbalansirovannosti-regionalnogo-rynka-truda>. 19. Кравченко І. С. Трудозберігаюча функція зайнятості : монографія / І. С. Кравченко. – Київ : Ін Юре, 1998. – 360 с. 20. Боголиб Т. М. Механізм державного регулювання інституціональних змін на ринку праці в Україні / Т. М. Боголиб // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). – 2012. – № 9 (17). 21. Одегов Ю. Г. Рынок труда (практическая макроэкономика труда) / Ю. Г. Одегов, Г. Г. Руденко, Н. К. Лунова. – Москва : Альфа-Пресс, 2007. – 900 с. 22. Сурин А. В. Факторы сбалансированности рынка труда / А. В. Сурин [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://epa.oszk.hu/02700/02750/00038/pdf/EPA02750_tudasmenedzsment_2015_01_ksz_126-129.pdf. 23. Устойчивое экономическое развитие в условиях глобализации и экономики знаний: концептуальные основы теории и практики управления / под ред. В. В. Попкова. –

Москва : Экономика, 2007. – 295 с. 24. Пригожин И. Порядок из хаоса: новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс. – Москва : Прогресс, 1986. – 432 с. 25. Иванова Н. А. Рынок труда в условиях экономической нестабильности : монография / Н. А. Иванова. – Саратов : СГТУ, 2012. – 242 с.

References: 1. Klyunya V. L. Sbalansirovannost rynku truda v Respublike Belarus: metodologicheskie i metodicheskie osnovy obespecheniya / V. L. Klyunya, I. V. Zenkova. – Novopolotsk : PGU, 2009. – 216 p. 2. Ilyukhin A. A. *Professionalnaya orientirovannost molodezhi i sbalansirovannost rynku truda* [Professional orientation of young people and the balance of the labor market] / A. A. Ilyukhin, S. V. Ilyukhina // *Interaktivnaya nauka*. – 2016. – No. 1. – P. 124–126. 3. Gaynanov D. A. *Agent-orientirovannyy podkhod k sbalansirovannomu vzaimodeystviyu regionalnykh rynkov truda i obrazovatelnykh uslug* [The agent-based approach to a balanced interaction of regional labor markets and educational services] / D. A. Gaynanov, L. I. Migranova // *Fundamentalnye issledovaniya*. – 2013. – No. 8-2. – P. 394–398. 4. Libanova E. M. *Rynok pratsi v ekonomichnoi systemi* / E. M. Libanova, D. P. Melnychuk. – Zhytomyr : ZhITI, 2002. – 261 p. 5. Kolot A. M. *Sotsialno-trudova sfera: stan vidnosyn, novi vyklyky, tendentsii rozvytku* / A. M. Kolot. – Kyiv : KNEU, 2010. – 251 p. 6. Marshavin Yu. M. *Rehulivannia rynku pratsi Ukrainy: teoriia i praktyka systemnoho pidkhotu* / Yu. M. Marshavin. – Kyiv : Alterpres, 2011. – 396 p. 7. Druzhynina V. V. *Mistsevyi rynek pratsi: umovy funktsionuvannia, metody ta sposoby zabezpechennia zbalansovanosti : monohrafiia* [Local labor market: conditions of operation, methods and ways to balance : monograph] / V. V. Druzhynina. – Donetsk : Iugo-Vostok, 2014. – 366 p. 8. Sigova S. V. *Povyshenie sbalansirovannosti rossiyskogo rynku truda* [Improving the balance of the Russian labor market] / S. V. Sigova // *Sotsialnaya politika i sotsialnoe partnerstvo*. – 2010. – No. 5. – P. 24–31. 9. *Aganbekyan R. L. Instituttsionalnaya ekonomika: biznes i zanyatost* [Institutional Economics: Business and Employment] / R. L. Aganbekyan, G. L. Bayanduryan. – Moskva : Magistr, 2010. – 462 p. 10. Mazurok P. P. *Sotsialno-instytuttsionalni osnovy formuvannia rynku pratsi v Ukraini* / P. P. Mazurok. – Kyiv : NNTs IAE, 2005. – 426 p. 11. Tvrdon M. *Instytuty rynku pratsi ta ikh vplyv na funktsionuvannia rynku pratsi* [Labor market institutions and their impact on the labor market] / M. Tvrdon // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2013. – No. 7 (145). – P. 483–492. 12. Pyshchulina O. M. *"Instituttsionalni pastky" funktsionuvannia rynku pratsi v Ukraini* ["Institutional traps" of the labor market functioning in Ukraine] / O. M. Pyshchulina // *Stratehichni priorytety*. – 2009. – No. 4 (13). – P. 140–147. 13. Rayevnyeva O. V. *Dysproportsiiniist sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv Ukrainy: instrumentarii otsiniuvannia ta rehulivannia : monohrafiia* [Disparity of socio-economic development of Ukraine: assessment tools and regulation : monograph] / O. V. Rayevnyeva, O. Yu. Bobkova. – Kharkiv : VD "INZhEK", 2014. – 264 p. 14. Krasnopevtseva I. V. *Professionalnnyy disbalans rynku truda kvalifitsirovannoy rabochey sily* [Professional labor market imbalance of skilled labor] / I. V. Krasnopevtseva // *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta*. – 2013. – No. 3-1. – P. 315–321. 15. Kozarezhenko L. V. *Derzhavne rehulivannia rozvytku liudskoho potentsialu v konteksti polityky pidvyshchennia yakosti zhyttia naselennia* [State regulation of human development in the context of improving the quality of life] / L. V. Kozarezhenko

// *Ekonomika rozvytku*. – 2014. – No. 1 (69). – P. 55–63. 16. Tsvihun I. A. *Demografichna bezpeka Ukrainy ta napriamy ii rehulivannia* / I. A. Tsvihun. – Kamianets-Podilskyi : Vydavets PP Zvoleiko D. H., 2013. – 400 p. 17. Zerkalov D. V. *Sotsialnaya bezopasnost : khrestomatiya* / D. V. Zerkalov. – Kyiv : Osnova, 2009. – 610 p. 18. Pigina T. N. *Obespechenie sbalansirovannosti regionalnogo rynku truda* [Balancing the regional labor market] [Electronic resource] / T. N. Pigina. – Access mode : <http://economy-lib.com/obespechenie-sbalansirovannosti-regionalnogo-rynka-truda>. 19. Kravchenko I. S. *Trudozberihaiucha funktsiia zainiatosti* / I. S. Kravchenko. – Kyiv : In Yure, 1998. – 360 p. 20. Bogolub T. M. *Mekhanizm gosudarstvennogo regulirovaniya institutsionalnykh izmeneniy na rynke truda v Ukraine* [The government regulation mechanism of institutional changes in the labor market in Ukraine] / T. M. Bogolub // *Sovremennye issledovaniya sotsialnykh problem (elektronnyy nauchnyy zhurnal)*. – 2012. – No. 9 (17). 21. Odegov Yu. G. *Rynok truda (prakticheskaya makroekonomika truda)* [Labour market (labor practical macroeconomics)] / Yu. G. Odegov, G. G. Rudenko, N. K. Luneva. – Moskva : Alfa-Press, 2007. – 900 p. 22. Surin A. V. *Faktory sbalansirovannosti rynku truda* [Factors of the labor market balance] [Electronic resource] / A. V. Surin. – Access mode : http://epa.oszk.hu/02700/02750/00038/pdf/EPA02750_tudasmenedzsmnt_2015_01_ksz_126-129.pdf. 23. *Ustoychivoe ekonomicheskoe razvitiye v usloviyakh globalizatsii i ekonomiki znaniy: kontseptualnye osnovy teorii i praktiki upravleniya* / pod. red. V. V. Popkova. – Moskva : Ekonomika, 2007. – 295 p. 24. Prigozhin I. *Poryadok iz khaosa: novyy dialog cheloveka s prirodoy* / I. Prigozhin, I. Stengers. – Moskva : Progress, 1986. – 432 p. 25. Ivanova N. A. *Rynok truda v usloviyakh ekonomicheskoy nestabilnosti* / N. A. Ivanova. – Saratov : SGTU, 2012. – 242 p.

Інформація про автора

Сибіртцев Володимир Васильович – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки праці та менеджменту Кіровоградського національного технічного університету (просп. Університетський, 8, м. Кропивницький, Україна, 25006, e-mail: sybirtsev@ukr.net).

Информация об авторе

Сибирцев Владимир Васильевич – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики труда и менеджмента Кировоградского национального технического университета (просп. Университетский, 8, г. Кропивницкий, Украина, 25006, e-mail: sybirtsev@ukr.net).

Information about the author

V. Sybirtsev – PhD in Economics, Associate Professor of Labor Economics and Management Department of Kirovohrad National Technical University (8 University Ave., Kropyvnytskyi, Ukraine, 25006, e-mail: sybirtsev@ukr.net).

Стаття надійшла до ред.
03.03.2017 р.

ПОНЯТТЄВИЙ АПАРАТ ІНСТИТУЦІЙНОГО АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

**Панчишин С. М.
Гринькевич О. С.**

Диверсифікація індивідуальних і суспільних потреб у вищій освіті, інформаційних технологій у поширенні освітніх продуктів, вимоги до їхньої якості з боку різних груп стейкхолдерів, а також процеси інтернаціоналізації обумовлюють актуальність розвитку теоретичних моделей забезпечення конкурентоспроможності систем вищої освіти різного рівня.

Систематизовано сучасні теоретичні підходи до трактування сутності вищої освіти як системи та об'єкта інституційного аналізу конкурентоспроможності. На основі компетентнісного, процесного та інституційного підходів до аналізу сутнісних ознак вищої освіти запропоновано її визначення як системи неформальних (цінностей, звичаїв, способів мислення, поведінки тощо) і формальних (правових документів, стандартів, освітніх провайдерів, стейкхолдерів тощо) інститутів, які забезпечують розуміння визначальної ролі знань у самовдосконаленні, їхньому засвоєнні та збільшенні для реалізації цілей індивідуального та суспільного розвитку.

На основі принципів системного аналізу та комплементарності окреслено архітектуру національної системи вищої освіти. Її основними концептуальними елементами та об'єктами аналізу конкурентоспроможності є: 1) цінності, що визначають інтереси та потреби в нових знаннях і компетентностях; 2) інтереси та поведінка внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів вищої освіти; 3) формальні та неформальні освітні провайдери; 4) продукти та послуги як результати діяльності освітніх провайдерів у вищій освіті.

Комплексний аналіз взаємопов'язаних внутрішніх і зовнішніх цілей і функцій стратегічного розвитку розвитку вищої освіти дає підстави сформулювати висновок, що основними сутнісними ознаками – критеріями аналізу конкурентоспроможності вищої освіти на всіх рівнях її функціонування та розвитку – є ефективність, якість і соціальна відповідальність.

Ключові слова: *вища освіта, інституційний аналіз, інституційна архітектура національної системи вищої освіти, освітні провайдери, стейкхолдери вищої освіти, освітні продукти, конкурентоспроможність вищої освіти.*

ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**Панчишин С. М.
Гринькевич О. С.**

Диверсифікація індивідуальних і суспільних потреб в вищому освітанні, інформаційних технологій в розповсюдженні освітніх продуктів, вимоги до їхньої якості з боку різних груп стейкхолдерів, а також процеси інтернаціоналізації обумовлюють актуальність розвитку теоретичних моделей забезпечення конкурентоспроможності систем вищого освітанні різного рівня.

Систематизовано сучасні теоретичні підходи до трактування сутності вищого освітанні як системи та об'єкта інституційного аналізу конкурентоспроможності. На основі компетентнісного, процесного та інституційного підходів до аналізу сутнісних ознак вищого освітанні запропоновано її визначення як системи неформальних (цінностей, звичаїв, способів мислення, поведінки і т. д.) і формальних (правових документів, стандартів, освітніх провайдерів, стейкхолдерів і т. п.) інститутів, які забезпечують розуміння визначальної ролі знань у самовдосконаленні, їхньому засвоєнні та збільшенні для реалізації цілей індивідуального та суспільного розвитку.

На основе принципов системного анализа и комплементарности обозначена архитектура национальной системы высшего образования. Ее основными элементами и объектами анализа конкурентоспособности являются: 1) ценности, определяющие интересы и потребности в новых знаниях и компетентностях; 2) интересы и поведение внутренних и внешних стейкхолдеров высшего образования; 3) формальные и неформальные образовательные провайдеры; 4) продукты и услуги как результаты деятельности образовательных провайдеров в высшем образовании.

Комплексный анализ взаимосвязанных внутренних и внешних целей и функций стратегического развития высшего образования дает основания сформулировать вывод о том, что основными сущностными признаками – критериями анализа конкурентоспособности высшего образования на всех уровнях ее функционирования и развития – являются эффективность, качество и социальная ответственность.

Ключевые слова: высшее образование, институциональный анализ, архитектура национальной системы высшего образования, образовательный провайдер, стейкхолдеры высшего образования, образовательные продукты, конкурентоспособность высшего образования.

THE CONCEPTUAL APPARATUS FOR INSTITUTIONAL ANALYSIS OF THE HIGHER EDUCATION SYSTEM COMPETITIVENESS

**S. Panchyshyn
O. Hrynkovich**

The diversification of individual and public needs for higher education, information technologies in the distribution of educational products, requirements to the quality on the part of various groups of stakeholders, as well as internationalization processes determine the relevance of the development of theoretical models ensuring the competitiveness of higher education systems of different levels.

Modern theoretical approaches to the interpretation of the higher education essence as a system and object of the competitiveness institutional analysis have been systematized. The definition of higher education as a system of informal (values, customs, ways of thinking, behavior, etc.) and formal (legal documents, standards, education providers, stakeholders, etc.) institutions that provide an insight in the key role of knowledge in self-improvement, its assimilation and increase for the purposes of personal and social development has been offered on the basis of competence, process and institutional approaches to the analysis of the essential characteristics of higher education.

The architecture of the national higher education system has been determined on the basis of system analysis and complementarity. Its main elements and objects of competitiveness analysis are: 1) values that define the interests and needs for new knowledge and competences; 2) interests and behavior of internal and external stakeholders of higher education; 3) formal and informal education providers; 4) products and services as a result of educational providers' activity.

The comprehensive analysis of interrelated internal and external goals and functions concerning the higher education strategic development leads to the conclusion that the effectiveness, quality and social responsibility are the main essential features – criteria for the analysis of higher education competitiveness at all levels of its operation and development.

Keywords: higher education, institutional analysis, architecture of the national higher education system, educational provider, stakeholders of higher education, educational products, competitiveness of higher education.

Розвиток складних і динамічних суспільних систем характеризується змінами та рефлексіями в науковому супроводі відповідних процесів. Його первинну основу становить поняттєво-термінологічний апарат, який акумулює найбільш суттєві характеристики досліджуваного об'єкта та відображає еволюцію його розвитку.

Разом із такими вже усталеними в дослідженні вищої освіти поняттями, як: "ринок освітніх послуг", "глобальний" та "європейський освітній простір", "освітні компетентності", – дістають поширення нові терміни, серед яких: "освітні провайдери" та "платформи", "корпоративні" та "срібні" університети, "міжнародна індустрія освіти", "стейкхолдери" вищої освіти. Зазначені терміни

відображають найбільш помітні тренди в галузі вищої освіти: її коммодифікацію (commodification) [1] і диверсифікацію, що виявляють у розширенні асортименту освітніх продуктів і способів їхньої "доставки", інтернаціоналізацію освітніх програм і наукових досліджень, щораз більшу динаміку процесів академічної мобільності. Очевидно, що процеси активної трансформації всіх складових вищої освіти в Україні потребують теоретичного осмислення та розвитку, насамперед, поняттєво-термінологічного апарату дослідження.

Розвитку напрямів, методології та інструментарію, у тому числі поняттєвого апарату, дослідження вищої освіти присвячені публікації таких вітчизняних учених,

як: О. Грішнова, В. Кремінь, О. Пащенко та Л. Яковенко, Ю. Рашкевич, Н. Савицька, У. Садова, І. Тимошенко, Л. Шевченко, А. Шевчук [2 – 10] та ін. У працях зазначених авторів, зокрема, у роботах [1; 2; 4; 6 – 10] зосереджено увагу на розумінні сутності вищої освіти як визначальної сфери відтворення соціального та інтелектуального капіталу в умовах формування економіки знань, таких якісних ознаках її сучасного розвитку, як фундаменталізація змісту та індивідуалізація форм навчання, реалізація функцій головного інституту економіки знань та соціальної відповідальності для цілей сталого суспільного розвитку.

Найбільш фундаментальними, на думку авторів, публікаціями, які забезпечують міждисциплінарний підхід до дослідження поняттєвого апарату національної системи вищої освіти в Україні, є довідково-аналітичні праці "Енциклопедія освіти" [3] та "Національний освітній глосарій: вища освіта" [5], підготовлені за редакцією В. Кременя та членів національної команди експертів із реформування вищої освіти (HERE – Higher Education Reform Experts) в Україні. Із позиції інституційного впливу на розвиток теорії та практики аналізу конкурентоспроможності важливим є Закон України "Про вищу освіту", який забезпечує не лише правову та інституційну основу державного регулювання цієї галузі, але й слугує одним із базових інститутів інтеграції вітчизняної системи вищої освіти у глобальний освітній простір.

Серед зарубіжних авторів, чий дослідження присвячені окресленню сучасних проблем розвитку вищої освіти у глобальному масштабі та відповідних рефлексій у поняттєвому апараті, на особливу увагу, на думку авторів, заслуговує колективна наукова праця таких учених, як Л. Рамблей (L. Rumbley), П. Альтбах (P. Altbach), Д. Стенфілд (D. Stanfield), Ю. Шиммі (Y. Shimmi), А. Гайардон (A. Gayardon), Р. Чан (R. Chan). У комплексному дослідженні "Вища освіта: всесвітній опис дослідницьких центрів, академічних програм, журналів і публікацій" ("Higher Education: A Worldwide Inventory of Research Centers, Academic Programs, and Journals and Publications") згадані автори звертають увагу на той факт [11, с. 11–33], що вища освіта як особлива сфера життєдіяльності стала об'єктом вивчення економічних наук і формування відповідного поняттєвого апарату лише у другій половині ХХ столітті, не характеризується чітко окресленою "центральною" методологією дослідження та, унаслідок поєднання соціокультурних та економічних функцій, потребує міждисциплінарного підходу до вирішення проблем управління конкурентоспроможністю. Поєднання методологічного інструментарію економіки, соціології, управління та психології зарубіжні та вітчизняні дослідники визначають як наукову базу інституційного аналізу конкурентоспроможності у вищій освіті.

Світовий досвід становлення та розвитку дослідних і підприємницьких університетів, міжнародні критерії оцінювання їхніх досягнень, а також проблеми розвитку інтелектуального підприємництва у вищій школі України характеризує у своєму політико-економічному дослідженні Л. С. Шевченко [9, с. 54–66]. Розвиток під-

приємницьких університетів пов'язаний із диверсифікацією їхнього фінансування та появою, як зазначають Т. Красікова та Д. Огнев у статті [12], нового поняття в пострадянських системах вищої освіти – ендаументу (endowment) – особливого джерела фінансування ВНЗ, що формується за рахунок донорських/спонсорських коштів випускників, суб'єктів бізнесу, та передбачає створення відповідного фонду (endowment fund).

У поняттєвому ряді, що відображає специфіку ринкових відносин у вищій школі (entrepreneurial enterprise or market university) зарубіжні дослідники, зокрема Т. Шульц-Клевен (T. Schulze-Cleven), Т. Рейц (T. Reitz) Дж. Маєс (J. Maesse) використовують також поняття "академічний капіталізм" (academic capitalism) [13]. Водночас автори застерігають, що класичні уявлення про механізми попиту та пропозиції, які ґрунтуються на факторі ціни, не здатні пояснити всю специфіку конкурентних відносин у вищій освіті. Репутація в академічному середовищі та рейтинги ВНЗ, державний регуляторний вплив і фінансова підтримка з різних джерел є тими чинниками, які потребують міждисциплінарного та системного підходу до аналізу конкурентоспроможності у вищій освіті.

Інтернаціоналізація вищої освіти, посилення конкуренції на внутрішньому ринку освітніх послуг підвищили інтерес науковців і практиків до пошуку моделей модернізації систем вищої освіти. Їхній порівняльний інституційний аналіз, як зазначає у статті [14] В. Липов став одним із найбільш популярних методологічних інструментів, які використовує міжнародна наукова спільнота для оцінювання конкурентоспроможності освітніх систем та їхнього внеску в розвиток національних економік. В. Липов звертає увагу на фундаментальні положення порівняльного аналізу систем вищої освіти, які передбачають урахування національних особливостей інституційного механізму їхнього функціонування, а також стану економіки, яка визначає характер потреб у вищій освіті, а відтак – форм та обсягів її підтримки.

За критеріями цінностей, функцій та різних форм взаємодії із суспільством аналізує еволюцію моделі університету як основної інституційної форми вищої освіти британський дослідник Т. Мак-Кован (Tristan McCowan). Залежно від зазначених критеріїв в історичному контексті, Т. Мак-Кован виокремлює п'ять моделей університету [1, с. 511–513], використовуючи поняття середньовічного (Medieval), Гумбольдтського (Humboldtian), розвиваючого (Developmental), мультиуніверситету з численними факультетами та відділеннями (Multiversity) і університету-підприємства (Enterprise). Для зазначених моделей характерними є різний ступінь реалізації навчальних, дослідних та соціальних функцій, а також можливості їхньої реалізації, залежно від рівня соціально-економічного розвитку кожної країни.

Незважаючи на різноманітність механізмів функціонування національних систем вищої освіти, інституційний аналіз їхньої конкурентоспроможності передбачає врахування цінностей та інтересів різних груп стейкхолдерів, які прямо чи опосередковано є корис-

Закінчення таблиці

тувачами освітніх продуктів. Такими стейкхолдерами є абітурієнти та студенти ВНЗ, їхні батьки, викладачі, менеджмент, працедавці, органи державного та регіонального управління в освіті. У кожного з таких стейкхолдерів є особливі, інколи навіть суперечливі підходи та ієрархія критеріїв оцінювання конкурентоспроможності вищої освіти, особливо щодо її якості та ефективності. Водночас об'єктивний характер різноманітності таких інтересів, раціональна та ірраціональна компоненти їхнього формування, зростання глобальної конкуренції в освітньому просторі обумовлюють необхідність у застосуванні принципів системного аналізу та інституційної комплементарності у визначенні основних складових і чинників конкурентоспроможності розвитку національних систем вищої освіти.

Метою цього дослідження є узагальнення та систематизація теоретичних підходів до трактування сутності вищої освіти як системи та об'єкта інституційного аналізу її конкурентоспроможності. Відповідно до поставленої мети, основними завданнями є:

узагальнення та систематизація теоретико-методологічних підходів до дефініції поняття вищої освіти, її видів і провайдерів у міжнародній та вітчизняній науковій думці, чинній нормативно-правовій базі;

визначення архітектури національної системи вищої освіти та її основних складових як об'єктів інституційного аналізу конкурентоспроможності;

обґрунтування основних сутнісних характеристик – критеріїв оцінювання та аналізу конкурентоспроможності систем вищої освіти з урахуванням її цілей та функцій.

У дослідженнях вищої освіти на глобальному рівні, зокрема в міжнародній термінології, разом із вищою освітою використовують поняття "третинна" (tertiary education), "післясередня" (postsecondary education), "університетська" (university education), "освіта третього рівня" (third stage education). Аналіз сучасних міжнародних і національних підходів до розуміння поняття вищої освіти дає підстави стверджувати, що на сьогодні має місце певна різноманітність методологічних підходів до трактування її змісту в міжнародно-правових і національних документах із питань освіти (таблиця).

Таблиця

Визначення поняття "вища освіта" в міжнародних і національних документах із питань освіти

(складено авторами за [5; 15; 17 – 19; 23])

[The definition of the concept "higher education" in international and national documents on education (compiled by the authors based on [5; 15; 17 – 19; 23])]

Документи	Визначення
1	2
Всесвітня декларація "Вища освіта у XXI столітті: візія і дія" (ЮНЕСКО)	Усі види навчання, підготовчих курсів або підготовки до наукових досліджень на рівні післясередньої освіти, що надають університети або інші заклади вищої освіти, визнані такими компетентними державними органами

1	2
Конвенція про визнання кваліфікацій, що належать до вищої освіти у Європейському регіоні	Усі види курсів чи груп курсів навчання, а також підготовки фахівців чи дослідників на післясередньому рівні, які визнають відповідні органи Сторони (країни-учасниці Конвенції) як складовими її системи вищої освіти
Закон України "Про вищу освіту", "Національний освітній глосарій: вища освіта"	Сукупність систематизованих знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, інших компетентностей, здобутих у ВНЗ (науковій установі) у відповідній галузі знань за певною кваліфікацією на рівнях вищої освіти, що за складністю є вищими, ніж рівень повної загальної середньої освіти
Кодекс Республіки Білорусь про освіту	Рівень основної освіти, спрямований на розвиток особистості студента, курсанта, слухача, їхніх інтелектуальних і творчих здібностей, отримання ними спеціальної теоретичної та практичної підготовки, що завершується здобуттям кваліфікації спеціаліста з вищою освітою, ступеня магістра
Закон Республіки Польща "Про вищу освіту"	Освіта першого, другого ступеня навчання або однорічної магістратури, яку забезпечують уповноважені на це заклади освіти
Федеральний закон "Про освіту в Російській Федерації"	Має на меті забезпечення підготовки висококваліфікованих кадрів за всіма основними напрямками суспільно корисної діяльності, відповідно до потреб суспільства та держави, задоволення потреб особистості в інтелектуальному, культурному й моральному розвитку, поглибленні та розширенні освіти, науково-педагогічної кваліфікації

У визначенні ЮНЕСКО як головної міжнародної організації з питань освіти, науки та культури, акцентовано на процесному й інституційному підходах, які окреслюють основні типи процесів (навчання та наукові дослідження) та інституцій, уповноважених забезпечувати їхню реалізацію з дотриманням установлених державою норм. Процесний підхід є визначальним у Міжнародній стандартній класифікації освіти (МСКО-11), де вищу освіту визначають як процеси, за допомогою яких суспільство цілеспрямовано передає накопичену інформацію, знання, розуміння, світосприйняття, цінності, навички, компетентності та моделі поведінки від покоління до покоління [20, с. 81]. У вітчизняній "Енциклопедії освіти" [3] йде мова про вищу освіту як "процес і результат поєднання навчання та професійної підготовки, ..., які передбачають розвиток інтелектуальних і моральних якостей студента, потреб і навичок подальшого вдосконалення та безперервної освіти".

Для законодавчих документів національних освітніх систем характерними є використання компетентнісного підходу (Закон України "Про вищу освіту"), інституційного –

з акцентом на рівні вищої освіти та інституції, що можуть їх забезпечувати (Закон Республіки Польща "Про вищу освіту"), компетентнісно-результативного / програмно-цільового підходу (Федеральний закон "Про освіту в Російській Федерації"; Кодекс Республіки Білорусь про освіту), де зосереджено увагу на кінцевих особистісних і суспільних цілях вищої освіти.

Поєднання компетентнісного, процесного та інституційного підходів до вираження сутнісних ознак вищої освіти дає підстави для її трактування в широкому розумінні як системи неформальних (цінностей, звичаїв, способів мислення, поведінки, тощо) і формальних (правових документів, стандартів, освітніх провайдерів і стейкхолдерів тощо) інститутів, які забезпечують усвідомлення визначальної ролі знань у самовдосконаленні, їхнє засвоєння та збільшення для реалізації цілей як особистісного, так і суспільного інтелектуального розвитку.

Диверсифікація освітньої діяльності та її результатів зумовлює розширення поняттєвого апарату дослідження за рахунок формальної й неформальної освіти, а також її провайдерів. У МСКО-11 формальну освіту визначено як інституційовану, цілеспрямовану та сплановану освітню діяльність, що здійснюють державні та визнані державою приватні організації [20, с. 80]. Саме державні й недержавні ВНЗ становлять в Україні основу системи формальної вищої освіти, забезпечуючи здобуття кваліфікації/ступеня вищої освіти, передбачені національним законодавством.

Порівняно новою інституційною формою освітньої діяльності в Україні є неформальна освіта, визначальними ознаками якої є, по-перше, альтернативний, здебільшого додатковий до формальної освіти характер, що забезпечує гнучкіші можливості особистісного та професійного розвитку людини протягом усього життя (lifelong learning); по-друге, існує у формі короткострокових курсів, майстер-класів, семінарів тощо; по-третє, не передбачає здобуття ступеня вищої освіти, визначеного законодавством країни, але може підтверджуватися спеціальними документами освітнього провайдера (дипломом, сертифікатом тощо).

Із часу формування національних систем вищої освіти її головним "постачальниками" – провайдерами – були ВНЗ (університети, академії, інститути, коледжі тощо). В англійській термінології для позначення цього типу формальних інститутів використовують поняття "higher education institutions" (HEIs), визначаючи їх як будь-яку інституцію, що забезпечує (provides) послуги в галузі вищої освіти, відповідно до норм національного законодавства.

Зростання чисельності осіб, зацікавлених у навчанні, демократизація та індивідуалізація освітніх процесів, їхня модернізація за рахунок сучасних інформаційних технологій зумовили розширення мережі освітніх провайдерів. Серед них профільні та непрофільні, державні й недержавні інститути, фізичні особи, які забезпечують реалізацію як традиційних, так і онлайн-освітніх програм короткого циклу для осіб,

зацікавлених в особистісному та професійному розвитку.

Отже, у системі вищої освіти України за інституційним характером функціонування та результатами діяльності усю сукупність освітніх провайдерів можна розподілити на дві основних групи:

формальні освітні провайдери – ВНЗ усіх типів та організаційно-правових форм господарювання, акредитованих Міністерством освіти та науки України, що забезпечують здобуття рівнів вищої освіти, передбачених відповідним національним законодавством;

неформальні освітні провайдери – різноманітні типи державних і недержавних організацій, фізичних осіб (репетиторів), які: 1) сприяють формуванню та розвитку окремих/додаткових видів загальних і професійних компетентностей, передбачених стандартами та програмами вищої освіти, без здобуття документа про завершений дипломований рівень вищої освіти; 2) забезпечують просування освітніх продуктів у глобальному освітньому просторі, так звані маркетингові агенти в міжнародній індустрії освіти.

Прикладом неформальних освітніх провайдерів першого типу є масові відкриті онлайн-курси (MOOCs – Massive open online courses), які пропонують такі міжнародні освітні провайдери як, наприклад, COURSERA.COM, EDX.ORG, Udacity.com, національний провайдер Prometheus, залучаючи як партнерів не лише провідні заклади вищої освіти, але й комерційні та громадські організації, зацікавлені в передаванні та генерації нових знань.

Різнорічність освітніх провайдерів, послуг, які вони надають для різних категорій споживачів, внутрішніх і зовнішніх чинників, що визначають ефективність цих процесів, а відтак – їхню конкурентоспроможність, потребують системного підходу до побудови моделей управління конкурентоспроможністю у вищій освіті.

Застосування принципів системного підходу до теоретичного дослідження вищої освіти дає підстави стверджувати, що вона функціонує на різних ієрархічних рівнях: локальному (освітній провайдер, ВНЗ як система), регіональному (регіональна система вищої освіти), національному (національна система вищої освіти), глобальному (глобальна система вищої освіти). Кожен із зазначених рівнів характеризується власними, але взаємопов'язаними цілями, ресурсами та умовами функціонування і розвитку.

У класичному визначенні системи як сукупності елементів, що взаємодіють як єдине ціле, важливим є визначення: 1) цілей та функцій системи; 2) принципів / основних положень до побудови структури/архітектури системи, її розвитку; 3) підсистем та елементів системи; 4) комплексу горизонтальних і вертикальних взаємозв'язків (як у внутрішньому середовищі системи, так і поза її формальними межами), які забезпечують функціонування та розвиток системи.

Зазначені концептуальні підходи визначають архітектуру системи, тобто, її елементи, взаємозв'язки, принципи її дизайну та вдосконалення. Ідентифікація

архітектури для конкретного виду системи, у цьому випадку – концептуалізація архітектури національної системи вищої освіти – сприяє кращому розумінню її сутності та основних властивостей, виражених у її структурі, взаємодії із зовнішнім середовищем, що, у свою чергу, впливає на вирішення проблем аналізу конкурентоспроможності вищої освіти.

Ключовим системотвірним чинником, який забезпечує цілісність функціонування систем вищої освіти будь-якого рівня та динамічний характер її розвитку, є відповідна система цілей. Такі цілі мають комплексний, ієрархічний та значною мірою комплементарний характер, оскільки визначаються як цілями розвитку систем вищого порядку, а саме, глобальних стратегій та довгострокових програм розвитку країн і регіонів, так і внутрішніми цілями розвитку систем вищої освіти, які також можна розглядати на різних ієрархічних рівнях. Комплекс таких цілей визначає характер зовнішнього та внутрішнього середовища системи вищої освіти. Типологію цілей, пов'язаних із розвитком вищої освіти в Україні, показано на рис. 1.

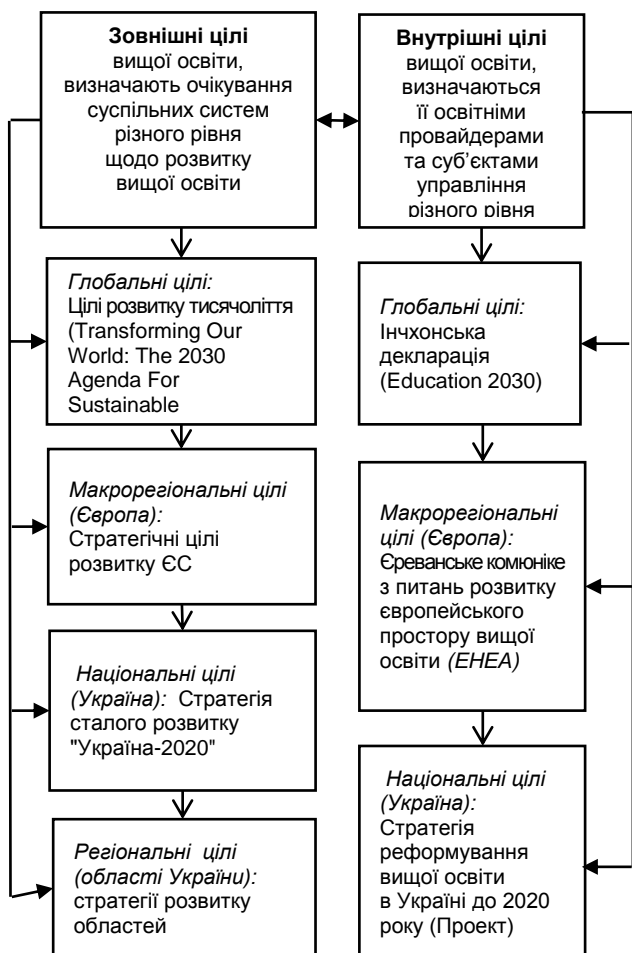


Рис. 1. Типологія цілей розвитку вищої освіти в Україні

[The typology of higher education development goals in Ukraine]

Глобальні цілі системи вищої освіти визначено глобальними довгостроковими цілями та стратегіями суспільного розвитку, серед яких Цілі сталого розвитку (2016 – 2030), визначені в Декларації ООН "Трансформація нашого світу: 2030 порядок денний для сталого розвитку". Серед 17 головних цілей глобального розвитку, визначених ООН у зазначеному документі на найближчих п'ятнадцять років, стратегічною метою (Мета 4) суспільного розвитку в освітній галузі є "забезпечення всеосяжної та справедливої якісної освіти й заохочення можливості навчання протягом усього життя для всіх" [21]. Для сфери вищої освіти глобальною метою є її демократизація, яка ставить завдання забезпечити до 2030 року для всіх жінок і чоловіків рівний доступ до недорогої та якісної професійно-технічної та вищої освіти, у тому числі університетської.

Досягнення кожної з інших глобальних цілей таких, як наприклад: (Мета 12) "забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та виробництва"; (Мета 3) "забезпечення здорового способу життя та сприяння добробуту для всіх у будь-якому віці" неможливі без активної участі в цих процесах інститутів вищої освіти. Саме тому в Інчхонській декларації [22], ухваленій на Всесвітньому форумі з питань освіти у 2015 році, а також у Попередній доповіді ЮНЕСКО про підготовку глобальної конвенції про визнання кваліфікації вищої освіти зазначено, що "вища освіта відіграватиме ключову роль в забезпеченні сталого розвитку, економічного зростання, гідної праці, гендерної рівності та відповідального глобального громадянства в усіх регіонах" [3 с. 10].

З огляду на зазначені цілі, британський дослідник вищої освіти Т. Мак-Кован у роботі [1, с. 520] визначає три відповідних фундаментальних функції вищої освіти: 1) визначення та дослідження природи/першопричин (nature) соціальних викликів і проблем; 2) генерування рішень для вирішення цих проблем, а в окремих випадках – практична реалізація; 3) забезпечення простору для побудови суспільства розвитку.

У свою чергу, вища освіта через своїх освітніх провайдерів, їхню інституційну автономію та академічну свободу реалізує власні глобальні, національні, регіональні, галузеві й локальні цілі та функції. У Всесвітній декларації "Вища освіта у XXI столітті: візія і дія" (преамбула) [15] визначено три цільових завдання/функції вищих закладів освіти: дослідження, навчання та послуги громадськості. Конференція міністрів освіти країн-учасників європейського простору вищої освіти, що відбулася у 2015 році, у Єрванському комюніке визначила співзвучні глобальні цілі: підготовку студентів до активного громадянства, їхньої майбутньої кар'єри, підтримку особистісного розвитку, створення широкої бази передових знань і стимулювання досліджень та інновацій. Головними завданнями у європейському просторі вищої освіти на найближчі п'ять років (2015 – 2020) стануть: підвищення якості й актуальності навчання та викладання; забезпечення затребуваності на випускників протягом усього їхнього трудового життя; формування

інклюзивного, всеосяжного характеру вищої освіти; реалізація погоджених структурних реформ [24, с. 2–3].

Отже, проектуючи принципи системного підходу та інституційної комплементарності на побудову конкурентоспроможних систем вищої освіти можна визначити такі основні положення в їхньому функціонуванні:

1. Цілі систем вищої освіти різних рівнів (глобального, національного, регіонального, галузевого, інституційного) є взаємопов'язаними, визначають, передовсім, її зміст, що реалізують за допомогою різноманітних типів освітніх програм, а також інших освітніх продуктів. Конкретні соціокультурні та економічні умови функціонування ВНЗ як основних інститутів національної системи вищої освіти потребують визначення пріоритетності цілей (наприклад, підвищення рівня працевлаштування випускників чи позицій у міжнародних рейтингах університетів) для забезпечення їхньої інституційної конкурентоспроможності та балансу інтересів внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів.

2. "Розроблення", "виробництво" та "реалізацію" освітніх продуктів здійснюють різні типи освітніх провайдерів, забезпечуючи здобуття загальних і професійних компетентностей у вигляді як формальної (диплом про здобуття певного ступеня освіти), так і неформальної вищої освіти. В інституційному середовищі вищої освіти відбуваються дві, на перший погляд, суперечливі тенденції: по-перше, концентрація інтелектуальних, фінансових та інших ресурсів у меншій кількості формальних, переважно, державних інституцій вищої освіти (національних університетах), по-друге, диверсифікація джерел постачання освітніми продуктами за рахунок міжнародних формальних і неформальних освітніх провайдерів. Останню тенденцію Т. Мак-Ковен позначає поняттям "розукрупнення" (unbundling) [20, с. 515–516],

що забезпечує споживачу можливість отримати лише ті освітні продукти, які їм потрібні або які вони можуть собі дозволити.

3. Ефективність реалізації основних функцій системи вищої освіти (дослідження, навчання та послуги громадськості) на кожному рівні, їхня відповідність зовнішнім цілям (глобальним, національним, регіональним) суспільного розвитку має забезпечуватися керівним впливом суб'єктів управління різного рівня та відповідними інституційними формами його реалізації (законами, стандартами тощо).

4. Конкурентоспроможність як інтегральна характеристика динамічної системи вищої освіти будь-якого рівня передбачає ідентифікацію та постійний розвиток каналів зворотного зв'язку з усіма індивідуальними й інституційними стейкхолдерами вищої освіти (абітурієнтами та їхніми батьками, студентами, аспірантами, випускниками, персоналом освітніх провайдерів, громадськими організаціями, працедавцями та бізнесом, засобами масової інформації, органами державної влади та місцевого самоврядування тощо).

З урахуванням наведених положень можна стверджувати, що вища освіта як інституційна система – це сукупність взаємопов'язаних формальних і неформальних соціокультурних, політичних та економічних інститутів, які забезпечують досягнення цілей як особистісного, так і суспільного розвитку за рахунок трансляції загальнолюдських цінностей, духовної культури та знань, їхнього виробництва, накопичення й капіталізації, а також визначають інтелектуальний потенціал і конкурентоспроможність усіх сфер суспільного життя. На рис. 2 окреслено головні складові національної системи вищої освіти в Україні в контексті її інституційного аналізу.

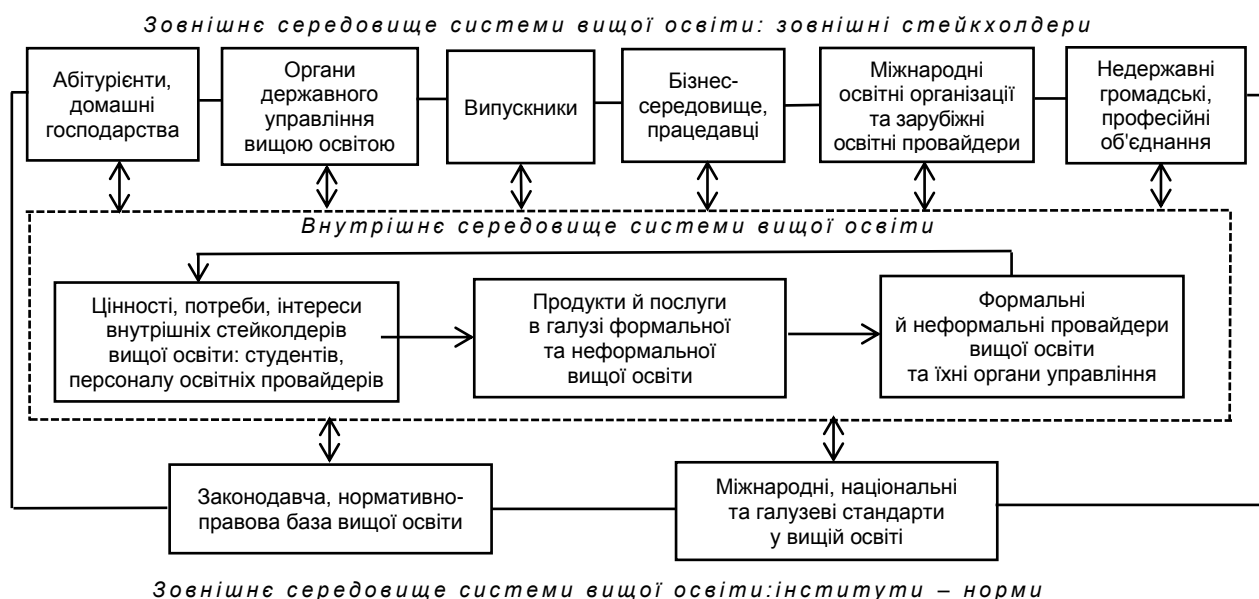


Рис. 2. Інституційна архітектура національної системи вищої освіти в Україні [The institutional architecture of the national system of higher education in Ukraine]

Наведені у статті положення щодо сучасного стану та розвитку поняттєвого апарату дослідження вищої освіти в контексті інституційного аналізу її конкурентоспроможності дають підстави сформулювати такі основні висновки.

1. Глобальне усвідомлення вищої освіти як головної сфери формування інтелектуального капіталу, економіки та суспільства знань зумовлюють активне зростання міждисциплінарних досліджень цієї галузі. В економічних науках актуальною є проблема формування методології дослідження конкурентоспроможності вищої освіти як системи неформальних (цінностей, способів мислення, поведінки, тощо) і формальних інститутів (правових документів, стандартів, освітніх провайдерів і стейкхолдерів вищої освіти тощо), які забезпечують розуміння визначальної ролі знань у самовдосконаленні, їхнє засвоєння та збільшення для реалізації цілей як особистісного, так і суспільного інтелектуального розвитку.

2. Основними концептуальними елементами архітектури національної системи вищої освіти в Україні та об'єктами інституційного аналізу її конкурентоспроможності є: 1) цінності, що визначають інтереси та потреби в нових знаннях і компетентностях; 2) поведінка внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів вищої освіти; 3) діяльність формальних і неформальних освітніх провайдерів; 4) продукти та послуги як результати діяльності освітніх провайдерів у вищій освіті.

3. Системотвірною ознакою формування конкурентоспроможної національної системи вищої освіти є комплекс взаємопов'язаних внутрішніх і зовнішніх цілей і функцій стратегічного розвитку. Їхній комплексний аналіз дає підстави сформулювати висновок, що основними сутнісними ознаками – критеріями аналізу конкурентоспроможності вищої освіти на усіх рівнях її функціонування та розвитку – є ефективність, якість та соціальна відповідальність.

Запропоновані у статті положення щодо інституційної архітектури національної системи вищої освіти можуть мати подальше практичне використання в розробленні та практичній реалізації моніторингових систем аналізу конкурентоспроможності вищої освіти різного рівня (національної, регіональної, інституційної) з урахуванням інтересів різних груп стейкхолдерів.

Література: 1. McCowan T. Universities and the post-2015 development agenda: an analytical framework [Electronic resource] / T. McCowan // Higher Education. – 2016. – No. 72. – P. 505–523. – Access mode : <http://link.springer.com/article/10.1007/s10734-016-0035-7>. 2. Грішнова О. А. Інвестування в людський капітал у системі чинників забезпечення гідної праці : монографія / [О. А. Грішнова, О. В. Дорош, С. Я. Шурпа] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. О. А. Грішнкової. – Київ : КНЕУ, 2015. – 222 с. 3. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України ; голов. ред. В. Кремень. – Київ : Юрінформ Інтер, 2008. – 1040 с. 4. Яковенко Л. І. Економічні основи модернізації вищої освіти в умовах становлення економіки знань : монографія / Л. І. Яковенко, О. В. Пашенко. – Полтава : Скайтек, 2011. – 216 с. 5. Національний освітній глосарій: вища освіта / авт.-уклад.: В. М. Захарченко, С. А. Калашнікова, В. І. Луговий та ін. ; за ред. В. Г. Кременя. – 2-ге вид., переробл. і доп. Київ : ТОВ ВД "Плеяди", 2014. – 100 с. 6. Савицька Н. Л. Освіта і господарський роз-

виток : теоретико-методологічне осмислення базових категорій [Електронний ресурс] / Н. Л. Савицька. // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_52. 7. Садова У. "Срібні університети": нові горизонти розвитку праці та освіти / У. Садова, Р. Рісна // Україна: аспекти праці. – 2015. – № 8. – С. 3–10. 8. Тимошенко І. В. Человек, институты и рынки в системе образования : монография / И. В. Тимошенко. – Харьков : Изд-во НУА, 2010. – 466 с. 9. Шевченко Л. С. Університетська освіта: економічні пріоритети та управління розвитком : монографія / Л. С. Шевченко. – Харків : Право, 2016. – 188 с. 10. Шевчук А. В. Регіональні освітні системи: теорія, методологія, практика інноваційного розвитку : монографія / А. В. Шевчук. – Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2013. – 463 с. 11. Higher Education: A Worldwide Inventory of Research Centers, Academic Programs, and Journals and Publications / [Editors: L. Rumbley, P. Altbach, D. Stanfield et al.]. – 3rd edition Bonn ; Berlin ; New York : Center for International Higher Education, Boston College, and Lemmens Media, 2014 – 360 p. 12. Krasikova T. Y. Endowment in Russian universities : problems and prospects / T. Y. Krasikova, D. V. Ognev // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 2 (164). – С. 199–204. 13. The new political economy of higher education: between distributional conflicts and discursive stratification [Electronic resource] / T. Schulze-Cleven, T. Reitz, J. Maesse et al. // Higher Education 2017. – Access mode : <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-017-0114-4#aboutcontent>. 14. Lypov V. Systems of higher education: a comparative institutional analysis / V. Lypov // Економіка розвитку. – 2015. – No. 4 (76). – P. 21–32. 15. Higher Education in the Twenty-First Century: Vision and Action. World Declaration on Higher Education for the Twenty-First Century: Vision and Action : adopted by the World Conference on Higher Education October, 1998 [Electronic resource]. – Access mode : http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_eng.htm. 16. Конвенція про визнання кваліфікацій з вищої освіти в європейському регіоні : ратифіковано Законом України від 03.12.1999 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_308. 17. Кодекс Республики Беларусь об образовании № 243-3 : принят 13 января 2011 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kodeksy.by/kodeks-ob-obrazovanii>. 18. Prawo o szkolnictwie wyższym : Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. : opracowano na podstawie: t.j. 2016 r. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bip.nauka.gov.pl/ustawy-akty-sw/>. 19. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года с изменениями 2015 – 2016 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon-ob-obrazovanii.ru>. 20. International Standard Classification of Education ISCED 2011 [Electronic resource] / UNESCO, Institute for Statistics, P.O. Box 6128, Montreal, Quebec H3C 3J7 Canada, 2012. – 88 p. – Access mode : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/isced-2011-en.pdf>. 21. Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development [Electronic resource] / United Nations. – New York, 2015. – Access mode : <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>. 22. Education 2030 framework for action towards inclusive and equitable quality education and lifelong learning for all [Electronic resource] / UNESCO : World Education Forum 2015 in Incheon, Republic of Korea, 19 – 22 May, 2015. – Access mode : <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233813M.pdf>. 23. Draft Preliminary Report on the Possible Global Convention on the Recognition of Qualifications in Higher Education [Electronic resource] / UNESCO, 2015. – Access mode : <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002328/232858e.pdf>. 24. Yerevan Communiqué. Prepared by the Bologna Follow-Up Group (BFUG) [Electronic resource] / Adopted by the Ministers during the Yerevan Ministerial Conference on 14 – 15 May, 2015. – Access mode : http://media.ehea.info/file/2015_Yerevan/70/7/YerevanCommuniquéFinal_613707.pdf.

- References:** McCowan T. Universities and the post-2015 development agenda: an analytical framework [Electronic resource] / T. McCowan // Higher Education. – 2016. – No. 72 – P. 505–523 ; Access mode : <http://link.springer.com/article/10.1007/s10734-016-0035-7>. 2. Hrishnova O. A. *Investuvannia v liudskiy kapital u systemi chynnykiv zabezpechennia hidnoyi pratsi : monohrafiia* [Investment in human capital in the system factors of decent work : monograph] / [O. A. Hrishnova, O. V. Dorosh, S. Ya. Shurpa] ; za nauk red. d-ra ekon. nauk, prof. O. A. Hrishnovoi – Kyiv : KNEU, 2015. – 222 p. 3. *Entsyklopediia osvity / Acad. Ped. nauk Ukrainy* ; hol. red. V. Kremen – Kyiv : Yurinekom Inter, 2008. – 1040 p. 4. Yakovenko L. I. *Ekonomichni osnovy modernizatsii vyshchoi osvity v umovakh stanovlennia ekonomiky znan : monohrafiia* [The economic fundamentals of modernization of higher education in the becoming of a knowledge economy : monograph] / L. I. Yakovenko, O. V. Pashchenko. – Poltava : Skaitek, 2011. – 216 p. 5. *Natsionalnyi osvittnyi hlosarii : vyshcha osvita / avt.-uklad.* : V. M. Zakharchenko, S. A. Kalashnikova, V. I. Luhovyi et al. ; za red. V. H. Kremeniya. – 2-he vyd., pererobl. i dop. – Kyiv. : TOV VD "Pleiady", 2014. – 100 p. 6. Savytska N. L. *Osvita i hospodarskyi rozvytok : teoretyko-metodolohichne osmyslennia bazovykh katehoriy* [Education and economic development : theoretical and methodological understanding of basic categories] [Electronic resource] / N. L. Savytska // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2014. – No. 2. – Access mode : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_52. 7. Sadova U. "Sribni universytety": novi horyzonty rozvytku pratsi ta osvity ["Silver universities": new horizons for development of work and education] / U. Sadova, R. Risna // Ukraina: aspekty pratsi. – 2015. – No. 8. – P. 3–10. 8. Timoshenkov I. V. *Chelovek, instituty i rynki v sisteme obrazovaniya : monografiya* [Man, institutes and markets in the education system : monograph] / I. V. Timoshenkov. – Kharkov : Izd-vo NUA, 2010. – 466 p. 9. Shevchenko L. S. *Universytetska osvita : ekonomichni priorytety ta upravlinnia rozvytkom : monohrafiia* [University education, economic priorities and management development : monograph] / L. S. Shevchenko. – Kharkiv : Pravo, 2016. – 188 p. 10. Shevchuk A. V. *Rehionalni osvittni systemy: teoriia, metodolohiia, praktyka innovatsiinoho rozvytku : monohrafiia* [Regional educational systems : theory, methodology, practice of innovation development : monograph] / A. V. Shevchuk. – Lviv : Instytut rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy, 2013. – 463 p. 11. Higher Education : A Worldwide Inventory of Research Centers, Academic Programs, and Journals and Publications / [Editors: L. Rumbley, P. Altbach, D. Stanfield et al.] ; – 3rd edition Bonn ; Berlin ; New York : Center for International Higher Education, Boston College, and Lemmens Media, 2014 – 360 p. 12. Krasikova T. Y. *Endowment in Russian universities : problems and prospects* / T. Y. Krasikova, D. V. Ognev // Actualni problemy ekonomiky. – 2015. – No. 2 (164). – P. 199–204. 13. The new political economy of higher education: between distributional conflicts and discursive stratification [Electronic resource] / T. Schulze-Cleven, T. Reitz, J. Maesse et al. // Higher Education 2017. – Access mode : <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-017-0114-4#aboutcontent>. 14. Lypov V. Systems of higher education: a comparative institutional analysis / V. Lypov // Ekonomika rozvytku. – 2015. – No. 4 (76). – P. 21–32. 15. Higher Education in the Twenty-First Century: Vision and Action. World Declaration on Higher Education for the Twenty-First Century: Vision and Action : adopted by the World Conference on Higher Education October, 1998 [Electronic resource]. – Access mode : http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_eng.htm. 16. Konventsiia pro vyznannia kvalifikatsii z vyshchoi osvity v yevropeiskomu rehioni : ratyfikovano zakonom Ukrainy vid 12.03.1999 r. [Electronic resource]. – Access mode : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_308. 17. Kodeks Respubliki Belarus ob obrazovanii No. 243-3 : prinyat 13 yanvarya 2011 goda. [Electronic resource]. – Access mode : <http://kodeksy.by/kodeks-ob-obrazovanii>. 18. Prawo o szkolnictwie wyzszym : Ustawa z dnia 27 lipca 2005 r. : opracowano na podstawie: t.j. 2016 r. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.bip.nauka.gov.pl/ustawy-akty-sw>. 19. Ob obrazovanii v Rossiyskoy Federatsii : Federalnyy zakon No. 273-ФЗ. ot 29 dekabrya 2012 s izmeneniyami 2015 – 2016 goda [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon-ob-obrazovanii.ru>. 20. International Standard Classification of Education ISCED 2011 [Electronic resource] / UNESCO, Institute for Statistics, P.O. Box 6128, Montreal, Quebec H3C 3J7 Canada, 2012. – 88 p. – Access mode : <http://www.uis.unesco.org/Education/Documents/iscsed-2011-en.pdf>. 21. Transforming Our World: The 2030 Agenda For Sustainable Development [Electronic resource] / United Nations. – New York, 2015. – Access mode : <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>. 22. Education 2030 framework for action towards inclusive and equitable quality education and lifelong learning for all [Electronic resource] / UNESCO : World Education Forum 2015 in Incheon, Republic of Korea, 19 – 22 May, 2015. – Access mode : <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233813M.pdf>. 23. Draft Preliminary Report on the Possible Global Convention on the Recognition of Qualifications in Higher Education [Electronic resource] / UNESCO, 2015. – Access mode : <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002328/232858e.pdf>. 24. Yerevan Communiqué. Prepared by the Bologna Follow-Up Group (BFUG) : adopted by the Ministers during the Yerevan Ministerial Conference on 14 – 15 May, 2015 [Electronic resource]. – Access mode : http://media.ehea.info/file/2015_Yerevan/70/7/YerevanCommuniqueFinal_613707.pdf.
- Інформація про авторів**
- Панчишин Степан Михайлович** – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри аналітичної економіки і міжнародної економіки Львівського національного університету імені Івана Франка (просп. Свободи, 18, м. Львів, Україна, 79008, e-mail: stmpanchyshyn@gmail.com).
- Гринькевич Ольга Степанівна** – канд. екон. наук, доцент, докторант економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка (просп. Свободи, 18, м. Львів, Україна, 79008, e-mail: OGrynkevych@gmail.com).
- Інформація об авторах**
- Панчишин Степан Михайлович** – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри аналітичної економіки і міжнародної економіки Львівського національного університету імені Івана Франка (просп. Свободи, 18, г. Львів, Україна, 79008, e-mail: stmpanchyshyn@gmail.com).
- Гринькевич Ольга Степанівна** – канд. екон. наук, доцент, докторант економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка (просп. Свободи, 18, г. Львів, Україна, 79008, e-mail: OGrynkevych@gmail.com).
- Information about the authors**
- S. Panchyshyn** – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Head of the Department of Analytical Economy and International Economics of Ivan Franko Lviv National University (18 Svobody Ave., Lviv, Ukraine, 79008, e-mail: stmpanchyshyn@gmail.com).
- O. Hrynkevych** – PhD in Economics, Associate Professor, doctoral student of the Faculty of Economics of Ivan Franko Lviv National University (18 Svobody Ave., Lviv, Ukraine, 79008, e-mail: OGrynkevych@gmail.com).

*Чем более точна наука, тем больше можно
из нее извлечь точных предсказаний.*

А. Франс

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЦТВОМ

УДК 658.1

JEL Classification: D24; G31

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ НА ПРИКЛАДІ ВЕЛИКИХ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

**Прозоза П. В.
Ромашова Я. В.**

Сьогодні в Україні відбуваються суттєві зміни економічних зв'язків, унаслідок переорієнтації економіки на європейські ринки. Особливо гостро ці зміни відчули на собі промислові підприємства Харківської області, у зв'язку зі своїм географічним розташуванням. Внутрішні та зовнішні фактори, які супроводжуються впровадженням економічних реформ, тимчасово призводять до падіння обсягів виробництва впродовж майже трьох років поспіль. Така ситуація актуалізує дослідження сучасних тенденцій розвитку промислових підприємств і пошук напрямів виходу із кризи.

Авторами досліджено сучасний стан і динаміку розвитку машинобудівних підприємств, основні проблеми, що перешкоджають їхньому ефективному розвитку, і шляхи поліпшення результатів їхньої діяльності та фінансового стану на шляху до виходу із кризи.

Проаналізовано тенденцію розвитку промислового виробництва в Україні та визначено основні фактори, що впливають на негативні зміни основних галузевих показників: переорієнтація ринків збуту, адаптація до умов нових контрагентів, низька інвестиційна активність. Досліджено комплексний вплив визначених факторів на основі аналізу та порівняння фінансових результатів, динаміки зміни основних фінансових показників трьох машинобудівних підприємств Харківської області: ПАТ "Турбоатом", ДП завод "Електроважмаш", ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство" (ХДАВП). За результатами здійсненого аналізу визначено сучасний стан та основні проблеми кожного з досліджуваних підприємств Харківської області в сучасних економічних умовах. Надано висновки й рекомендації щодо стабілізації їхнього економічного стану, поліпшення результатів діяльності та фінансових показників. Результати дослідження може бути використано для здійснення оперативних і радикальних змін у стратегії розвитку промислових підприємств України.

Ключові слова: промисловість, машинобудування, економічні зв'язки, експортна політика, інвестиційна активність.

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ
УКРАИНЫ НА ПРИМЕРЕ КРУПНЫХ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
ХАРЬКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Прозоза П. В.
Ромашова Я. В.**

Сегодня в Украине происходят существенные изменения экономических связей вследствие переориентации экономики на европейские рынки. Особенно остро эти изменения прочувствовали на себе промышленные предприятия Харьковской области в связи со своим географическим расположением. Внутренние и внешние факторы, которые сопровождаются внедрением экономических реформ, временно приводят к падению объемов производства в течение почти трех лет подряд. Такая ситуация актуализирует исследования современных тенденций развития промышленных предприятий и поиск направлений выхода из кризиса.

Авторами исследованы современное состояние и динамика развития машиностроительных предприятий, основные проблемы, препятствующие их эффективному развитию, и пути улучшения результатов их деятельности и финансового состояния на пути выхода из кризиса.

Проанализированы тенденции развития промышленного производства в Украине и определены основные факторы, влияющие на негативные изменения основных отраслевых показателей: переориентация рынков сбыта, адаптация к условиям новых контрагентов, низкая инвестиционная активность. Исследовано комплексное влияние определенных факторов на основе анализа и сравнения финансовых результатов, динамики изменения основных финансовых показателей трех машиностроительных предприятий Харьковской области: ПАО "Турбоатом", ГП завод "Электротяжмаш", ГП "Харьковское государственное авиационное производственное предприятие" (ХГАПП). По результатам проведенного анализа определены современное состояние и основные проблемы каждого из исследуемых предприятий Харьковской области в современных экономических условиях. Представлены выводы и рекомендации по стабилизации их экономического состояния, улучшению результатов деятельности и финансовых показателей. Результаты исследования могут быть использованы для осуществления проведения оперативных и радикальных изменений в стратегии развития промышленных предприятий Украины.

Ключевые слова: *промышленность, машиностроение, экономические связи, экспортная политика, инвестиционная активность.*

**CURRENT PROBLEMS OF UKRAINE'S MACHINE-BUILDING INDUSTRY:
THE CASE OF LARGE INDUSTRIAL ENTERPRISES
OF KHARKIV REGION**

**P. Pronoza
Ya. Romashova**

Present-day Ukraine faces significant changes in the economic relations associated with the reorientation of the economy to European markets. These changes have had a special impact on the industrial enterprises of Kharkov region due to its geographical location. Internal and external factors which are accompanied by the implementation of economic reforms have led to a temporal drop in production for nearly three years in succession. Such situation actualizes the study of modern trends in the development of industrial enterprises and the search for ways to overcome the crisis.

The current state and dynamics of machine-building enterprises, the main problems hindering their effective development as well as ways for improvement of the results of their operations and financial condition on the way out of the crisis have been studied.

The development trends of industrial production in Ukraine and the main factors influencing the negative changes in the industry basic indicators have been analyzed, namely: the reorientation of the sales markets, adaptation to the

terms of new contractors, low investment activity. The complex impact of certain factors has been studied on the basis of analysis and comparison of the financial results, the dynamics of changes in the main financial indicators of three machine-building enterprises of Kharkiv region: the PJSC "Turboatom", the SE plant "Electrotiazhmash", the SE "Kharkivske Derzhavne Aviatsiine Vyrobynyche Pidpriemstvo" (KhDAVP).

According to the results of the analysis the current state and the main current problems of each of the investigated companies of Kharkiv region have been identified. The conclusions and recommendations have been presented as to stabilization of the economic condition and improvement of their activity and financial performance. Research findings can be used for rapid and radical changes in the development strategy of the industrial enterprises of Ukraine.

Keywords: industry, engineering, economic connections, export policy, investment activity.

Сучасний період розвитку економіки України характеризується радикальною зміною економічних зв'язків і формуванням нових методів ведення бізнесу. Переорієнтація національної економіки на європейські ринки, у зв'язку із прагненням бути частиною Євросоюзу, суттєво вплинула на експортно-орієнтовані галузі та види діяльності, зокрема на галузь машинобудування. Проте після підписання Україною Угоди з Євросоюзом, для машинобудівних підприємств з'явилися нові можливості щодо виходу на європейські ринки збуту, а також пошуку нових партнерів для реалізації своєї продукції. У зв'язку із цим, особливо актуальними є питання пошуку напрямів відновлення промислового комплексу країни шляхом забезпечення стабільного ефективного високоприбуткового функціонування підприємств машинобудування.

Тенденції розвитку промислових підприємств та перспективи їхнього подальшого економічного зростання висвітлено у працях багатьох учених, зокрема: Т. М. Василюшина, В. М. Ємельянова, Л. П. Клименко, Н. Ю. Мариненко, М. М. Салун, Н. В. Тарасова та ін. Проблемам підвищення інвестиційної привабливості промислових підприємств присвячено праці таких уче-

них, як: В. В. Бала, В. А. Міщенко, І. В. Тютюнник, І. Ю. Харитон. Беручи до уваги напрацьований досвід та враховуючи сучасні економічні реалії, зростає необхідність у проведенні подальших досліджень сучасного стану й напрямів поліпшення результатів діяльності промислових підприємств, зокрема в галузі машинобудування.

Метою статті є дослідження сучасного стану та динаміки розвитку промислових підприємств Харківської області, пошуку напрямів поліпшення результатів діяльності та фінансового стану на шляху до виходу із кризи.

На сьогодні промисловість України перебуває у складних умовах, що є результатом поєднання світової фінансової кризи та проведення антитерористичної операції (АТО) на сході країни. Ситуація погіршується низькою конкурентоспроможністю національної промислової продукції, що ґрунтується на технологіях, які за деякими параметрами не відповідають світовим стандартам.

За останніх дев'ять років лише у 2010 р. відбулося зростання промислового виробництва (рис. 1), надалі спостерігають тенденцію поступового спаду.

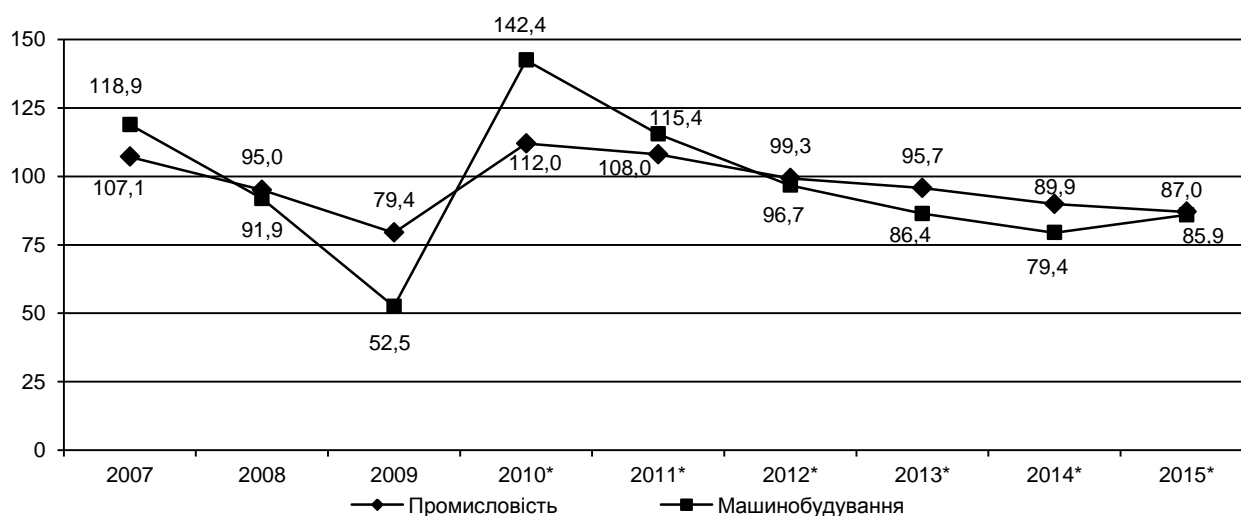


Рис. 1. Індекси обсягів виробництва промисловості та машинобудування України (у відсотках до попереднього року) [1]
 [Indices of production volumes of industry and mechanical engineering in Ukraine (in percentage to the previous year) [1]]

За інформацією Мінекономрозвитку, така ситуація відбувається під впливом зменшення промислового виробництва на сході. За 6 міс. 2015 р. обсяги промислової продукції в Україні скоротилися на 20,5 % [2] за рахунок Донецької та Луганської областей, на які припадає майже дві третини негативної тенденції (табл. 1).

Таблиця 1

Індекси промислової продукції за регіонами
(складено авторами за матеріалами [1; 3])
[Indices of industrial production according to regions
(compiled by the authors based on [1; 3])]

Регіони України	Січень – грудень 2015 р. до січня – грудня 2014 р	Частка у структурі промисловості 2015 р.	Січень – грудень 2014 р. до січня – грудня 2013 р
Україна	86,6	100	89,9
<i>Позитивні тенденції</i>			
Вінницька	104,1	3,0	105,4
Житомирська	109,8	1,7	107,1
Рівненська	100,5	1,7	103,7
<i>Негативні тенденції</i>			
Дніпропетровська	92,0	19,2	92,5
Миколаївська	91,1	2,3	101,4
Черкаська	90,6	2,9	94,7
Івано-Франківська	89,2	2,2	98,9
Харківська	88,0	6,8	94,8
Донецька	65,3	11,4	68,5
Луганська	34,0	1,7	58,0

За даними опитування, більше ніж 1 100 підприємств переробної промисловості (у тому числі машинобудівних), Державна служба статистики України виділяє основні фактори, що стримують відповідне виробництво [4]: недостатній попит; фінансові обмеження; нестачу сировини, матеріалів, устаткування; нестачу робочої сили; інші фактори.

Науковці серед факторів спаду промисловості виділяють також нестабільну економічну та політичну ситуацію у країні, високий рівень імпортової залежності, значну матеріаломісткість виробництва за невідповідності продукції вимогам світового ринку, недостатній технічний рівень виробництва, орієнтація експорту у країни СНД та інші [5 – 9].

Сучасні економічні умови вимагають від вітчизняних промислових підприємств спрямовувати зусилля

на адаптацію господарської діяльності до динамічного зовнішнього середовища урахуваючи завдання управління. Останні події, пов'язані із проведенням анти-терористичної операції, змушують підприємства прикордонних із Російською Федерацією (РФ) областей України переорієнтувати економічні зв'язки. За даними Forbes, у 2013 році 52 % експорту продукції українських машинобудівних підприємств приходилось на російські ринки збуту [10]. Такі підприємства, як АТ "Мотор Січ", "Запоріжтрансформатор", ПАТ "Турбоатом", ДП "Зоря-Машпроект" "Луганськтепловоз" та інші, більше 50 % своєї продукції орієнтували на російський ринок. Крім того, існує ресурсна залежність багатьох промислових підприємств України із РФ. У таких умовах досить важко швидко пристосуватися до нових контрагентів – споживачів та постачальників, у зв'язку з:

різким зменшенням попиту попередніх замовників;

поступовим зменшенням вітчизняного споживання за рахунок низької платоспроможності або вибору на користь імпортової продукції;

низькою конкурентоспроможністю продукції на міжнародному ринку.

Крім того, застаріле технічне обладнання підприємств, висока ресурсо-, енерго- і матеріаломісткість за постійного подорожчання енергоносіїв, низькі темпи розроблення, освоєння та випуску нових видів продукції призводить до низької рентабельності промислової галузі (3,4 % за січень – вересень 2015 р. [11]).

На думку багатьох науковців, одним з основних факторів гальмування розвитку промислового виробництва в Україні є недостатні обсяги інвестування. Дослідження Г. Білої щодо взаємозв'язку індексу інвестицій та індексу промислової продукції підтверджують високий ступінь залежності промисловості від коливань кон'юнктури ринку [8, с. 40]. Переорієнтація економічних зв'язків потребує значних інвестицій не лише в технічне оновлення промислових підприємств, а й у підготовку (перепідготовку) особливих спеціалістів, нової науково-виробничої бази [12, с. 246].

Дослідники оцінюють інвестиційний клімат в Україні як високоризикований. Причиною такої ситуації, на думку В. Стадник, є не лише відсутність коштів для вкладень, але й підвищений ризик будь-яких форм інвестування [13, с. 244]. Статистичні дані підтверджують це значним скороченням частки інвестицій в економіку України. Обсяг капітальних інвестицій в економіку України за 2015 рік зменшився на 1,7 % (у порівнянних цінах до 2014 р.) [13]. Досить незначну частку займають іноземні інвестиції (рис. 2), що свідчить про низьку інвестиційну привабливість України. Серед країн-інвесторів значний вклад в економіку нашої країни здійснюють Кіпр (27,1 %), Нідерланди (12,9 %) та Німеччина (12,5 %) [14]. Найменшу частку в інвестиціях за 2014–2015 р. займають кошти державного бюджету. Таким чином, відсутність державної фінансової підтримки та недовіра іноземних інвесторів зобов'язує підприємства забезпечувати розвиток за власні кошти.

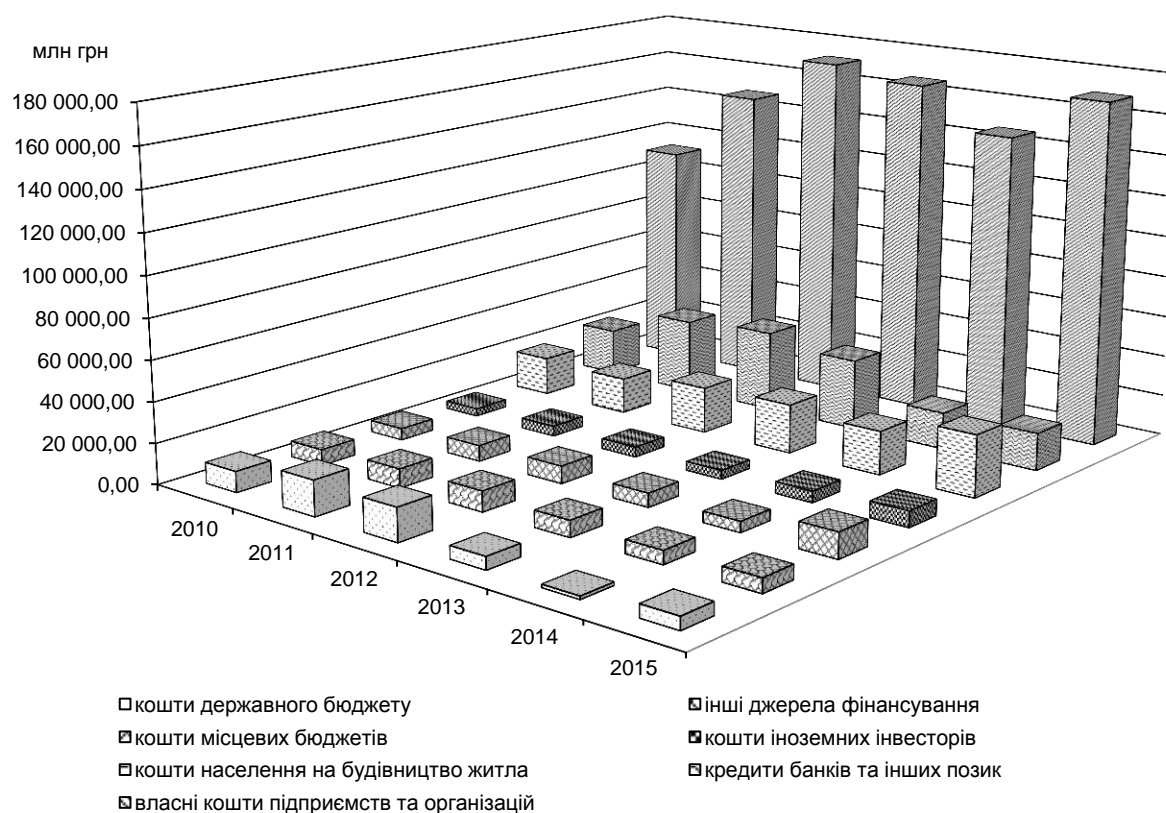


Рис. 2. Динаміка капітальних інвестицій за джерелами фінансування [9]
 [The dynamics of capital investments according to the source of funding [9]]

Серед видів промислової діяльності за обсягами накопичених прямих іноземних інвестицій друге місце у світі посідає галузь машинобудування (на першому місці – видобувна промисловість). За 2015 р. у промисловість України було інвестовано 84 168 млн грн (33,5 % від загального обсягу інвестування), що приблизно на 20 % менше ніж у попередньому році. На машинобудівні підприємства із цієї суми припадає лише 7 257,4 млн грн (8,6 %) [15, с. 4] Значна частка капітальних інвестицій у промисловість розподілилась таким чином: м. Київ – 31,9 %, Дніпропетровська область – 9,7 %, Київська область – 9,1 %, Львівська область – 4,7 %, Харківська область – 4,2 %.

Машинобудування як основна галузь промисловості, що забезпечує комплексну механізацію й автоматизацію виробництва, відіграє вирішальну роль у стратегічних аспектах розвитку держави. Від рівня розвитку машинобудування безпосередньо залежать показники ефективності промислового виробництва, матеріаломісткості валового внутрішнього продукту країни, продуктивності праці. Зважаючи на те що машинобудування становить основу розвитку промисловості, подальші наукові дослідження було спрямовано саме на машинобудівні підприємства.

Значна кількість машинобудівних підприємств України територіально розташовані на сході країни. Тому саме для цих підприємств характерний комплексний

вплив усіх зазначених факторів спаду промисловості. На основі офіційних звітів підприємств [16 – 18] було проаналізовано динаміку зміни основних показників розвитку машинобудівних підприємств Харківської області за 9 міс. 2014–2015 рр. Для цілей дослідження було обрано великі державні підприємства: ПАТ "Турбоатом", ДП завод "Електроважмаш", ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство" (ХДАВП).

Із трьох обраних підприємств ПАТ "Турбоатом" займає передові позиції у світі, це потужне промислове підприємство державного значення, яке здійснює виробництво турбінного обладнання для атомних, теплових і гідроелектростанцій. Підприємство постачає турбіни власного виробництва в 45 країн світу та є четвертим за розміром виробником турбін у світі [16]. Інше підприємство, ДП завод "Електроважмаш", здійснює виробництво транспортного обладнання для шахт та залізниць (близько 60 – 70 % його доходів), виготовляє турбо- та гідрогенератори, електрообладнання постійного струму (до 30 %) [17]. ХДАВП становить об'єднання декількох заводів із повним циклом робіт із серійного виробництва, доопрацювання та технічного обслуговування літаків у процесі їхньої експлуатації [18].

Аналіз сучасних тенденцій зміни основних показників розвитку досліджених підприємств наведено в табл. 2.

Основні показники розвитку окремих підприємств машинобудування Харківської області
(складено авторами за матеріалами [16 – 19])
[The main indicators of development of some mechanical engineering enterprises in Kharkiv region
(compiled by the authors based on [16 – 19])

Групи показників	Підприємства, періоди	ПАТ "Турбоатом"		ДП завод "Електроважмаш"		ХДАВП	
		9 міс. 2014 р.	9 міс. 2015 р.	9 міс. 2014 р.	9 міс. 2015 р.	9 міс. 2014 р.	9 міс. 2015 р.
1		2	3	4	5	6	7
Фінансові (млн грн)							
Чистий дохід		1 537	2 077	1 527	1 232	309	35
Собівартість реалізованої продукції		994	946	1 232	1 015	254	63
Валовий прибуток / (збиток)		544	1 131	295	217	55	(28)
ЕВІТДА		815	1 383	165	31	(56)	(111)
Амортизація		33	43	37	43	31	30
Операційний прибуток / (збиток)		782	1 340	127	(12)	(87)	(141)
Чистий фінансовий дохід / (збитки)		23	12	(23)	(41)	(134)	(119)
Прибуток/(збиток) до оподаткування		912	1 434	104	(53)	(260)	(290)
Податок на прибуток		89	145	21	0	0	0
Чистий прибуток / (збиток)		823	1 288	84	(53)	(260)	(290)
Баланс (млн грн)							
Активи, усього		4 003	4 670	1 355	1 542	2 255	2 334
Необоротні активи		645	639	362	355	1 062	1 022
Основні засоби		369	495	271	274	230	198
Оборотні активи		3 357	4 030	993	1 187	1 193	1 311
Дебіторська заборгованість		711	345	326	473	171	150
Грошові кошти та їхні еквіваленти		793	1 901	187	99	5	19
Зобов'язання та власний капітал		4 003	4 670	1 355	1 542	2 255	2 334
Зобов'язання		1 237	1 244	857	1 160	2 966	3 464
Кредиторська заборгованість		1 201	1 012	490	601	448	623
Боргові зобов'язання		0	0	341	541	1 884	311
Власний капітал		2 765	3 426	498	382	(710)	(1 130)
Фінансові коефіцієнти							
Приріст чистого доходу (% до відповідного періоду минулого року)		20,1	35,1	1,5	(19,3)	7,7	(88,7)
Рентабельність за ЕВІТДА (%)		53,0	66,6	10,8	2,6	(18,2)	(317,7)
Чиста рентабельність (%)		53,6	62,0	5,5	(4,3)	(84,0)	(833,2)

1	2	3	4	5	6	7
Борг / власний капітал (%)	0,0	0,0	68,4	141,9	(265,2)	(27,5)
Чистий борг / EBITDA (x)	(1,0)	(1,4)	0,9	14,1	nm	nm
Рентабельність власного капіталу (%)	42,2	53,4	23,4	(17,5)	55,7	37,4
Рентабельність активів (%)	28,4	39,6	7,8	(4,8)	(15,1)	(16,5)
Рентабельність застосованого капіталу (%)	37,7	52,2	20,2	(1,7)	(9,9)	22,9
Інформація підприємства						
Кількість працівників (тис. осіб)	4 090	5 001	6 471	5 891	3 852	3 543
Середньомісячна заробітна плата (грн)*	5 424	4 805	4 154	3 584	2 791	2 443

* Витрати на заробітну плату (за винятком соціальних виплат), поділені на середню кількість працівників.

Аналіз фінансових результатів ПАТ "Турбоатом" показав, що за 9 міс. 2015 р. підприємство отримало 2 077 млн грн чистого доходу, що більше на 35 %, ніж за відповідний період попереднього року. Цьому, перш за все, сприяло зниження собівартості продукції на 4,8 %. Сума валового прибутку в результаті цих змін зросла у 2,1 разу та становила 1 131 млн грн. Чистий прибуток ПАТ "Турбоатом" становив 1 288 млн грн, що на 465 млн грн більше, ніж прибуток за січень – вересень 2014 р. За 9 міс. 2015 р. відбулося зростання активів на 667 млн грн, у тому числі основних засобів – на 126 млн грн (на 34,1 %, порівняно з відповідним періодом минулого року). Майже у 2,4 разу зросли залишки грошових коштів підприємства та становили 1,9 млрд грн. Станом на 30.06.2015 р. ПАТ "Турбоатом" боргових зобов'язань не мало [12].

Аналізуючи фінансові показники можна зробити висновок, що ПАТ "Турбоатом" на сьогодні є одним із небагатьох успішних українських промислових підприємств. За досліджуваний період рентабельність за EBITDA зросла на 13,6 пп, чиста рентабельність – на 8,04 пп. Тенденцію до зростання також має кількість працівників, хоча рівень середньомісячної заробітної плати за 9 міс. 2015 р. знизився.

Більш скромними є результати фінансово-господарської діяльності ДП завод "Електроважмаш". Зокрема, тенденцію до зниження має чистий дохід підприємства, який на 19 % знизився, порівняно з минулорічним показником. Вагомою часткою доходів є експорт, тому фінансовий результат у національній валюті не є релевантним. Відбулося більш вагоме зниження доходів і прибутку, пов'язане, насамперед, зі скороченням обсягів продажу до РФ та АТО на сході України. Із вересня 2014 р. на ДП завод "Електроважмаш" було скорочено робочий тиждень із 5 до 4 днів, одночасно було збережено три робочих зміни на добу.

За перші три квартали 2015 р. чистий дохід ХДАВП від реалізації товарів та послуг становив 35 млн грн,

що є меншим на 89 %, порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Водночас собівартість продукції знизилася лише на 75 % у гривневому еквіваленті. У результаті цього за 9 міс. 2015 р. ХДАВП отримало валовий збиток у розмірі 28 млн грн, тоді як за аналогічний період попереднього року підприємство отримало прибуток 55 млн грн. Чисті збитки компанії за 9 міс. 2014 р. становили 260 млн грн, а за аналогічний період 2015 р. виросли ще на 30 млн грн. У 2015 р. зросли інші поточні зобов'язання на 1,9 млрд грн, у тому числі за рахунок залучення гарантованих державою облігацій на 1,2 млрд грн. Збільшилися також обсяги кредиторської заборгованості, і в результаті сукупні боргові зобов'язання зросли на 16,8 % до 3,5 млрд грн. У жовтні 2014 р. ХДАВП оголосило дефолт за облігаціями на 440 млн грн. Починаючи з 2009 р. ХДАВП збудувало лише сім літаків, із них три у 2009 р., по одному у 2010 – 2013 рр. та жодного у 2014 р. Такі обсяги виробництва набагато нижчі за проектну потужність підприємства, що становить 24 літаки на рік. Негативний вплив на діяльність підприємства також було зумовлено щораз більшим дефіцитом ліквідності на фоні зменшення державної підтримки. Заборона експорту літаків до Росії ще сильніше погіршила операційні показники підприємства.

Галузь машинобудування є ключовою складовою частиною промислового виробництва України, тому їй притаманні ті ж самі проблеми, що постають нині перед промисловістю: переорієнтація ринків збуту, зумовлена розривом економічних зв'язків із РФ, адаптація до умов нових контрагентів, низька інвестиційна активність через незавершеність АТО на сході країни.

Здійснений аналіз дає змогу констатувати, що машинобудівні підприємства України через низку факторів перебувають у нестабільному фінансовому становищі, що підтверджено зниженням промислового виробництва загалом і спадними тенденціями в машинобудуванні

зокрема. В аспекті регіонів негативні тенденції галузі машинобудування характерні також для Харківської області.

У процесі дослідження на прикладі трьох машинобудівних підприємств Харківської області проаналізовано тенденції розвитку галузі машинобудування регіону. Виявлено, що в досліджених підприємств виникли ускладнення у процесі адаптації до мінливих умов фінансового й економічного середовища. У двох підприємств зафіксовано спадні тенденції розвитку за досліджуваний період. Зокрема, ДП завод "Електроважмаш" і ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство" мають проблеми з пошуком стабільного співробітництва на світовому ринку для зниження імпортової залежності від РФ, залученням нових інвестицій, налагодженням взаємовідносин із новими контрагентами та споживачами.

В умовах, що склалися, перед машинобудівними підприємствами України постає важливе завдання зміни ціннісних орієнтирів, підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародному ринку, залучення додаткових фінансових і матеріальних ресурсів та входження в новий етап свого розвитку. Наявність негативних тенденцій розвитку підприємств галузі машинобудування в регіоні та Україні потребує радикальних змін, серед яких, зокрема, можна зазначити такі: розроблення та впровадження проектів технічного переозброєння, реконструкції виробництва й підвищення якості продукції, зниження її ресурсо-, енерго- і матеріаломісткості, поліпшення структури ресурсного потенціалу, відповідно до сучасних вимог, підвищення рівня механізації й автоматизації виробничих процесів, розвиток інновацій, вивчення потреб ринку та виважений стратегічний маркетинг, у тому числі зайняття нових ринкових ніш шляхом розширення асортименту продукції машинобудування. На державному рівні необхідною є підтримка інноваційного розвитку та створення сприятливого інвестиційного клімату, реконструкція ряду машинобудівних підприємств.

За результатами проведеного дослідження було виділено основні тенденції розвитку промисловості України та її провідної галузі – машинобудування, узагальнено основні проблеми та кризові фактори, що чинять негативний вплив на фінансовий стан і результати діяльності підприємств машинобудування, набули подальшого розвитку напрями виходу із кризи та перспективи розвитку машинобудівних підприємств у сучасних умовах господарювання. Забезпечення виходу підприємств машинобудування України на траєкторію сталого розвитку в нинішніх умовах можливе за умови здатності своєчасно реагувати на негативні зміни фінансово-економічного середовища, а також переорієнтації внутрішнього економічного механізму, відповідно до нових умов, оскільки без організаційної та фінансової реструктуризації, диверсифікації системи маркетингу, продуманої стратегії розвитку і професійного управління стабілізація та зростання обсягів виробництва в галузі машинобудування неможливі.

Перспективи подальших досліджень полягають у пошуку найбільш ефективних методів менеджменту й маркетингу для підвищення конкурентоспроможності та прибутковості вітчизняних машинобудівних підприємств на світовому ринку.

Література: 1. Індекси промислової продукції за видами діяльності // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Макроекономічні показники липня 2015 року. Промисловість // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://new.me.gov.ua/content/makroekonomichni-pokazniki-lipnya-2015-roku-promislovist.html?PrintVersion>. 3. Обсяг реалізованої промислової продукції за січень – грудень 2015 року та індекс обороту (реалізації) в Україні : експрес-випуск Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Очікування промислових підприємств у I кварталі 2016 року щодо перспектив розвитку їхньої ділової активності // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 5. Мариненко Н. Ю. Тенденції розвитку промислових підприємств України в сучасних умовах [Електронний ресурс] / Н. Ю. Мариненко // Ефективна економіка. – 2016. – № 1. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4724>. 6. Васишин Т. Аналіз сучасного стану машинобудівної промисловості України та визначення основних проблем її розвитку / Т. Васишин // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 4 (43). – С. 10–20. 7. Тютюнник І. В. Аналіз сучасного стану машинобудівної галузі України / І. В. Тютюнник, В. А. Міщенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Серія : Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. – Харків : НТУ "ХПІ". – 2015. – № 28 (1137). – С. 109–113. 8. Біла Г. І. Сучасний стан технологічного оновлення машинобудівних підприємств / Г. І. Біла // Молодий вчений. – Херсон : ВД "Гельветика", 2015. – № 8 (23), ч. 2. – С. 39–42. 9. Мандзіновська Х. О. Комплексний підхід до аналізу та оцінки фінансово-економічної діяльності підприємств машинобудування / Х. О. Мандзіновська // Бізнес Інформ. – 2015. – № 2. – С. 156–161. 10. Заточені під Росію: українська промисловість втрачає ринки збуту [Електронний ресурс] // Forbes. – 2013. – № 5. – Режим доступу : <http://forbes.net.ua/ua/business/1370942-zatocheni-pid-rosiyu-ukrayinska-promislovist-vtrachae-rinki-zbutu>. 11. Рентабельність операційної діяльності підприємств за видами промислової діяльності // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/rodp/rodp_pr/rodp_pr_u/arh_rodp_pr15_u.htm. 12. Стадник В. В. Інноваційні чинники в системі ціннісно-орієнтованого управління промисловим підприємством / В. В. Стадник, О. В. Замазій // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 9 (171). – С. 242–249. 13. Капітальні інвестиції за видами активів за 2010 – 2014 роки // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 14. Прямі іноземні інвестиції (акціонерний капітал) з країн світу в економіці України // Офіційний сайт Державної служби статистики України. – Режим доступу :

ukrstat.org/uk/operativ/operativ2015/zd/ivu/ivu_u/ivu0415.html. 15. Капітальні інвестиції у січні – грудні 2015 року : експрес-випуск Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 16. Офіційний сайт ПАТ "Турбоатом" – Режим доступу : <http://www.turboatom.com.ua/company/about.html>. 17. Офіційний сайт ДП завод "Електроважмаш" – Режим доступу : <http://www.spetm.com.ua/index.php/about>. 18. Офіційний сайт ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство". – Режим доступу : www.ksamc.com. 19. Аналітичний огляд ТОП-100 найбільших державних підприємств України [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=f6738525-4eb4-4460-92b9-ab6ef8ac9481&title=MinekonomrosvitkuOpriludniloNoviZvitiProRezultatiRoboti100-NaibilshikhDerzhpidprimstvUkraini>.

References: 1. Indeksy promyslovoi produktsii za vydamy diialnosti / Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Makroekonomichni pokaznyky lypnia 2015 roku. Promyslovist // Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : <http://new.me.gov.ua/content/makroekonomichni-pokazniki-lipnya-2015-roku-promislovist.html?PrintVersion>. 3. Obsiah realizovanoi promyslovoi produktsii za sichen – hruden 2015 roku ta indeks oborotu (realizatsii) v Ukraini : ekspres-vypusk Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 4. Ochikuvannia promyslovykh pidpriemstv u I kvartali 2016 roku shchodo perspektyv rozvytku yikhnoi dilovoi aktyvnosti // Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 5. Marynenko N. Yu. *Tendentsii rozvytku promyslovykh pidpriemstv Ukrainy v suchasnykh umovakh* [Current development trends of industrial enterprises of Ukraine] [Electronic resource] / N. Yu. Marynenko // *Efektivna ekonomika*. – 2016. – No. 1. – Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4724>. 6. Vasylyshyn T. *Analiz suchasnoho stanu mashynobudivnoi promyslovosti Ukrainy ta vyznachennia osnovnykh problem yii rozvytku* [Analysis of the current state of the mechanical engineering industry of Ukraine and determining the main problems of its development] / T. Vasylyshyn // *Halytskyi ekonomichniy visnyk*. – 2013. – No. 4 (43). – P.10–20. 7. Tiutiunyk I. V. *Analiz suchasnoho stanu mashynobudivnoi haluzi Ukrainy* [Analysis of the current state of the engineering industry of Ukraine] / I. V. Tiutiunyk, V. A. Mishchenko // *Visnyk Nats. tekhn. un-tu "KhPI"* : zb. nauk. pr. Seriya : Aktualni problemy rozvytku ukrainskoho suspilstva. – Kharkiv : NTU "KhPI". – 2015. – No. 28 (1137). – P. 109–113. 8. Bila H. I. *Suchasnyi stan tekhnologichnoho onovlennia mashynobudivnykh pidpriemstv* [The current state of technological renovation of engineering companies] / H. I. Bila // *Naukovyi zhurnal "Molodyi vchenyi"*. – Kherson : Vydavnychiy dim "Helvetyka", 2015. – No. 8 (23), part 2. – P. 39–42. 9. Mandzinovska Kh. O. *Kompleksnyi pidkhdid do analizu ta otsinky finansovo-ekonomichnoi diialnosti pidpriemstv mashynobuduvannia* [An integrated approach to the analysis and assessment of financial and economic activity of enterprises of mechanical engineering] / Kh. O. Mandzinovska // *Biznes Inform.* – 2015. – No. 2. – P. 156-161. 10. Zatocheni pid Rosiiu: ukrainska promyslovist vtrachaie rynky zbutu [Electronic resource] // *Forbes*. – 2013. – No. 5. – Access mode : [rinki-zbutu. 11. Rentabelnist operatsiinoi diialnosti pidpriemstv za vydamy promyslovoi diialnosti / Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : \[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/rodp/rodp_pr/rodp_pr_u/arh_rodp_pr15_u.htm\]\(http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/rodp/rodp_pr/rodp_pr_u/arh_rodp_pr15_u.htm\). 12. Stadnyk V. V. *Innovatsiino chynnyky v systemi tsinnisno-oriientovanoho upravlinnia promyslovykh pidpriemstv* \[The innovative factor in the value-oriented management of an industrial enterprise\] / V. V. Stadnyk, O. V. Zamazii // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2015. – No. 9 \(171\). – P. 242–249. 13. Kapitalni investysii za vydamy aktyviv za 2010 – 2014 roky // Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 14. Priami inozemni investysii \(aktsionernyi kapital\) z krain svitu v ekonomitsi Ukrainy // Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : \[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/zd/ivu/ivu_u/ivu0415.html\]\(http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/zd/ivu/ivu_u/ivu0415.html\). 15. Kapitalni investysii u sichni – hrudni 2015 roku : ekspres-vypusk Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy \[Electronic resource\]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 16. The official site of the PJSC "Turboatom" \[Electronic resource\]. – Access mode : <http://www.turboatom.com.ua/company/about.html>. 17. The official site of the SE "Electrotiazhmash" \[Electronic resource\]. – Access mode : <http://www.spetm.com.ua/index.php/about>. 18. The official site of the SE "Kharkivske Derzhavne Aviatsiine Vyrobyne Pidpriemstvo" \[Electronic resource\]. – Access mode : \[www.ksamc.com\]\(http://www.ksamc.com\). 19. Analitychnyi ohliad TOP-100 naibilshykh derzhavnykh pidpriemstv Ukrainy // The official site of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. – Access mode : <http://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=f6738525-4eb4-4460-92b9-ab6ef8ac9481&title=MinekonomrosvitkuOpriludniloNoviZvitiProRezultatiRoboti100-NaibilshikhDerzhpidprimstvUkraini>.](http://forbes.net.ua/ua/business/1370942-zatocheni-pid-rosiyu-ukrayinska-promislovist-vtrachae-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Інформація про авторів

Проноза Павло Володимирович – д-р екон. наук, професор, декан фінансового факультету Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: ppv@hneu.edu.ua).

Ромашова Яніна Володимирівна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: yanina.romashova@hneu.edu.ua).

Інформація об авторах

Проноза Павел Владимирович – д-р екон. наук, професор, декан фінансового факультета Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: ppv@hneu.edu.ua).

Ромашова Янина Владимировна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: yanina.romashova@hneu.edu.ua).

Information about the authors

P. Pronoza – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Dean of Finance Department of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: ppv@hneu.edu.ua).

Ya. Romashova – PhD in Economics, Associate Professor of Enterprise Economics and Management Depart-

ment of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: yanina.romashova@hneu.edu.ua).

*Стаття надійшла до ред.
07.12.2016 р.*

УДК 339.138:502.1(045)

JEL Classification: M31; M00; Q01

КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СКЛАДОВИХ ЧАСТИН ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

**Васюткіна Н. В.
Зуй М. О.**

Визначено складові частини екологічного маркетингу та їхній взаємозв'язок із підсистемами управлінської діяльності сталого розвитку підприємств із використанням комплексного підходу. Обґрунтовано актуальність екологічного маркетингу в управлінні сталим розвитком підприємства. Проаналізовано змістову наповненість концептуальних маркетингових підходів: державного маркетингу, територіального маркетингу, когнітивного маркетингу, маркетингу взаємовідносин, внутрішнього маркетингу. Шляхом наукового пошуку визначено ключові аспекти взаємозв'язку та взаємодії цих концепцій з екологічним маркетингом. Відпрацьовано взаємозв'язки кожної концепції з підсистемами управлінської діяльності на підприємстві. Обґрунтовано ключові інструменти, що забезпечують комплексну реалізацію екологічного маркетингу в системі управління сталим розвитком підприємства. Визначено, що всі складові частини екологічного маркетингу є взаємоінтегрованими, а їхня погоджена взаємодія має цілісно реалізовуватися на основі принципів екологічної діяльності в системі управління сталим розвитком підприємств на усіх ієрархічних рівнях. Запропоновано основні екологічні принципи, яких необхідно дотримуватися підприємствам у системі управління сталим розвитком. Таким чином, запропоновано комплексний підхід до структурного змісту екологічного маркетингу в системі управління сталим розвитком підприємств із конкретизацією взаємодії кожного з його елементів із системою управлінської діяльності підприємств. Застосування пропонованого підходу із системним використанням екологічної складової частини в усіх сферах управлінської діяльності дозволить підприємствам будувати відносини з усіма учасниками на ціннісній основі та підвищить розуміння ними реальних потреб споживачів, засобів їхнього задоволення та відповідності цих дій екологічним нормам і стандартам. Цей підхід дозволить зрушити свідомість осіб, зацікавлених у сталому розвитку їхніх підприємств, у бік раціонального використання як ресурсів підприємства, так і навколишнього середовища.

Ключові слова: екологічний маркетинг, система управлінської діяльності, концептуальні підходи, комплексний підхід.

**КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ
СОСТАВЛЯЮЩИХ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА
В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Васюткина Н. В.
Зуй М. А.**

Определены составляющие экологического маркетинга и их взаимосвязь с подсистемами управленческой деятельности устойчивого развития предприятий с использованием комплексного подхода. Обоснована актуальность экологического маркетинга в управлении устойчивым развитием предприятия. Проанализирована смысловая наполненность концептуальных маркетинговых подходов: государственного маркетинга, территориального маркетинга, когнитивного маркетинга, маркетинга взаимоотношений, внутреннего маркетинга. Путем научного поиска определены ключевые аспекты взаимосвязи и взаимодействия данных концепций с экологическим маркетингом. Отработаны взаимосвязи каждой концепции с подсистемами управленческой деятельности на предприятии. Обоснованы ключевые инструменты, которые обеспечивают комплексную реализацию экологического маркетинга в системе управления устойчивым развитием предприятия. Определено, что все составляющие экологического маркетинга являются взаимосвязанными, а их согласованное взаимодействие должно целостно реализовываться на основе принципов экологической деятельности в системе управления устойчивым развитием предприятий на всех иерархических уровнях. Предложены основные экологические принципы, которых необходимо придерживаться предприятиям в системе управления устойчивым развитием. Таким образом, предложен комплексный подход к структурному содержанию экологического маркетинга в системе управления устойчивым развитием предприятий с конкретизацией взаимодействия каждого из его элементов с системой управленческой деятельности предприятий. Применение предлагаемого подхода с системным использованием экологической составляющей во всех сферах управленческой деятельности позволит предприятиям выстраивать отношения со всеми участниками на ценностной основе и повысит понимание ими реальных нужд потребителей, средств их удовлетворения и соответствия данных действий экологическим нормам и стандартам. Данный подход позволит изменить сознание лиц, заинтересованных в устойчивом развитии их предприятий, в сторону рационального использования как ресурсов предприятия, так и окружающей среды.

Ключевые слова: экологический маркетинг, система управленческой деятельности, концептуальные подходы, комплексный подход.

**A COMPREHENSIVE APPROACH TO THE DETERMINATION
OF THE ENVIRONMENTAL MARKETING COMPONENTS
IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE
SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

**N. Vasiutkina
M. Zuy**

The components of environmental marketing and their relationship with the management subsystems of the enterprise sustainable development have been determined with the use of a comprehensive approach. The relevance of environmental marketing in the enterprise sustainable development management has been substantiated. The meaningfulness of the following conceptual marketing approaches has been analyzed: state marketing, territorial marketing, cognitive marketing, marketing of relationship and internal marketing. The key aspects of the relationship and interaction of these concepts with environmental marketing have been identified through scientific research. The relationships between each concept and the subsystems of the enterprise management activity have been elaborated. The key tools that

ensure comprehensive implementation of the environmental marketing in the management system of the enterprise sustainable development have been grounded. It has been determined that all the components of environmental marketing are mutually integrated, and their coordinated interaction must be implemented integrally on the basis of environmental activities in the management system of the enterprise sustainable development at all hierarchical levels. The basic ecological principles have been proposed to be adhered in the enterprise sustainable development management. Therefore a comprehensive approach to the structured content of environmental marketing in the enterprise sustainable development management system has been proposed with specification of the interaction of each of its components with the enterprise management system. The implementation the proposed approach to the system use of the environmental component in all areas of management activity will allow enterprises to build relationships with all parties on the basis of values and increase their understanding of the real needs of consumers, ways to satisfy them in compliance with environmental regulations and standards. This approach will shift the consciousness of people interested in sustainable development of enterprises towards efficient use of both the enterprise resources and the environment.

Keywords: *environmental marketing, management activity system, conceptual approaches, comprehensive approach.*

Розвиток української економіки в новому тисячолітті трансформується в якісно новий формат під впливом навколишнього природного середовища. Глобалізація, технічний прогрес потребують нових підходів до якості життязабезпечення, де, передусім, першорядним є екологічний чинник. Зростання потреб споживачів, яких уже не задовольняє низькоякісна продукція, збільшує тиск на виробників та змушує їх урахувувати вимоги до якості, екологічної чистоти продукції та вдосконалювати організаційні взаємозв'язки, гармонізацію нормативних документів. У цьому контексті ізоляціоністська конкурентна стратегія втрачає свою актуальність. Держави, фірми, корпорації вимушені працювати разом, щоб мати можливість маневрувати надходженнями від різних джерел і створювати привабливу екологічно чисту продукцію, екологічні партнерські відносини.

Специфічною особливістю маркетингової діяльності у змінних умовах ринку під впливом чинника погіршення якості екологічної ситуації до основних класичних її завдань додаються нові, зокрема підвищення екологічної відповідальності підприємств, активізація внутрішніх невикористаних резервів і можливостей, розширення меж ініціативної екологічної діяльності підприємств, установлення прямого взаємозв'язку екологічної діяльності з розвитком виробництва й підвищення якості продукції, максимальне використання маловитратних технологій у вирішенні екологічних проблем, відкрита демонстрація підприємством екологічних цілей, завдань і досягнутих, відповідно до них, результатів, активна співпраця підприємства з усіма зацікавленими економічними суб'єктами, вирішення яких сприятиме реалізації екологічно орієнтованих цілей. Усі ці завдання потребують цілісного, комплексного підходу до реалізації екологічного маркетингу, який дозволить підприємствам виходити на нові траєкторії розвитку.

Питаннями теорії маркетингу в різних сферах її застосування з актуалізацією екологічної складової частини займалися ряд зарубіжних та вітчизняних уче-

них: К. Пітті, Дж. Оттман, Д. Фуллер, С. М. Андреев, Г. Л. Барієв, В. І. Бутов, Н. В. Зіновчук, В. Г. Ігнатов, Н. П. Кетова, О. А. Козлова, О. А. Кратт, Х. Мефферт, К. М. Романенко, А. В. Ращенко, А. О. Старостіна, С. Є. Мартов, Н. К. Моїсеєва, Ю. Ф. Попова, О. У. Юлдашева та ін.

Проте в роботах зазначених учених розглянуто в розрізненій позиції окремий вид маркетингу з його екологічними аспектами, недостатньо уваги приділено використанню комплексного підходу в системі визначення складових частин різних видів маркетингу, що формують екологічний маркетинг у загальній системі управління сталим розвитком підприємств.

Метою статті є визначення складових частин екологічного маркетингу в їхньому взаємозв'язку з підсистемами управлінської діяльності сталого розвитку підприємств із використанням комплексного підходу.

Ураховуючи специфіку розвитку сучасних ринків, доміантної сили набуває концепція екологічного ("зеленого") маркетингу. Необхідно зазначити, що в концепції екологічного маркетингу сталося зміщення акценту з максимального задоволення споживачів на створення економічної системи, яка була б спрямована на поліпшення якості життя суспільства загалом. Це прослідковують в еволюції становлення екологічного маркетингу провідних розвинутих країн світу. Із моменту його зародження розуміння взаємодії між економікою та довкіллям інтенсивно розвивалось, через що розвивалось і розуміння самого екологічного маркетингу. Загалом виділяють три фази [1]:

- екологічний маркетинг. Ця концепція передбачала вузько орієнтовані ініціативи, що концентрувались на зниженні залежності від частково шкідливих товарів, а всі маркетингові види діяльності розглядались під кутом зору допомоги у вирішенні екологічних проблем;

- маркетинг навколишнього середовища – більш широкий підхід, спрямований на зниження шкідливого

впливу на навколишнє середовище через застосування технологій бережливого виробництва, створення інноваційних товарів, що забезпечують менший рівень викидів в атмосферу та відходів;

- сталий (збалансований) маркетинг – більш радикальний підхід до ринків та маркетингу, який шукає шляхи покриття всіх витрат із виробництва та споживання, пов'язаних з охороною навколишнього середовища, для створення сталої (збалансованої) економіки.

Екологічний маркетинг або "зелений" [2], збалансований [3] маркетинг, сформувався на перетині таких складових частин розвитку суспільства, як задоволення екологічних потреб платоспроможних покупців, збереження довкілля та досягнення прибутковості підприємства. Екологічний маркетинг можна уявити як господарський процес, який: 1) має на меті задовольнити екологічні потреби споживачів; 2) забезпечує певні переваги суб'єктам господарювання, зокрема збільшення прибутку підприємств; 3) задовольняє вимоги до збереження довкілля; 4) сприяє утворенню соціального, екологічного та економічного ефектів [4, с. 12].

Таким чином, урахувавши зазначене, концепція екологічного маркетингу має дещо ширші межі, оскільки без інтегрованої взаємодії з іншими концепціями маркетингу на різних рівнях управлінської діяльності не зможе виконати ключове своє завдання. Основним завданням цієї концепції є спрямування діяльності підприємств до постійної поінформованості споживачів у сфері екологічних проблем, зниження використання обмежених ресурсів, створення екологічної безпеки життєдіяльності для задоволення потреб споживачів і ведення суспільства до сталого розвитку.

Кожне підприємство, будуючи в себе систему управлінської діяльності, орієнтовану на досягнення цілей сталого розвитку, має налаштовувати динамічні взаємозв'язки між чинниками зовнішнього та внутрішнього середовища шляхом побудови ключових підсистем підприємства: стратегічного й корпоративного управління, інформаційно-аналітичної, контрольно-адаптаційної, управління потенціалом розвитку [5, с. 94–96].

Однак без фокусування на екологічних аспектах у реалізації будь-яких завдань підприємства досягнення цілей сталого розвитку є неможливим. Тому погоджуючись із точкою зору О. А. Козлової [6, с. 180], автори дотримуються позиції, що екологічний маркетинг на корпоративному рівні в межах маркетингового середовища має взаємодіяти, тобто бути в тісному взаємозв'язку з іншими концептуальними підходами: державним маркетингом, територіальним маркетингом, когнітивним маркетингом, внутрішнім маркетингом, маркетингом взаємовідносин – і тільки в інтегрованій взаємодії зможе бути досягнуто налагодження збалансованої системи управління сталим розвитком підприємств (рисунок).

Становлення системи державного маркетингу викликає дискусії, передусім, щодо того, які нові якості в діяльність органів державного управління привносить цей процес у контексті співвідношення ринкових та соціальних аспектів маркетингового управління.

Автори погоджуються з точкою зору К. М. Романенко, що "державний маркетинг можна визначити як різновид некомерційного маркетингу, що визначається як інтегральна діяльність його суб'єктів (органів державної влади) у контексті їх взаємодії з суб'єктами національного ринку, спрямована на задоволення потреб об'єкта управління на основі виявлення, створення і зміни національного продукту з метою забезпечення стійкого розвитку суспільства і якості життя населення" [7, с. 86].

Ключовим акцентом у функціонуванні державного маркетингу, що реалізує нові принципи маркетингового управління, є спрямованість на соціальний ефект [8, с. 8]. Цей ефект маркетингової діяльності органів державного управління забезпечено в кількох напрямках.

Першим напрямком є соціальна спрямованість діяльності держави у процесі регулювання ринкових відносин. По-перше, важливим аспектом є маркетингова орієнтація самого державного управління на задоволення потреб громадян. По-друге, необхідно постійно підтримувати стимулювання розвитку всіх сфер народного господарства для максимального ефективного задоволення потреб людей у контексті забезпечення їхньої якості життя. Такий підхід дозволить у результаті максимізувати соціальний ефект.

Також впливовими на соціальний ефект управлінської діяльності держави є маркетингові механізми підтримки зворотних зв'язків органів державного управління, громадянського суспільства. Основне завдання державного маркетингу полягає в інтеграції ринково-комерційного та соціального векторів розвитку сучасного суспільства, оскільки, як справедливо підкреслюють вітчизняні дослідники цієї проблеми, "необхідно виходити з того, що "ринок" і "соціальні гарантії" – два взаємодоповнюючих, а не взаємовиключних поняття" [9, с. 18].

Таким чином, соціально-етична відповідальність як складова частина державного управління, привнесена маркетингом, дозволяє вирішувати ряд питань практичного характеру. Перш за все, це стосується стилю управління, етики управлінської діяльності, побудови системи взаємовідносин органів державного управління із громадянами, суб'єктами господарювання, де в першооснові мають закладати екологічні принципи, що дозволять підвищити ефективність процесу ухвалення та реалізації управлінських рішень, забезпечуючи їм соціоцентричний характер. Інтегративна взаємодія маркетингово орієнтованих управлінських інструментів на рівні державного управління й підприємств відбувається в підсистемах корпоративного та стратегічного управління.

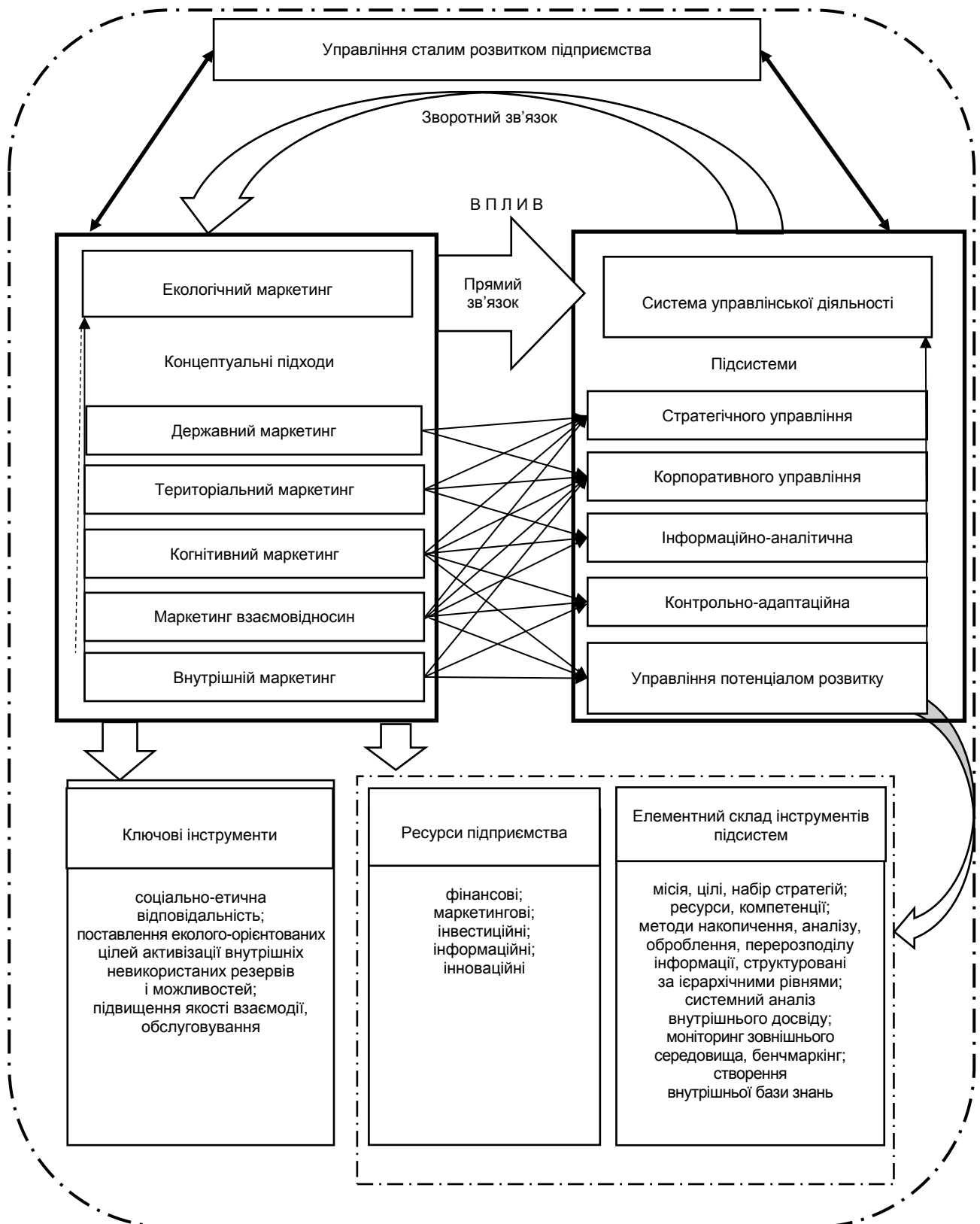


Рис. Комплексний підхід до розгляду екологічного маркетингу в системі управління сталим розвитком підприємств (розроблено автором)
 [The comprehensive approach to the study of the environmental marketing in the enterprise sustainable development management system (developed by the author)]

У сучасних умовах зміни парадигми регіонального управління в ситуації, коли ще нещодавно актуальні методи та стратегії перестали працювати, особливо перспективним стає використання маркетингового підходу в управлінні регіоном. Конкретизацією екологічного маркетингу на локальному рівні є його форма вияву у вигляді екологічного макромаркетингу адміністративних територій. Використання теорії маркетингу в сучасному територіальному управлінні дозволяє вважати ключовим показником успіху максимальне задоволення потреб мешканців території у громадських послугах і благах, створення більш привабливих, ніж на інших територіях, умов проживання й розвитку діяльності комерційного та некомерційного характеру.

Акцент на територіальному маркетингу як особливому виді управлінської діяльності зробили В. Бутов, В. Ігнатів і М. Кетова: "Регіональний маркетинг – це певний спосіб мислення і дій керівників регіонального рівня, нова ділова філософія активної підприємницької діяльності в регіоні, в основі якої прагнення задовольнити виявлені потреби конкретних людей, груп споживачів, підприємств як у цьому регіоні, так і за його межами (дія на вибраних ринках) у відповідних товарах – готовій продукції, технології, послугах, інформації тощо" [10, с. 86].

А. Старостіна та С. Мартов пропонують визначати регіональний маркетинг як інтегральну діяльність у регіоні та за його межами щодо зосереджених у його межах ресурсів і можливостей їхньої реалізації та відтворення. Маркетингові зусилля регіонів, які прагнуть досягти найкращих результатів у соціально-економічному розвитку, спрямовані на ефективну реалізацію основних функцій території як місця проживання, відпочинку і господарювання; покращання управління та інфраструктури; підвищення конкурентоспроможності розміщених на території підприємств [11, с. 57].

Важливим аспектом у системі управління збалансованим розвитком регіону є врахування територіального фактору під час реалізації завдань, функцій та принципів екологічного маркетингу. З одного боку, територія із простого місця здійснення економічних заходів стає продавцем товарів і послуг, тобто рівноправним учасником ринку, а з іншого – регіон (частина території) може продаватися як екологічний товар, що має свою вартість та екологічну корисність. Завданнями місцевої влади стають створення та підтримка унікальності своєї території для туристів, формування сприятливих умов для ведення бізнесу, працевлаштування та проживання, а також надання цих переваг цільовим групам шляхом активізації внутрішніх невикористаних резервів і можливостей, підвищення якості взаємодії, обслуговування, активною співпрацею з усіма підприємствами, зацікавленими економічними суб'єктами.

Це потребує пошуку нових підходів до управління адміністративно-територіальною одиницею, які б дозволили реалізувати поставлені екологічно орієнтовані цілі та забезпечити активне надання

можливостей території. Саме це й зумовлює появу нового інструментарію – маркетингу території, який дає можливість найбільш повно використати наявний ресурсний потенціал. Безпосередньо екологічний маркетинг території спрямовано на залучення інвестицій, розроблення й реалізацію екологічно обґрунтованих програм, проектів, регіональних схем запобігання наслідкам імовірних екологічно небезпечних ситуацій. Розвиток території в єдиному маркетингово- та еколого-орієнтованому ключі дозволить підприємствам, що функціонують на них успішно, налагоджувати всі процеси та підвищити ефективність їхньої діяльності.

Підхід із такої точки зору потребує коректувань у системі управлінської діяльності щодо інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності підприємств, виокремлення нових баз даних, відповідних системних рішень і запровадження принципово нових підходів до реалізації стратегічних планів.

Однак основні тенденції розвитку сучасного соціуму визначити не просто, оскільки цей розвиток суперечливий, взаємообумовлений і взаємопов'язаний одночасно: одна тенденція змінює іншу або інтегрована в неї, дві протилежні тенденції можуть розвиватися паралельно, до того ж визначити, яка з них домінує, практично неможливо через відкритість і складності такої системи як соціум.

Однією із цілей маркетингу як науки про створення та відтворення попиту на товари й послуги підприємства є виявлення тенденцій у споживанні, що визначають майбутню структуру попиту та ринкову позицію.

У зв'язку із цим, виникає взаємозв'язок між соціально-економічними тенденціями розвитку суспільства й тенденціями у споживанні. Загалом можна говорити про шість яскравих тенденцій, що визначають розвиток сфери споживання і формують товарну структуру попиту та пропозиції:

- зростання загального добробуту у країнах ринкової економіки й посилення диференціації доходів населення;
- збільшення інтенсивності зайнятості працюючого населення та скорочення його вільного часу, з одного боку, і зростання кількості непрацюючого населення та збільшення його вільного часу, з іншого;
- зміни у професійно-кваліфікаційній структурі зайнятого населення;
- фемінізація суспільства;
- зростання компетенції споживача й індивідуалізація у споживанні;
- соціальне розшарування та надфрагментація ринків споживачів [12, с. 7–28].

Усі виявлені тенденції пов'язані між собою та інтегровані в єдину складну систему, яка і є сучасним соціумом із його наявними потребами, що розвиваються.

Соціум XXI століття принципово змінився, а саме: якщо раніше можна було говорити про більш-менш однорідні тенденції (наприклад, про зростання загалом доходів населення), то сьогодні будь-яка тенденція

фрагментована настільки, що містить повну протилежність. Наприклад, зростання доходів населення за усередненою статистикою не відображає реальних масштабів диференціації доходів населення. Насправді основна маса населення або має несуттєвий приріст доходів, або бідніє.

Істотно трансформується професійна та кваліфікаційна структура зайнятого населення, що сприяє появі окремих соціальних груп або прошарків, що об'єдналися за професійним принципом і реалізують схожі стилі життя та стандарти споживання.

Розвиток НТП, зростання освіченості населення, повне задоволення його матеріальних потреб призводить до зростання індивідуалізації у споживанні й домінуванню емоцій під час вибору та купівлі товарів і послуг. Соціум стає все більш неоднорідним і структурується настільки швидко, що жодне підприємство не встигає вчасно реагувати на ці тенденції. У зв'язку із цим, компанії-лідери самі активно беруть участь у формуванні нових тенденцій і фрагментів ринку за допомогою впливу на свідомість споживачів і створенню певних типів моделей поведінки та споживання.

Об'єктом впливу для компаній-лідерів все частіше стає людська свідомість, яка трансформується в потрібному напрямі, із метою створення слухняного та зрозумілого споживача, що забезпечує компанії стабільний ринок споживання в довгостроковій перспективі.

Участь підприємств у трансформації суспільної свідомості стає ключовим чинником конкурентоспроможності сучасного товаровиробника. Проте вплив на свідомість споживача потребує розроблення спеціальних технологій, що є непростим завданням, яке може бути доступним тільки великим підприємствам.

Для маркетингу така трансформація соціуму має вирішальне значення. Тому одночасно з наявними концепціями маркетингу набирають широкого вжитку такі основні концепції сьогодення, як: когнітивний маркетинг, мережевий, маркетинг взаємовідносин, партнерський і внутрішній маркетинг. Ці концепції є цілісними, з одного боку, і взаємодіючими, з іншого, оскільки сучасний маркетинг передбачає взаємозв'язок процесів побудови відносин та процесів побудови нових технологій споживання.

Прикладом системного викладу результатів дослідження сучасних концепцій маркетингу (взаємодії, мережевої, когнітивної, партнерського та ін.) є книга, видана авторським колективом СПбГУЭФ у 2009 р., "Маркетинг взаємодії" [13].

Концепцію маркетингу відносин розглядають як взаємодії, партнерський маркетинг. Так Г. Багієв, Х. Мефферт трактують її як "систему відносин, що забезпечує конкурентні переваги за допомогою маркетингового управління, які поширюються на покупців, постачальників, членів ринкових коаліцій і т. д." [13, с. 22–28]. А, наприклад, Ю. Ф. Попова, розуміє її "як нову інституціональну теорію, що поєднує формальні й неформальні форми взаємодії, ґрунтовані на залученні

та збереженні партнерів, їхній довірі й кооперації, за допомогою яких ринкові мережі здобувають найкращий доступ до ресурсів (фінансових, інформаційних та ін.)" [14, с. 277–278].

Водночас О. У. Юлдашева, обґрунтовує трансформацію теорії маркетингу взаємодії в когнітивну концепцію, покликану орієнтувати мережевих бізнес-суб'єктів на формування й розвиток єдиного сприйняття, спільних цілей і цінностей, створення та реалізацію єдиних мережевих стандартів і технологій за допомогою процесів спільного навчання та формування системи знань. Когнітивний підхід, на її думку, концентрує увагу на процесах мислення, пізнання, сприйняття, інтерпретації здобутих знань, тобто на розумовій діяльності [15, с. 204–208].

Когнітивна концепція маркетингу, що корелює з концепцією взаємодії, покликана сформувати коло потенційних споживачів продукції підприємства, які мають схожу пізнавальну структуру, систему знань, кореляційне мислення, світосприйняття та свідомість. Отже, когнітивна концепція дає можливість визначити й розробити схоже сприйняття, розуміння різними суб'єктами ринку одних і тих же продуктів, послуг, компаній та партнерів. На практиці відбувається створення мережі взаємопов'язаних і взаємоефективних суб'єктів, об'єднаних для формування єдиного ланцюжка цінності, яка забезпечила б виконання загальної стратегії сталого розвитку [15, с. 213].

Взаємопов'язувальною концепцією, яка динамічно "знизу-вгору" вибудовує управлінські та виконавчі взаємозв'язки на підприємстві є внутрішній маркетинг. Аналіз досліджень із цієї тематики показав, що внутрішній маркетинг розглядають як:

- систему взаємовідносин організації з персоналом;
- внутрішньофірмову філософію ринкової орієнтації;
- спосіб реалізації стратегії організації та формування єдиних цінностей у всіх співробітників організації [16; 17; 18].

Тобто, тут очевидно, що внутрішній маркетинг лежить у першооснові побудови внутрішніх зв'язків усередині підприємства, які на основі закладених норм, єдиних цінностей вибудовують взаємозв'язки з ринком та інституційним середовищем.

Автори погоджуються з точкою зору М. П. Сагайдак [19, с. 109], що на п'ятому етапі розвитку внутрішнього маркетингу (2010 р. – до сьогодні) його доцільно розглядати як систему партнерських відносин та інтегровану функцію управління в ланцюжку учасників створення цінності "акціонер – топ-менеджер – менеджер – персонал – контактний персонал – споживач". Внутрішній маркетинг відіграє важливу роль, оскільки безпосередньо від скоординованих та погоджених дій менеджерів і контактного персоналу залежить імідж та репутація компанії, імідж торговельної марки, комерційний успіх і соціальний ефект діяльності підприємства на конкурентному ринку. Тому когнітивний,

маркетинг взаємовідносин і внутрішній маркетинг працюють на всіх рівнях системи управлінської діяльності підприємства.

Найважливішою умовою є те, що всі наведені концепції є взаємоінтегрованими, а їхня погоджена взаємодія цілісно має реалізовуватися в основі принципів еколого-економічної діяльності в системі управління підприємством на всіх ієрархічних рівнях. До основних екологічних принципів управління сталим розвитком підприємств слід зарахувати:

- регламентований розподіл екологічної відповідальності між державою, суспільством і бізнесом (корпораціями), задокументований у відповідних екологічних політиках;
- регламентацію (стандартизацію) функцій екологічного управління політики та її планування;
- системність, комплексність стратегічного екологічного оцінювання;
- постійне оновлення та адаптацію управлінського стилю до ситуативних змін методом "навчання у процесі виконання та діяльності";
- постійне зміцнення довіри між суб'єктами екологічного управління (урядовими, громадськими, корпоративними, місцевими)
- прозорість та універсальність критеріїв відбору й оцінювання інструментів екологічної політики на всіх ієрархічних рівнях управління;
- погодженість інтересів за допомогою укладання добровільних екологічних угод як засіб подолання традиційних управлінських підходів, стимулювання екологічних інновацій;
- збалансованість адміністративно-контрольних і ринкових інструментів екологічного регулювання та стимулювання;

В Україні, на жаль, ще не сформувалася національна система екологічного управління в її європейській системній цілісності державного, громадського та корпоративного (бізнесового) екологічного управління. Нині домінує державна система управління в галузі охорони навколишнього природного середовища, повноваження та функції якої визначено Законом України "Про охорону навколишнього природного середовища". Держава фактично "монополізувала" екологічну відповідальність, що призвело до послаблення відповідальності природокористувачів – суб'єктів господарювання і власників землі, основних фондів. Вона потребує термінових змін як з боку держави, так і суб'єктів господарювання.

Таким чином, екологічний маркетинг взаємопоєднує та привносить свою екологічну орієнтованість у кожен із підвидів маркетингу: державний, територіальний, когнітивний, взаємовідносин, внутрішній, що функціонують на різних рівнях управління сталим розвитком підприємства. Погодженість еколого-орієнтованих цілей на державному, територіальному й рівні взаємодії з різними видами оточення підприємства додає елементи збалансування до побудови бізнес-процесів і комунікаційних зв'язків підприємства, що, у свою чергу,

стане мотиватором результативності та ефективності їхньої діяльності. Соціально-етична відповідальність чиновника, керівника, працівника в їхній діяльності є інтеграційним компонентом процесу ухвалення та реалізації управлінських та виконавчих рішень, забезпечуючи їхній соціоцентричний характер. Застосування екологічного маркетингу з усіма його підвидами дозволить активізувати використання внутрішніх резервів і можливостей підприємства.

Комплексний підхід дозволяє зрозуміти цілісне сприйняття побудови процесів управління сталим розвитком. Однак складнішим завданням є розмежування завдання за рівнями управління та середовищем, що потребує поглибленого подальшого дослідження.

Література: 1. Peattie K. Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing / K. Peattie // *The Marketing Review*, 2001. – Vol. 2. – P. 129–146. 2. Ottman J. A. Green Marketing: Opportunity for Innovation / J. A. Ottman, W. R. Reilly. – USA : Booksurge LIC, 2006. – 288 p. 3. Fuller D. Sustainable Marketing: Managerial-Ecological Issues / D. Fuller. – Thousand Oaks GB, CA : Sage Publications, 2002. – 295 p. 4. Зіновчук Н. В. Екологічний маркетинг : навч. посіб. / Н. В. Зіновчук, А. В. Ращенко. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 190 с. 5. Васюткіна Н. В. Формування системи управління сталим розвитком підприємства / Н. В. Васюткіна // *Економіка розвитку*. – 2014. – № 2 (70). – С. 93–98. 6. Козлова О. А. Уровни взаимодействия концептуальных подходов в маркетинге / О. А. Козлова // *Альманах современной науки и образования*. – 2010. – № 12 (43). – С. 178–180. 7. Романенко К. М. Державний маркетинг як механізм максимізації соціальної ефективності державного управління / К. М. Романенко // *Інвестиції: практика та досвід*. – 2010. – № 10. – С. 85–88. 8. Андреев С. Н. Маркетинг некоммерческих субъектов / С. Н. Андреев. – Москва : Изд-во "Финпресс", 2002. – 320 с. 9. Кратт О. А. Кон'юнктура ринку освітніх послуг: діагностика збалансованості / О. А. Кратт // *Економіка та право*. – 2003. – № 2. – С. 18–25. 10. Бутов В. И. Основы региональной экономики / В. И. Бутов, В. Г. Игнатов, Н. П. Кетова. – Москва ; Ростов-на-Дону : Университет, 2000. – 448 с. 11. Старостіна А. О. Регіональний маркетинг: суть та особливості становлення в Україні / А. О. Старостіна, С. Є. Мартов // *Маркетинг в Україні*. – 2004. – № 3. – С. 55–57. 12. Юлдашева О. У. Когнітивний маркетинг: продвижение стандартов потребления / О. У. Юлдашева ; под ред. д-ра экон. наук, проф. Г. Л. Багиева. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2005. – 140 с. 13. Моисеева Н. К. Маркетинг взаимодействия в условиях интенсификации научно-технического прогресса (проблемы и возможности) / Н. К. Моисеева // *Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность* / Г. Л. Багиев, Х. Мефферт (научная редакция). – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – С. 264–275. 14. Попова Ю. Ф. Сетевой подход в маркетинге / Ю. Ф. Попова // *Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность* / Г. Л. Багиев, Х. Мефферт (научная редакция). – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ,

2009. – С. 276–278. 15. Юлдашева О. У. Когнитивная концепция маркетинга как направление развития теории маркетинга взаимодействия / О. У. Юлдашева // *Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность* / Г. Л. Багиев, Х. Мефферт (научная редакция). – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2009. – С. 188–213. 16. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 800 с. 17. Неганов С. А. Внутренний маркетинг как инструмент построения партнерских отношений в организации / С. А. Неганов, И. С. Неганова // *Развитие форм межфирменной кооперации: сети и взаимоотношения* ; Гос. ун-т ВШЭ. – Москва : ИД ГУ ВШЭ. – 2008. – С. 226–140. 18. Соловьева Ю. П. Концепция внутреннего маркетинга / Ю. П. Соловьева // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2010. – № 4. – С. 34–45. 19. Сагайдак М. П. Сучасні погляди на теорію внутрішнього маркетингу / М. П. Сагайдак // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. – 2014. – Ч. 6, № 9. – С. 105–109. 20. Сагайдак М. П. Внутрішній маркетинг та маркетинг персоналу: порівняльний аналіз / М. П. Сагайдак // *Актуальні проблеми економіки*. – 2013. – № 7 (145). – С. 110–117.

References: 1. Peattie K. Towards Sustainability: The Third Age of Green Marketing / K. Peattie // *The Marketing Review*, 2001. – Vol. 2. – P. 129–146. 2. Ottman J. A. Green Marketing: Opportunity for Innovation / J. A. Ottman, W. R. Reilly. – USA : Booksurge LIC, 2006. – 288 p. 3. Fuller D. Sustainable Marketing: Managerial-Ecological Issues / D. Fuller. – Thousand Oaks, CA : Sage Publications, 2002. – 295 p. 4. Zinovchuk N. V. Ekolohichniy marketynh : navch. posib. / N. V. Zinovchuk, A. B. Rashchenko. – Zhytomyr : Vyd-vo ZhDU im. I. Franka, 2015. – 190 p. 5. Vasiutkina N. V. *Formuvannia systemy upravlinnia stalym rozvytkom pidpriemstva* [Formation of the management system of the enterprise sustainable development] / N. V. Vasiutkina // *Ekonomika rozvytku*. – 2014. – No. 2 (70). – P. 93–98. 6. Kozlova O. A. *Urovni vzaimodeystviya kontseptualnykh podkhodov v marketinge* [Cooperation levels of conceptual approaches in marketing] / O. A. Kozlova // *Almanakh sovremennoy nauki i obrazovaniya*. – 2010. – No. 12 (43). – P. 178–180. 7. Romanenko K. M. *Derzhavnyi marketynh yak mekhanizm maksymizatsii sotsialnoi efektyvnosti derzhavnoho upravlinnia* [State marketing as a mechanism of maximization of social effectiveness of state management] / K. M. Romanenko // *Investytsii: praktyka ta dosvid*. – 2010. – No. 10. – P. 85–88. 8. Andreev S. N. Marketing nekommercheskikh subektov / S. N. Andreev. – Moskva : Izd-vo "Finpress", 2002. – 320 p. 9. Kratt O. A. *Koniunktura rynku osvitimikh posluh: diahnostyka zbalansovanosti* [The conjuncture of the education services market : diagnosis of balance] // *Ekonomika ta pravo*. – 2003. – No. 2. – P. 18–25. 10. Butov V. I. *Osnovy regionalnoy ekonomiki* / V. I. Butov, V. G. Ignatov, N. P. Ketova. – Moskva : Rostov-na-Donu : Universitet, 2000. – 448 p. 11. Starostina A. O. *Rehionalnyi marketynh : sut ta osoblyvosti stanovlennia v Ukraini* [Regional marketing: the essence and peculiarities of formation in Ukraine] / A. O. Starostina, S. Ye. Martov // *Marketynh v Ukraini*. – 2004. – No. 3. – P. 55–57. 12. Yuldasheva O. U. Kognitivnyy marketing:

prodvizhenie standartov potrebleniya / O. U. Yuldasheva ; pod red. d-ra ekon. nauk prof. G. L. Bagieva. – Sankt-Peterburg : Izd-vo SPbGUEF, 2005. – 140 p. 13. Moiseeva N. K. Marketing vzaimodeystviya v usloviyakh intensifikatsii nauchno-tekhni-cheskogo progressa (problemy i vozmozhnosti) / N. K. Moiseeva // *Marketing vzaimodeystviya. Kontseptsiya. Strategii. Effektivnost* / G. L. Bagiev, Kh. Meffert (nauchnaya redaktsiya). – Sankt-Peterburg : Izd-vo SPbGUEF, 2009. – P. 264–275. 14. Popova Yu. F. *Setevoy podkhod v marketinge* / Yu. F. Popova // *Marketing vzaimodeystviya. Kontseptsiya. Strategii. Effektivnost* / G. L. Bagiev, Kh. Meffert (nauchnaya redaktsiya). – Sankt-Peterburg : Izd-vo SPbGUEF 2009. – P. 276–278. 15. Yuldasheva O. U. Kognitivnaya kontseptsiya marketinga kak napravlenie razvitiya teorii marketinga vzaimodeystviya / O. U. Yuldasheva // *Marketing vzaimodeystviya. Kontseptsiya. Strategii. Effektivnost* / G. L. Bagiev, Kh. Meffert (nauchnaya redaktsiya). – Sankt-Peterburg : Izd-vo SPbGUEF, 2009. – P. 188–213. 16. Lamben Zh.-Zh. *Menedzhment, oriyentirovanny na rynok* / Zh.-Zh. Lamben ; per. s angl. pod red. V. B. Kolchanova. – Sankt-Peterburg : Piter, 2005. – 800 p. 17. Neganov S. A. *Vnutrenniy marketing kak instrument postroeniya partnerskikh otnosheniy v organizatsii* / S. A. Neganov, I. S. Neganova // *Razvitie form mezhfirmennoy kooperatsii: seti i vzaimootnosheniya* [tekst] ; Gos. un-t VShE. – Moskva : ID GU VShE. – 2008. – 294 p. 18. Soloveva Yu. P. *Kontseptsiya vnutrennego marketinga* [The conception of domestic marketing] / Yu. P. Soloveva // *Marketing v Rossii i za rubezhom*. – 2010. – No. 4. – P. 34–45. 19. Sahaidak M. P. *Suchasni pohliady na teoriyu vnutrishnoho marketynhu* [Modern views on the theory of domestic marketing] / M. P. Sahaidak // *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. – 2014. – Part 6, No. 9. – P. 105–109. 20. Sahaidak M. P. *Vnutrishniy marketynh ta marketynh personalu: porivnialnyi analiz* [Domestic marketing and personnel marketing: comparative analysis] / M. P. Sahaidak // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2013. – No. 7 (145). – P. 110–117.

Інформація про авторів

Васюткіна Наталія Володимирівна – д-р екон. наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу та практичного підприємництва приватного вищого навчального закладу "Європейський університет" (б-р Академіка Вернадського, 16-в, м. Київ, Україна, 03115, e-mail: vasyutkina@ukr.net).

Зуй Максим Олександрович – аспірант кафедри маркетингу та практичного підприємництва приватного вищого навчального закладу "Європейський університет" (б-р Академіка Вернадського, 16-в, м. Київ, Україна, 03115, e-mail: mzuj@ukr.net).

Інформація об авторах

Васюткіна Наталья Владимировна – д-р екон. наук, доцент, заведующая кафедрой маркетинга и практического предпринимательства частного высшего учебного заведения "Европейский университет" (б-р Академіка Вернадського, 16-в, г. Киев, Украина, 03115, e-mail: vasyutkina@ukr.net).

Зуй Максим Александрович – аспірант кафедри маркетингу и практического підприємництва частного высшего учебного заведення "Европейский университет" (б-р Академика Вернадского, 16-в, г. Киев, Украина, 03115, e-mail: mzu@ukr.net).

Universytet" (European University) (16-v Akademik Vernadskyi Blvd., Kyiv, Ukraine, 03115, e-mail: vasyutkina@ukr.net).

M. Zuy – postgraduate student of the Department of Marketing and Practical Business of the private higher educational establishment "Yevropeyskyi Universytet" (European University) (16-v Akademik Vernadskyi Blvd., Kyiv, Ukraine, 03115, e-mail: mzu@ukr.net).

Information about the authors

N. Vasiutkina – Doctor of Sciences in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Marketing and Practical Business of the private higher educational establishment "Yevropeyskyi

Стаття надійшла до ред.
20.01.2017 р.

УДК 658.1:338.431

JEL Classification: D61; Q13

УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ

Гонтарева І. В.

Актуальність дослідження проблем управління ефективністю діяльності агропромислових формувань визначено тим, що агропромисловий сектор стає провідним в економіці України за обсягами виготовленої продукції.

Здійснено системний аналіз комплексу факторів, які формують способи й засоби управління ефективністю діяльності та розвитку агропромислових формувань. Застосовано методи узагальнення та системного аналізу.

Доведено, що результати та витрати є жорсткими умовами появи ефективності, однак оцінювання тільки їх не дозволяє виділити фактори управління ефективністю. Підкреслено, що механізм управління ефективністю містить економічні, соціальні, інституційні та фінансові елементи, пов'язані між собою відтворювальним циклом. Цілеспрямованість систем управління ефективністю потребує вибору критеріїв управління та дієвих засобів досягнення мети. Суб'єкт управління за допомогою факторів, які він у змозі змінити, повинен нейтралізувати негативні діючі впливи та створити умови щодо прогресивного розвитку об'єкта управління. Під прогресивним розвитком запропоновано розуміти такі зміни об'єкта управління, які збігаються з найбільш загальними закономірностями розвитку економіки та суспільства загалом.

Інтеграційний розвиток, пов'язаний зі злиттями та поглинаннями, дістав значне поширення на підприємствах, що займаються виробництвом і переробленням сільськогосподарської продукції. Обґрунтовано, що інтеграційні процеси в агропромисловому комплексі мають особливості, що визначають характеристиками процесів виробництва та обігу. Запропоновано узагальнену схему погодження господарських інтересів суб'єктів інтеграції, у якій загального господарського інтересу досягають розподілом прав і обов'язків учасників спільної діяльності та створенням на цій основі ієрархічної організаційної структури управління.

Управління ефективністю інтеграційних процесів має враховувати, разом з іншими формами, зростання рівня соціального й організаційного капіталів.

Ключові слова: управління ефективністю, господарські інтереси, агропромислові формування, соціальний капітал, організаційний капітал, інтеграція.

УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ ФОРМИРОВАНИЙ

Гонтарева И. В.

Актуальность исследования проблем управления эффективностью деятельности агропромышленных формирований определяется тем, что агропромышленный сектор становится ведущим в экономике Украины по объемам произведенной продукции.

Осуществлен системный анализ комплекса факторов, формирующих способы и средства управления эффективностью деятельности и развития агропромышленных формирований. Используются методы обобщения и системного анализа.

Доказано, что результаты и затраты являются жесткими условиями появления эффективности, однако оценка только их не позволяет выделить факторы управления эффективностью. Подчеркнуто, что механизм управления эффективностью включает в себя экономические, социальные, институциональные и финансовые элементы, связанные между собой воспроизводственным циклом. Целеустремленность систем управления эффективностью требует выбора критериев управления и действенных средств достижения цели. Субъект управления с помощью факторов, которые он в состоянии изменить, должен нейтрализовать негативные действующие влияния и создать условия для прогрессивного развития объекта управления. Под прогрессивным развитием предложено понимать такие изменения объекта управления, которые совпадают с наиболее общими закономерностями развития экономики и общества в целом.

Интеграционное развитие, связанное со слияниями и поглощениями, получило значительное распространение на предприятиях, занимающихся производством и переработкой сельскохозяйственной продукции. Обосновано, что интеграционные процессы в агропромышленном комплексе имеют особенности, которые определяются характеристиками процессов производства и обращения. Предложена обобщенная схема согласования хозяйственных интересов субъектов интеграции, в которой общий хозяйственный интерес достигается распределением прав и обязанностей участников совместной деятельности и созданием на этой основе иерархической организационной структуры управления.

Управление эффективностью интеграционных процессов должно учитывать, наряду с другими формами, рост уровня социального и организационного капитала.

Ключевые слова: управление эффективностью, хозяйственные интересы, агропромышленные формирования, социальный капитал, организационный капитал, интеграция.

MANAGING ACTIVITY AND DEVELOPMENT EFFICIENCY OF AGRO-INDUSTRIAL GROUPS

I. Gontareva

The relevance of the research into the issues of the agro-industrial groups' performance management is determined by the fact that the agricultural sector has become a leading one in the Ukrainian economy in terms of the output.

A systematic analysis of the complex factors that shape the ways and means of managing the performance and development of agro-industrial groups has been made. The methods of synthesis and system analysis have been used.

The results and costs have been proved to be rigid conditions for high performance, but evaluation of these indicators alone does not allow highlighting the performance management factors. The performance management mechanism, as stressed by the authors, includes economic, social, institutional and financial elements interconnected by the reproductive cycle. The commitment of the performance management systems requires the selection of management criteria and efficient means of achieving the goal. The subject of management, with the help of the factors that it is able to change, has to neutralize the current negative impact and provide conditions for the progressive development of the object of management. The progressive development implies changes in the object of management which coincide with the most general laws of development of economy and society as a whole.

Integration development related to mergers and acquisitions, gained considerable momentum at the enterprises involved in the production and processing of agricultural products. The integration processes in the agricultural sector

have been proved to have the features that are defined by the characteristics of the processes of production and circulation. A generalized scheme of coordination of economic interests of subjects of integration has been offered in which the general economic interest is achieved by the distribution of the rights and obligations of participants in joint activities and the establishment, on this basis, of a hierarchical organizational structure of management.

Managing the efficiency of integration processes should take into account, along with other forms, the increase of the level of social and institutional capital.

Keywords: *managing efficiency, economic interests, agro-industrial groups, social capital, organizational capital, integration.*

Актуальність дослідження проблем управління ефективністю діяльності агропромислових формувань визначено трьома основними факторами. По-перше, агропромисловий сектор стає провідним в економіці України за обсягами виготовленої продукції [1]. По-друге, за рівнем ефективності використання природних, трудових та інтелектуальних ресурсів Україна поки що відстає від економічно розвинутих країн. По-третє, провідні вчені в галузі економіки, зокрема Нобелівські лауреати, продовжують активний пошук вирішення проблем вимірювання й управління ефективністю [2].

Традиційно ефективність діяльності визначають як співвідношення результатів і витрат. До того ж результати та витрати є жорсткими умовами наявності ефективності [3]: вона існує тільки в тому разі, якщо наявні витрати та результати. Наявність результату без витрат неможливе так само, як існування вічного двигуна у природничих науках. Витрати без результату порушують фундаментальні закони збереження речовини й енергії. Питання полягає в тому, де шукати кінцевий результат.

Виходячи з формули економічного відтворення "гроші – товар – гроші плюс", еквівалентом ефективності є рентабельність інвестицій, яку розраховують як відношення різниці між "грошима плюс" (доходом) та "грошима" (витратами у грошовому виразі) до "грошей". Таким чином реалізується відома кібернетична модель "чорної скриньки", у якій використовують входи та виходи досліджуваного об'єкта, а механізм їхньої трансформації не враховують. Усе було б простіше та навіть теоретично обґрунтовано, якщо б непотрібно було управляти ефективністю, тобто цілеспрямовано змінювати співвідношення результатів і витрат. Умовами можливості управління є розуміння механізму трансформації витрат у доходи, наявність факторів і методів впливу на нього, уміння прогнозувати результати впливу.

Дослідженням різних аспектів проблеми ефективності господарської діяльності займалися багато видатних учених і практиків. Вони підкреслювали, що складність оцінювання ефективності та управління нею значно зростає для інтегрованих структур бізнесу, зокрема для агропромислових формувань.

У контексті цієї статті необхідно виділити роботи таких учених, як: М. Сімолі, Дж. Досі, Р. Нельсон, Дж. Стігліц, які досліджували проблеми інституційного

проекування в умовах економік, що розвиваються [4]. П. Саблук розглядав питання ефективності аграрного сектору економіки України та механізмів його реформування [5]. І. Гришова вивчала вплив інституційних факторів розвитку підприємницьких структур в агропромислових формуваннях [6]. Н. Басюркіна аналізувала показники ефективності для агропромислових формувань [7]. А. Пилипенко займався розробленням методів управління інтегрованими структурами бізнесу [8].

Автори перелічених робіт підкреслювали багато факторів, що впливають на ефективність діяльності, у тому числі діяльності та розвитку агропромислових формувань. Однак не завжди ці фактори в різних авторів збігаються та винятково вказують на каузальні, причинно-наслідкові зв'язки між факторами впливу на ефективність.

Метою цієї статті є системний аналіз комплексу факторів, які формують способи та засоби управління ефективністю діяльності та розвитку агропромислових формувань.

У центрі відтворювального циклу й, одночасно, в основі механізму перетворення витрат на доходи, перебуває товар у двох своїх сутностях як явище та процес. Як явище товар становить економічне благо, здатне задовольняти певні потреби та придатне для обміну на інші блага. Потреби пов'язані з індивідуумами та їхніми групами, які висувають до товару не тільки економічні, а й соціальні вимоги (умови споживання). Обмін благами між економічними суб'єктами має здійснюватися за відповідними й погодженими, формальними та неформальними правилами – це інституційні умови. Для обміну використовують грошові кошти як еквівалент товару та засіб досягти паритету у процесі обміну – це фінансові умови. Усі ці вимоги та умови впливають на результат діяльності. Так, кількість споживачів визначає обсяг реалізованої продукції. За кожною з вимог перебуває суб'єкт, стейкхолдер, зі своїми інтересами й очікуваннями [9]. До того ж, по-перше, механізм перетворення витрат на доходи стає багатоцільовим і багатофункціональним. По-друге, виникає необхідність дотримуватися ефективності за Парето у двох його основних формулюваннях [10]: ефективність – це стан справ, за якого неможливі зміни, із метою більш повного задоволення бажань однієї людини, не завдаючи одночасно шкоди під час задоволення бажань іншої людини; суспільний оптимум –

це таке використання ресурсів суспільства у виробництві та під час розподілу продукції, які є найкращими з точки зору набору поставлених цілей. Ефективність за Парето характеризує оптимізаційний підхід до ефективності та лежить в основі сучасних теоретико-ігрових способів формування механізму діяльності [11].

Динаміка функціонування механізму господарської діяльності ґрунтується на законах, закономірностях та особливостях життєвого циклу товару: виробництво – розподіл – обмін – споживання. Виникають лаги, часові затримки між: надходженням ресурсів на вході у виробництво та отриманням кінцевої продукції; надходженням товару на ринок (обміном) та отриманням доходу; придбанням ресурсів для виробництва та оцінкою товару в кінцевого споживача. Із-за часових лагів виникають нові умови застосування співвідношення результатів і витрат як оцінки ефективності діяльності. У тому числі: необхідність урахувати швидкість обігу засобів та факторів виробництва; вимога щодо зведення різночасових результатів і витрат до єдиної точки відліку; урахування ризиків розбіжності між прогнозними та реальними оцінками товару на ринку й у кінцевого споживача, а також десинхронізації сировинних і товарних ринків; витрати на транспортування й утримання запасів, які демпфують, згладжують, нерівномірності обігу ресурсів. Одночасно виникають нові оцінки ефективності, такі як стійкості, конкурентоспроможності і швидкості адаптації до ринкових умов [4; 12].

Окрім товару та процесів його обігу, на ефективність діяльності здійснюють вплив характеристики системи управління. Це здійснено шляхом вибору критерію оцінювання діяльності та відповідних до ситуації факторів впливу, методів їхньої реалізації та організації самої процедури управління [5; 8]. Навіть об'єктивні закони можна застосовувати по-різному. Так, закон вартості можна застосовувати, із метою зниження вартості товару (витрат на нього), щоб адаптуватися до цін надмірної пропозиції на ринку. Можна, навпаки, збільшити витрати на створення унікального товару, щоб створити відносно захищену нішу на ринку [7; 13].

Ураховуючи, що управління – це досягнення поставленої мети в установлений час за рахунок обмежених ресурсів, тут виявляють специфічну форму ефективності діяльності – результативність. Результативність – це рівень досягнення цільових показників [7; 14]. Зазвичай витрати в такому разі враховують латентно, не в явному вигляді, а як граничні умови обмеженості ресурсів. Окрім тих випадків, коли зниження витрат, так звана економічність, є метою управління, а кінцевий результат – граничною умовою. В англійській літературі з економіки за кожним типом ефективності конвенційно закріплено два терміни, які є синонімами з лінгвістичної точки зору. "Efficiency" використовують для позначення результативності, а "effectiveness" – економічності [15]. Оскільки стратегічне управління ефективністю прагне врахувати та співвіднести максимальну кількість факторів, тобто спирається

на системну оцінку ефективності, то використовують термін "managerial effectiveness". За більш спрощеної, виборної та малофакторної оцінки – "management efficiency". Також часто використовують термін "efficacy" – дієвість – як характеристику функціональних можливостей засобів досягнення мети.

Здійснений аналіз показує, що ефективність сформовано під впливом комплексу різнорідних факторів. Суб'єкт управління за допомогою факторів, які він у змозі змінити, повинен нейтралізувати негативно діючі фактори та створити умови щодо прогресивного розвитку об'єкта управління. Під прогресивним розвитком будуть розуміти такі зміни об'єкта управління, які збігаються з найбільш загальними закономірностями розвитку економіки та суспільства загалом. Серед них можна виділити такі: превалювання уречевленої праці, у тому числі формалізованих знань, у процесі виробництва продукції; постійне зростання внутрішньої складності товару в разі підвищення простоти його експлуатації; перетворення людського капіталу на основний фактор виробництва та базову цінність суспільства; підвищення значущості соціального капіталу для всіх стадій відтворення економічних благ та пов'язане із цим зростання витрат на збереження природного середовища.

Розуміння загальних принципів управління ефективністю дозволяє перейти до відповідних питань ефективності агропромислових формувань, тобто різноманітних форм інтеграції виробників сільськогосподарської продукції та підприємств промисловості, що переробляють цю продукцію на товар придатний для кінцевого споживача.

Існує три основних типи розвитку підприємства – органічний, сітьовий та інтеграційний. Інтеграційний розвиток пов'язаний зі злиттями та поглинаннями, дістав значне поширення на підприємствах, пов'язаних із виробництвом і переробленням сільськогосподарської продукції. Ця тенденція притаманна багатьом країнам, але в Україні її посилено відсутністю ринку землі. Для організації навіть фермерського господарства необхідне залучення пайовиків, що мають права на землю. Таким чином здійснено горизонтальну інтеграцію. Злиття з виробниками однотипової продукції дозволяє досягнути ефекту від масштабу виробництва, за рахунок економії умовно-постійних витрат і поліпшити свої позиції на ринку шляхом збільшення своєї частки в загальному обсязі продажів. Вертикальна інтеграція пов'язана зі здобуттям прав контролю над учасниками єдиного відтворювального процесу: постачальники сільськогосподарської сировини, його переробники та дистрибутори кінцевої продукції. У цьому разі економічний ефект виникає від зниження транзакційних витрат за рахунок зменшення кількості зовнішніх операцій і прискорення обігу засобів за більш рівномірного розподілу за часовими періодами.

Нерівномірність обігу засобів у сільгоспвиробників пов'язана із сезонністю більшості робіт у цьому виді економічної діяльності. До того ж попит у населення

на товари, прямо або опосередковано пов'язані із сільським господарством, мало еластичний за періодами часу та навіть відносно цінових коливань на ринку. Змінювати можуть тільки вимоги до якості продукції. У такій ситуації вертикальна інтеграція має певною мірою зменшувати витрати на банківське кредитування, яке традиційно використовують, із метою нівелювання нерівномірностей грошових потоків, які виникають у сільгоспвиробників.

Позитивні ефекти від інтеграції актуалізуються, тобто перетворюються з потенційних на реально існуючі, за умови, якщо буде дотримано, погоджено та гармонізовано господарські інтереси об'єднаних суб'єктів. Первинно таке погодження здійснюють під час укладання договору щодо кооперації, злиття або поглинання. На рівні стратегічного й тактичного управління здійснюють підтримку та розвиток рівня погодженості. Кінцевої гармонізації досягають в разі встановлення єдиної корпоративної культури, у межах цієї статті – це є управління.

Погодження господарських інтересів визначено як об'єктивними, так і суб'єктивними факторами (рисунк).

До об'єктивних факторів належить ступінь економічної зв'язності об'єднаних суб'єктів: чим більше кількісних і якісних параметрів результату, що задовольняє

суспільні потреби, є залежними від спільної діяльності, тим вищий рівень зв'язності. Одночасно, чим вищий рівень зв'язності, тим вищі витрати на зовнішню координацію, тобто трансакційні витрати. Суб'єктами господарського інтересу є люди зі своїми ціннісними орієнтирами, очікуваннями та сприйняттям функції корисності. Звідси виникають суб'єктивні фактори: асиметричність інформації, що використовують під час прийняття рішень, і об'єктивність очікування від результату вибору – адаптивні, раціональні, ірраціональні.

Погодження господарських інтересів досягають розподілом прав і обов'язків учасників спільної діяльності та створенням на цій основі ієрархічної організаційної структури управління. Структура визначає потенційні умови появи балансу господарських інтересів, а його підтримку досягнуто правильним розставленням адміністративних стимулів і соціально-психологічних мотивів. Результатом управління, окрім фінансових показників, має бути постійне зростання довіри, поваги до інтересів усіх стейкхолдерів, готовність їх до комунікації й пошуку компромісів. У свою чергу, це приведе до зростання соціального й організаційного капіталів, нематеріальних активів, формування яких, разом із техніко-технологічним оснащенням, і визначає ефективність перетворення витрат на доходи.

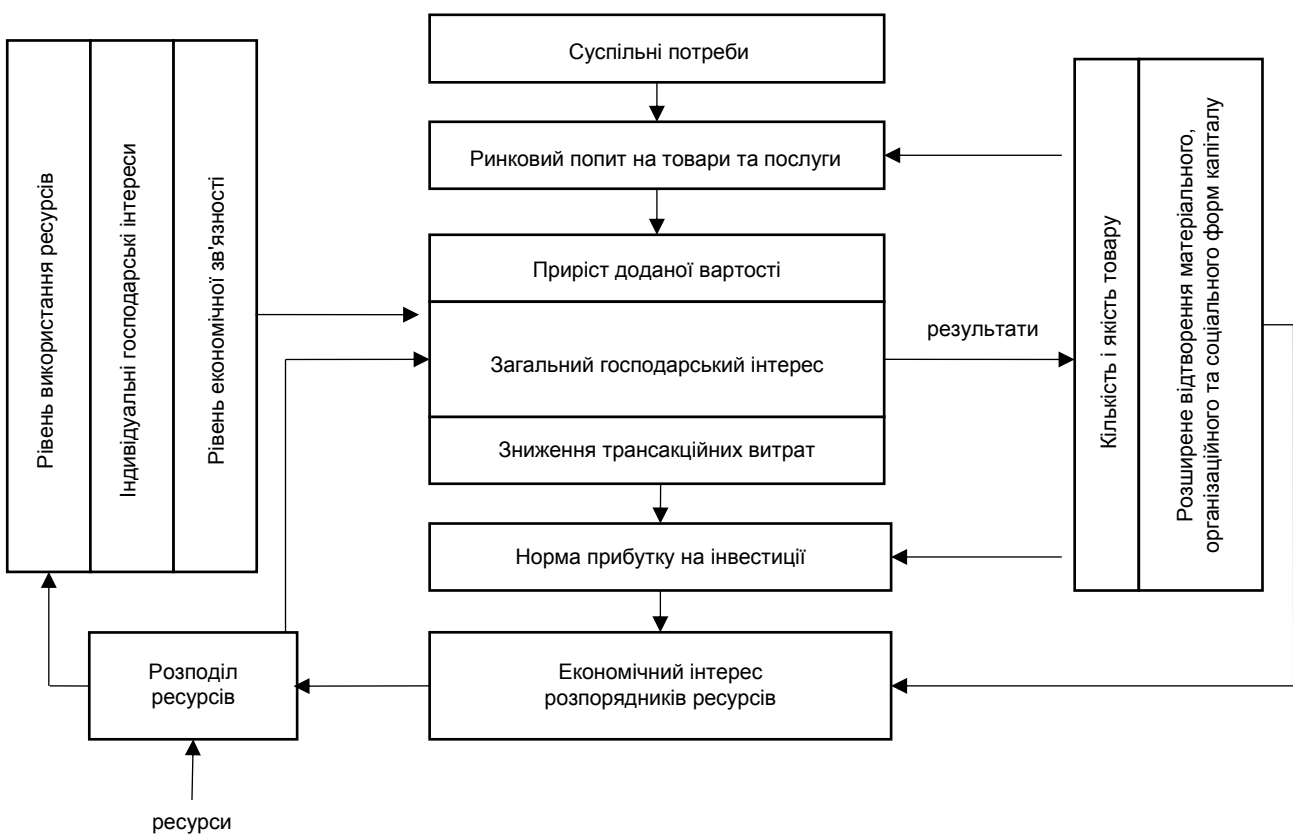


Рис. Узагальнена схема погодження господарських інтересів суб'єктів інтеграції
 [The generalized scheme of coordination of economic interests of the integration subjects]

Таким чином, у результаті здійсненого системного аналізу доведено, що: результати та витрати є жорсткими умовами появи ефективності, однак оцінювання тільки їх не дозволяє виділити фактори управління ефективністю; механізм управління ефективністю містить економічні, соціальні, інституційні та фінансові елементи, пов'язані між собою відтворювальним циклом; цілеспрямованість систем управління ефективністю потребує вибору критеріїв управління та дієвих засобів досягнення мети; інтеграційні процеси в агропромисловому комплексі мають особливості, що визначають характеристиками процесів виробництва та обігу; управління ефективністю інтеграційних процесів має враховувати, разом з іншим, зростання рівня соціального й організаційного форм капіталу.

У подальших дослідженнях передбачено розглянути способи поєднання різнорідних показників ефективності.

Література: 1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Stiglitz J. E. Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress [Electronic resource] / J. E. Stiglitz, A. Sen, J.-P. Fitoussi. – Access mode : http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/rapport_anglais.pdf. 3. Пономаренко В. С. Методологія комплексного оцінювання ефективності розвитку промислових підприємств / В. С. Пономаренко, І. В. Гондарева. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2015. – 404 с. 4. Institutions and Policies Shaping Industrial Development. An Introductory Note / M. Cimoli, G. Dossi, R. Nelson, J. Stiglitz // Industrial Policies and Development. – New York ; Oxford : Oxford University Press. – 2008. – P. 4–32. 5. Саблук П. Т. Розвиток інституцій удосконалення механізму реформування аграрного сектору економіки / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 3–10. 6. Гришова І. Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств / І. Ю. Гришова, В. О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. 2013. – № 2 (7). – С. 47–51. 7. Басюркіна Н. Й. Аграрнопромислові формування в забезпеченні продовольчої безпеки : монографія / Н. Й. Басюркіна. – Одеса : ІППРЕЕД НАН України, 2013. – 441 с. 8. Пилипенко А. А. Вибір конкурентоспроможної форми маркетингового управління як складової організації стратегічного менеджменту підприємств та інтегрованих структур бізнесу / А. А. Пилипенко, К. М. Березовський // Економіка розвитку. – 2014. – № 2 (70). – С. 82–90. 9. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach / R. E. Freeman. – New York : Cambridge University Press, 2010. – 292 p. 10. Парето В. Компендиум по общей социологии / В. Парето ; пер. с итал. А. А. Зотова. – 2-е изд. – Москва : Высшая школа экономики, 2008. – 511 с. 11. Измалков С. Б. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г. Часть № 1) / С. Б. Измалков, К. И. Сонин, М. М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2008. – № 1. – С. 4–26. 12. Эрроу К. Дж. К теории ценового приспособления / К. Дж. Эрроу // Вехи экономической мысли. Т. 2 : Теория фирмы / под ред. В. М. Гальперина. – Санкт-Петербург. : Экономическая школа, 2000. –

С. 432–447. 13. Хейне П. Экономический образ мышления / П. Хейне, П. Дж. Боуттке, Д. Л. Причитко ; пер. с англ. – 10-е изд. – Москва : Вильямс, 2007. – 544 с. 14. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д. С. Синк. – Москва : Прогресс, 1989. – 528 с. 15. Бузырев В. В. Методологические подходы к системному управлению ресурсами строительного предприятия / В. В. Бузырев, А. А. Бобков // Проблемы современной экономики : Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2009. – № 3 (31). – С. 9–14.

References: 1. Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Stiglitz J. E. Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress [Electronic resource] / J. E. Stiglitz, A. Sen, J.-P. Fitoussi. – Access mode : http://www.stiglitz-sen-fitoussi.fr/documents/rapport_anglais.pdf. 3. Ponomarenko V. S. *Metodolohiia kompleksnoho otsiniuvannia efektyvnosti rozvytku promyslovykh pidpriemstv* [The methodology of comprehensive evaluation of efficiency of industrial enterprises] / V. S. Ponomarenko, I. V. Gontareva. – Kharkiv : Vyd. KhNEU, 2015. – 404 p. 4. Institutions and Policies Shaping Industrial Development. An Introductory Note / M. Cimoli, G. Dossi, R. Nelson, J. Stiglitz // Industrial Policies and Development. – New York ; Oxford : Oxford University Press. – 2008. – P. 4–32. 5. Sabluk P. T. *Rozvytok instytutsii udoskonalennia mekhanizmu reformuvannia ahrarnoho sektoru ekonomiky* [Development of institutions for improvement of the mechanism for reforming the agricultural sector] / P. T. Sabluk // Ekonomika APK. – 2010. – No. 10. – P. 3–10. 6. Hryshova I. Yu. *Vplyv instytutsionalnoi struktury na rozvytok innovatsiino-investytsiinoi diialnosti pidpriemstv* [The impact of the institutional framework on the development of innovative investment enterprises] / I. Yu. Hryshova, V. O. Nepochatenko // Ekonomika: realii chasu. – 2013. – No. 2 (7). – P. 47–51. 7. Basiurkina N. Y. *Ahropromyslovi formuvannia v zabezpechenni prodovolchoi bezpeky : monohrafiia* [Agricultural formations in food security : monograph] / N. Y. Basiurkina. – Odesa : IPPREED NAN Ukrainy, 2013. – 441 p. 8. Pylypenko A. A. *Vybir konkurentospromozhnoi formy marketingovoho upravlinnia yak skladovoi orhanizatsii stratehichnoho menezhmentu pidpriemstv ta intehrovanykh struktur biznesu* [The choice of a competitive form of marketing management as part of strategic management of enterprises and integrated business structures] / A. A. Pylypenko, K. M. Berезovskiy // Ekonomika rozvytku. – 2014. – No. 2 (70). – P. 82–90. 9. Freeman R. E. Strategic Management: A Stakeholder Approach / R. E. Freeman. – New York : Cambridge University Press, 2010. – 292 p. 10. Pareto V. *Kompendium po obshchey sotsiologii* / V. Pareto ; per. s ital. A. A. Zotova. – 2-e izd. – Moskva : Vysshaya shkola ekonomiki, 2008. – 511 p. 11. Izmalkov S. B. *Teoriya ekonomicheskikh mekhanizmov (Nobelevskaia premiia po ekonomike 2007 g. Chast No. 1)* [Theory of economic mechanisms (the Nobel Prize in Economics 2007. Part No. 1)] / S. B. Izmalkov, K. I. Sonin, M. M. Yudkevich // *Voprosy ekonomiki*. – 2008. – No. 1. – P. 4–26. 12. Errou K. J. *K teorii tsenovogo prispособleniya* [The theory of pricing tools] / K. J. Errou // *Vekhi ekonomicheskoy mysli*. Vol. 2 : *Teoriia firmy / pod red. V. M. Galperina*. – Sankt-Peterburg : Ekonomicheskaya shkola, 2000. – P. 432–447. 13. Kheyne P. *Ekonomicheskii obraz myshleniya* / P. Kheyne, P. Dzh. Bouttke, D. L. Prichitko ; per. s angl. – 10-e izd. – Moskva : Vilyams, 2007. – 544 p. 14. Sink D. S.

Upravlenie proizvoditelnostyu: planirovanie, izmerenie i otsenka, kontrol i povyshenie / D. S. Sink. – Moskva : Progress, 1989. – 528 p.
15. Buzurev V. V. *Metodologicheskie podkhody k sistemnomu upravleniyu resursami stroitel'nogo predpriyatiya* [Methodological approaches to the building enterprise resource system management] / V. V. Buzurev, A. A. Bobkov // Problemy sovremennoy ekonomiki: Yevraziyskiy mezhdunarodnyy nauchno-analiticheskiy zhurnal. – 2009. – No. 3 (31). – P. 9–14.

Інформація про автора

Гонтарева Ірина Вячеславівна – д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємницької діяльності Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: lider.khneu@gmail.com).

Информация об авторе

Гонтарева Ирина Вячеславовна – д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой предпринимательской деятельности Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харьков, Украина, 61166, e-mail: lider.khneu@gmail.com).

Information about the author

I. Gontareva – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Head of the Department of Entrepreneurship of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: lider.khneu@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
20.02.2017 р.*

УДК 330.341:658

JEL Classification: D29; M29; O31

МОДЕЛЬ ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Чернявська І. М.

Важливим аспектом ефективного функціонування промислового підприємства є вдосконалення інноваційних процесів організації та управління. Але оцінювання результативності інноваційної активності організаційно-управлінської сфери потребує формування практичного інструментарію. Досліджені підходи до оцінювання інноваційної активності промислового підприємства не повною мірою спроможні сформувати практичний інструментарій, який дозволить визначити результативність організаційно-управлінських інновацій.

Основою розробленого методичного підходу є методика, яка ґрунтується на використанні груп показників на етапах створення та освоєння інновацій.

Виявлено перелік багатокритеріальних факторів, урахування зміни яких дозволить забезпечити результативність організаційно-управлінських інновацій.

Запропоновано модель оцінювання результативності організаційно-управлінських інновацій, згідно з якою передбачено аналіз інноваційної активності підприємства з урахуванням впливу організаційно-управлінської підсистеми, удосконалення механізму управління процесом активізації інноваційної діяльності підприємства, побудову структурно-логічної схеми оцінювання активізації інноваційних процесів у галузі організаційно-управлінської підсистеми.

Для обліку зміни інноваційної активності за кожним фактором інноваційного потенціалу запропоновано визначення узагальненого показника інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми. Фактори, що враховують для побудови моделі, визначено шляхом аналізування фактичних показників роботи організаційно-управлінської підсистеми й ступеня їхнього досягнення за допомогою експертного оцінювання. Результативність організаційно-управлінських інновацій може бути оцінено за відповідною шкалою.

Розроблену методику визначення рівня інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми практично апробовано на одному із промислових підприємств м. Кам'янського. Розрахунки свідчать про помірне зниження активності організаційно-управлінських інновацій.

Ключові слова: інновація, оцінювання, підприємство, потенціал, зміна, показник.

МОДЕЛЬ ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ИННОВАЦИЙ

Черняевская И. М.

Важным аспектом эффективного функционирования промышленного предприятия является совершенствование инновационных процессов организации и управления. Однако оценка результативности инновационной активности организационно-управленческой сферы требует формирования практического инструментария. Исследованные подходы к оценке инновационной активности промышленного предприятия не в полной мере способны сформировать практический инструментарий, позволяющий определить результативность организационно-управленческих инноваций.

В основе разработанного методического подхода лежит методика, основанная на использовании групп показателей на этапах создания и освоения инноваций.

Выявлен перечень многокритериальных факторов, учет изменения которых позволит обеспечить результативность организационно-управленческих инноваций.

Предложена модель оценки результативности организационно-управленческих инноваций, согласно которой предусмотрен анализ инновационной активности предприятия с учетом влияния организационно-управленческой подсистемы, совершенствование механизма управления процессом активизации инновационной деятельности предприятия, построение структурно-логической схемы оценки активизации инновационных процессов в части организационно-управленческой подсистемы.

Для учета изменения инновационной активности по каждому фактору инновационного потенциала предложено определение обобщенного показателя инновационной активности организационно-управленческой подсистемы. Факторы, учитываемые для построения модели, определяются путем анализа фактических показателей работы организационно-управленческой подсистемы и степени их достижения с помощью экспертных оценок. Результативность организационно-управленческих инноваций может быть оценена в соответствии с определенной шкалой.

Разработанная методика определения уровня инновационной активности организационно-управленческой подсистемы практически апробирована на одном из промышленных предприятий г. Каменского. Расчеты свидетельствуют об умеренном снижении активности организационно-управленческих инноваций.

Ключевые слова: инновация, оценка, предприятие, потенциал, изменение, показатель.

THE MODEL ASSESSING THE ORGANIZATIONAL AND ADMINISTRATIVE INNOVATION EFFECTIVENESS

I. Cherniavska

An important aspect of effective functioning of an industrial enterprise is perfection of innovative processes in organization and management. However the evaluation of the effectiveness of innovative activity of the organizational and management sphere requires formation of practical tools. The investigated approaches to the evaluation of the innovative activity of industrial enterprises are not fully capable to form practical tools for determining the effectiveness of organizational and management innovations.

The developed approach is based on the methodology using groups of indicators at the stages of development and mastering of innovations.

A list of multi-criteria factors has been identified whose changes when taken into account will ensure the effectiveness of organizational and management innovations.

A model of evaluation of the effectiveness of organizational and management innovations has been proposed which implies the analyses of innovative activity of an enterprise taking into account the influence of the organizational and management subsystem, improving the mechanism of control of the enterprise innovative activity, constructing a structural and logical scheme of evaluation of the innovation processes in terms of the management subsystem.

To take into account changes in the innovation activity, the author has proposed to determine a generalized indicator of the organizational and management subsystem innovative activity for each factor of the innovative potential. The factors taken into account for building the model are determined through expert analysis of the organizational subsystem actual performance and degree of achieving the performance indicators. The effectiveness of organizational and management innovations can be estimated in accordance with a certain scale.

The developed methodology for measuring the level of the organizational and management subsystem innovative activity has been practically tested at one of the industrial enterprises in Kamenskyi. The calculations witness a modest decline in the activity of organizational and administrative innovations.

Keywords: *innovation, evaluation, enterprise, potential, change, indicator.*

Промисловий комплекс – основа інноваційного розвитку економіки країни. Слід зауважити, що сучасні світові тенденції орієнтовано на розвиток промисловості, тоді як в Україні обсяг виробництва промислової продукції за видами діяльності за останні десять років скоротився майже в 1,5 разу [1]. Промисловість України відзначається неоднорідністю розвитку. На сучасному етапі найбільшим динамізмом відрізняються наукомісткі підгалузі машинобудівного комплексу, такі, як: виробництво електронно-обчислювальних машин, телекомунікаційного обладнання, ракетно-космічної техніки, промислових роботів і засобів автоматизації. У перспективі, із метою підвищення зацікавленості до вітчизняної промислової продукції й підвищення рівня її конкурентоспроможності, слід уже зараз розробляти стратегії виходження на європейські ринки.

Продовжуючи аналіз промислової галузі, необхідно зазначити часткові структурно-динамічні зрушення, що характеризують певну стабілізацію в галузі, а саме збільшення кількості інноваційно активних підприємств. Наприклад, кількість підприємств, що здійснювали інноваційну діяльність у 2015 році збільшилася на 25,4 %, порівняно з 2010 роком. До того ж нововведення підприємства здійснювали, переважно, власним коштом – 24,5 % та за рахунок держбюджету – 34,5 %. Проте інвестиційні кошти від вітчизняних замовників становили приблизно 20 %, від замовників-нерезидентів – приблизно 18 %, решта припадає на так звані інші джерела [1]. Така недосконалість інноваційної політики гальмує процес створення конкурентоспроможної продукції та, як наслідок, неспроможність забезпечити вітчизняну економіку вискоелективною власною продукцією, зайняти певну нішу світового промислового виробництва. Щоб змінити ситуацію на краще потрібні великі кошти, більша частина яких має бути інвестиціями. Також потрібно зазначити, що на розвиток промисловості як провідної сфери національної економіки значною мірою впливають наслідки світової економічної кризи, втрати виробничого та кадрового потенціалу, суттєве скорочення частки промислової продукції в загальному обсязі суспільного виробництва, високий ступінь зносу основних засобів, зниження активності інноваційно-інвестиційної діяльності тощо [2; 3].

Отже, сучасне середовище, у якому функціонують промислові підприємства України, потребує вдоскона-

лення процесів організації та управління. Організаційно-управлінські інновації створюють належні умови для здійснення технологічних інновацій. Пошук інноваційних організаційно-управлінських парадигм є неодмінною умовою ефективного функціонування та розвитку промислового підприємства. Важливим аспектом ефективного функціонування промислового підприємства є оцінювання інноваційної активності, тобто наявність методології оцінювання, що дозволяє скоригувати показники використання інноваційного потенціалу складових інноваційної діяльності підприємства. Важлива відмінність організаційно-управлінських інновацій від технологічних полягає в підходах до розрахунку та обґрунтування їхніх результатів.

Суттєвий внесок у дослідження проблеми оцінювання інноваційної активності підприємства в галузі організаційно-управлінської її підсистеми зробили такі науковці, як: І. І. Вінникова, Т. В. Гринько, М. І. Дяченко, Н. С. Ілляшенко, Н. А. Курманов [4 – 9]. Питання методології формування показників оцінювання організаційно-управлінських інновацій системно висвітлено в наукових працях А. Г. Вагонової, І. В. Волошина, О. Є. Кузьміна та ін. [10 – 12].

Проте залишається невирішеним питання формування практичного інструментарію, який дозволить визначити результативність організаційно-управлінських інновацій.

Метою статті є аналіз та узагальнення наявних підходів до оцінювання інноваційної активності промислового підприємства та розроблення на цій основі моделі оцінювання організаційно-управлінських інновацій.

Основою для розуміння сутності процесу активізації інноваційної діяльності є визначення підходу до цього процесу. Автор вважає за доцільне зупинитися на аналізі відомих підходів до оцінювання інноваційної активності промислового підприємства. За результатами опрацювання публікацій [13 – 17; 19; 20] можна виділити такі підходи:

1. Оцінювання інноваційної активності з виділенням складових (елементів) інноваційного потенціалу підприємства, що базується на експертних методах.

2. Оцінювання інноваційної активності, що базується на інформаційних даних, які містяться в офіційних джерелах.

3. Ресурсно-процедурне оцінювання інноваційної активності підприємства, що базується на визначенні спроможності системи до здійснення інноваційної діяльності.

На думку автора, третій підхід є таким, у якому враховано внутрішні фактори, які є тригерами змін, та зовнішні фактори, що прямо або опосередковано впливають на інтенсивність інноваційної діяльності підприємства.

Однією з методик, яку можна взяти за основу та трансформувати з урахуванням специфіки напряму цього дослідження, є методика А. В. Гриньова, яка ґрунтується на використанні двох груп показників: на етапах створення та освоєння інновацій [17].

Ефективна модель визначення результативності організаційно-управлінських інновацій має бути уніфікованою та враховувати зміни за кожним організаційним фактором (складовий) активізації інноваційної діяльності. На активність інноваційної діяльності впливають багатокритеріальні організаційно-управлінські фактори, до яких можна зарахувати гнучкість організаційної структури, демократичний стиль управління, напрям потоків інформації, ступінь організації функцій управління, швидке реагування на мінливу ринкову ситуацію, автономію, децентралізацію тощо. Саме врахування зміни цих багатокритеріальних факторів дозволяє забезпечити результативність організаційно-управлінських інновацій.

Оцінювання рівня активізації інноваційних процесів на промисловому підприємстві мають здійснювати за певною методикою. Для формування цієї методики зроблено аналіз наявних у науковій літературі методів економічного оцінювання інноваційної активності та визначено найбільш оптимальний із позиції відповідності особливостям інноваційної діяльності промислових підприємств та критеріальній базі оцінювання ефективності інноваційної діяльності [3; 9; 10; 14; 17]. Основою оцінювання рівня активізації інноваційних процесів, відповідно до цього методу, є факторний аналіз. На основі вагомості кожного з факторів, що стримують інноваційну діяльність, визначено коло домінуючих, які складають функцію успіху. Аналіз полягає в поетапному оцінюванні та групуванні результатів кожного фактора.

Модель оцінювання результативності організаційно-управлінських інновацій на промислових підприємствах передбачає такі кроки:

Крок 1. Аналіз інноваційної активності підприємства з урахуванням впливу організаційно-управлінської підсистеми.

Крок 2. Удосконалення механізму управління процесом активізації інноваційної діяльності підприємства в галузі організаційно-управлінської її підсистеми.

Крок 3. Побудова структурно-логічної схеми оцінювання активізації інноваційних процесів у галузі організаційно-управлінської підсистеми.

Отже, згідно із запропонованою моделлю, необхідно дотримуватися конкретних етапів процесу реалі-

зації концептуального підходу до аналізу інноваційної активності підприємства в організаційно-управлінській сфері та оцінити результативність організаційно-управлінських інновацій, використовуючи певну систему показників.

У роботі [18] запропоновано та обґрунтовано систему показників інноваційної активності підприємства, яка містить дві групи: показники використання інноваційного потенціалу (показники ефективності управлінської діяльності, науково-дослідної діяльності та використання управлінського потенціалу) та показники його зміни (показники впровадження структурних перетворень, ефективності проектно-організаційного потенціалу, реінжинірингу та реструктуризації). Запропонована система показників може бути деталізована та розширена, залежно від наявних джерел інформації та цілей дослідження.

Вивчення безлічі факторів, які впливають на інноваційну діяльність, дозволяє сформулювати завдання таким чином: дослідження й аналіз системи управління, із метою розроблення та практичного застосування методу ефективного оцінювання організаційно-управлінських інновацій. Метою дослідження є кількісне обґрунтування ухвалюваних рішень щодо забезпечення ефективності організаційно-управлінських інновацій. Для вирішення поставленого завдання необхідно побудувати математичну модель, тобто виконати формалізацію завдання. Фактори, що враховують для побудови моделі, визначено шляхом аналізування фактичних показників роботи комплексної структури організаційно-управлінської підсистеми й ступеня їхнього досягнення за допомогою експертного оцінювання. Результативність організаційно-управлінських інновацій може бути оцінено за шкалою від 0 до 1 бала (таблиця).

Таблиця

**Шкала оцінювання
зміни інноваційної активності
[The scale for valuation of change
in the innovative activity]**

Інтервали значень	Напрями змін інноваційної активності (результативності)
0 – 0,25	стрімке зниження
0,25 – 0,50	помірне зниження
0,50	середній рівень (немає змін)
0,50 – 0,70	помірне зростання
0,70 – 1,00	стрімке зростання

Згідно із запропонованою методикою оцінювання результативність організаційно-управлінських інновацій класифіковано шляхом напряму зміни інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми.

Підсумкова оцінка дає уявлення про зміну активності організаційно-управлінських інновацій.

Основні співвідношення математичної моделі мають такий вигляд. Облік зміни інноваційної активності за кожною складовою (фактором) інноваційного потенціалу визначено узагальненим показником інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми. Зміни інноваційної активності з урахуванням ваги кожної складової, яка входить до системи показників інноваційного потенціалу організаційно-управлінської сфери, буде описано таким співвідношенням:

$$IA_{ORG} = \sum_{i=1}^{n_j} \alpha_i I_{ij}, \quad (1)$$

де IA_{ORG} – узагальнений показник інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми;

α_i – ваговий коефіцієнт i -ї складової, яка входить до системи показників організаційно-управлінського потенціалу, ($\sum \alpha_i = 1$);

I_{ij} – показник інноваційної активності i -ї складової інноваційного потенціалу (складової використання та зміни інноваційного потенціалу);

n – кількість локальних показників за кожною складовою (фактором) інноваційного потенціалу.

Показник інноваційної активності i -ї складової інноваційного потенціалу (I_{ij}) розраховано за формулою:

$$I_{ij} = \frac{p_{it1}}{p_{it2}}, \quad (2)$$

де p_{it1} – показник, який характеризує i -у складову інноваційного потенціалу (складову використання та зміни інноваційного потенціалу) в період часу t_1 ;

p_{it2} – показник, який характеризує i -у складову інноваційного потенціалу (складову використання та зміни інноваційного потенціалу) у період часу t_2 .

Напрями змін інноваційної активності (результативності) організаційно-управлінських інновацій, залежно від отриманих значень, відображено в таблиці.

У наданих розрахунках використано показники вагомості, визначені експертним шляхом. Наведену модель побудовано з урахуванням широкого діапазону зміни показників, які впливають на інноваційний потенціал промислового підприємства, вона дозволяє розраховувати результативність напряму змін інноваційної активності організаційно-управлінської сфери.

У результаті дослідження, проведеного автором, визначено показники оцінювання рівня активізації інноваційних процесів на промисловому підприємстві за організаційно-управлінськими критеріями, застосування яких під час оцінювання рівня активізації інноваційної діяльності промислових підприємств м. Кам'янського виявило низку принципових недоліків, що свідчать про неможливість формування об'єктивних висновків та доводять необхідність у створенні комплексної системи оцінювання рівня активізації інноваційних процесів на промисловому підприємстві в галузі організаційно-управлінської її підсистеми. Так, наприклад, розроблену методику визначення рівня інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми практично апробовано на одному із промислових підприємств м. Кам'янського. Розрахунки свідчать про помірне зниження активності організаційно-управлінських інновацій. Проте можна зазначити помірне зростання інноваційної активності щодо використання управлінського потенціалу (0,53), упровадження структурних перетворень (0,51), проектно-організаційного потенціалу (0,61). Незважаючи на те що на підприємстві зосереджено високий науково-технічний потенціал, раціоналізаторська активність є заниженою: 0,15 – стрімке зниження, що визначає дуже низьку результативність науково-дослідної діяльності, 0,31 – помірне зниження, що визначає недостатній рівень упровадження спеціфічних заходів щодо реінжинірингу та реструктуризації.

Важливим етапом вибору напрямів активізації інноваційної діяльності на підприємстві в галузі організаційно-управлінської її підсистеми є удосконалення механізму оцінювання інноваційної активності, який дозволить урахувувати специфіку та пріоритети розвитку промислового підприємства. Механізм оцінювання інноваційної активності визначено в цій статті як сукупність методів та принципів, реалізація яких відбувається поетапно і в результаті дає можливість менеджменту підприємства ухвалювати рішення, спрямовані на розвиток підприємства (рисунком).

У процесі розвитку організаційно-управлінської сфери підприємства, елементи механізму можуть змінюватися, проте, не залежно від стану та рівня розвитку кожної складової, яка входить до нього, необхідно, щоб оцінка була обґрунтованою.

Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що вирішення проблеми оцінювання інноваційної активності підприємства є актуальним. На сьогодні розроблено велику кількість підходів до оцінювання інноваційної активності промислового підприємства, які ґрунтуються на експертних методах, або на інформаційних даних, що містяться у статистичних довідниках, або на визначенні спроможності системи до здійснення інноваційної діяльності. Ці методи не повною мірою спроможні сформулювати практичний інструментарій, який дозволить визначити результативність організаційно-управлінських інновацій.

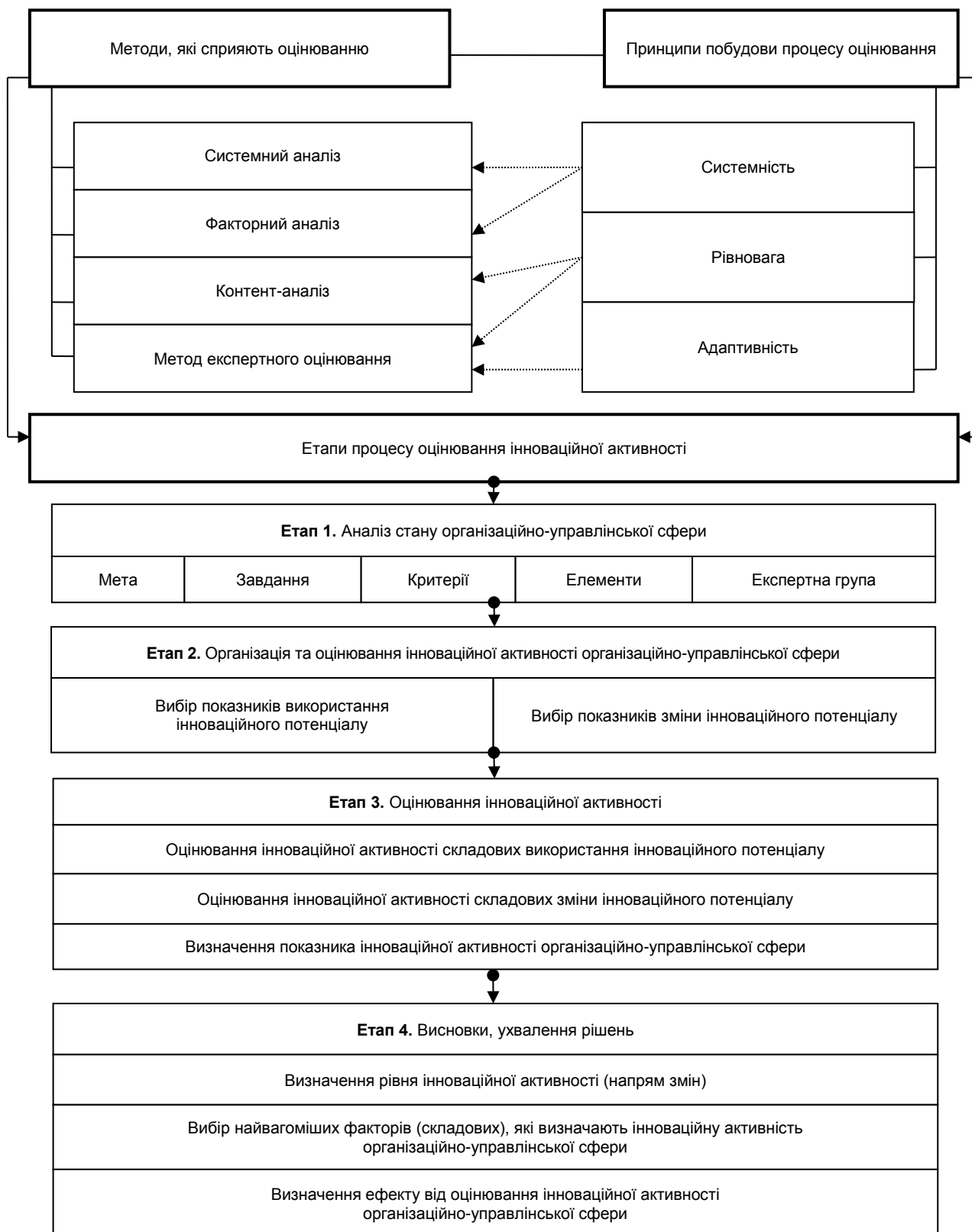


Рис. Схеми механізму оцінювання інноваційної активності організаційно-управлінської підсистеми [The scheme of the mechanism for valuation of the innovative activity of the organization and management subsystem]

У статті запропоновано покроковий методичний підхід до оцінювання результативності організаційно-управлінських інновацій на промислових підприємствах, який дозволяє оцінити напрям змін інноваційної активності з урахуванням ваги кожної складової, яка входить до системи показників інноваційного потенціалу організаційно-управлінської сфери.

Література: 1. Статистичний щорічник України за 2015 рік / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.html. 2. Мірошніченко О. Ю. Інноваційна активність промислових підприємств України: стан і тенденції / О. Ю. Мірошніченко // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка. – 2013. – № 10 (151). – С. 73–78. 3. Гаврилко П. П. Фактори інноваційного розвитку промисловості / П. П. Гаврилко, А. В. Колодійчук, В. М. Черторицький // Науковий вісник НЛТУ, Львів. – 2011. – Вип. 21.11 – С. 201–205. 4. Вінникова І. І. Аналіз інноваційної активності промислових підприємств України / І. І. Вінникова, С. В. Марчук // Економіка та держава. – 2015. – № 8. – С. 47–53. 5. Гринько Т. В. Методичні підходи до оцінки ефективності організаційних змін на підприємствах зв'язку / Т. В. Гринько, М. М. Кошевой, Т. З. Гвініашвілі // Економічний часопис-XXI. – 2016. – № 156 (1–2). – С. 78–82. 6. Гринько Т. В. Особливості впровадження моделей інноваційної активності промислових підприємств [Електронний ресурс] / Т. В. Гринько // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=139>. 7. Дяченко М. І. Управлінські інновації як основа інноваційного розвитку організації [Електронний ресурс] / М. І. Дяченко // Стратегія економічного розвитку України : зб. наук. пр. – Режим доступу : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/295>. 8. Ілляшенко Н. С. Формування "системної карти" стратегічного управління розвитком підприємства / Н. С. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна, Ю. М. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 1 (187). – С. 119–128. 9. Innovative activity of small and medium-sized enterprises in Kazakhstan and factors of its development / N. Kurmanov, B. Tolysbaiev, D. Aibossynova, N. Parmanov // Economic Annals-XXI. – 2016. – No. 158 (3–4 (2)). – P. 57–60. 10. Вагонова А. Г. Аналітична модель декомпозиції показника якості та ефективності корпоративного управління / А. Г. Вагонова, О. М. Вакульчик, С. В. Протасова // Науковий вісник НГУ. – 2016. – № 6. – С. 157–164. 11. Волошин І. В. Методичні підходи до оцінки інновацій [Електронний ресурс] / І. В. Волошин // Науково-виробничий журнал "Облік і фінанси АПК" – Режим доступу : <http://magazine.faaf.org.ua/metodichni-pidnodi-do-ocinki-innovaciy.html>. 12. Кузьмін О. С. Фактори інноваційного розвитку підприємств [Електронний ресурс] / О. С. Кузьмін, Т. М. Кужда. – Режим доступу : <http://www.experts.in.ua/ua/baza/analitic/detail.php?ID=1139>. 13. Лелон П. Мировоззренческая парадигма в философии: экзистенциальный аспект : монография / под ред. П. Лелона. – Москва : Изд-во ВГИПУ, 2006. – 99 с. 14. Прохорова В. В. Синергетическая концепция в формировании управленческих инноваций на предприятиях / В. В. Прохорова, С. А. Мушников // Бизнес Информ. – 2011. – № 12. – С. 138–141. 15. Ромахова О. О. Исследование

факторов, вызывающих стратегические изменения в поведении организации / О. О. Ромахова, А. Атеф // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2015. – № 3. – С. 191–199. 16. Сігуа В. Т. Використання механізму трансляції в процесі формування ефективних стратегій інноваційного розвитку підприємств / В. Т. Сігуа // Економіка розвитку. – 2013. – № 3. – С. 76–78. 17. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління : монографія / А. В. Гриньов. – Харків : ІНЖЕК, 2003. – 308 с. 18. Чернявська І. М. Концептуальний підхід до аналізу активності організаційно-управлінських новацій підприємства / І. М. Чернявська // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Т. 1, № 2. – С. 124–131. 19. Birkinshaw J. How Management Innovation Harpens / J. Birkinshaw // MIT Sloan Management Review. – 2006. – Vol. 47, No. 4 – P. 302–324. 20. Maes G. Toward a dynamic description of the attributes of organizational change / G. Maes, G. Van Hootehem // Research in Organizational Change and Development. – 2011. – Vol. 19. – P. 191–231.

References: 1. Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2015 rik / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ1_u.html. 2. Miroshnychenko O. Yu. *Innovatsiina aktyvnist promyslovykh pidpriemstv Ukrainy: stan i tendentsii* [The innovation activity of industrial enterprises in Ukraine: state and trends] / O. Yu. Miroshnychenko // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Serii: Ekonomika. – 2013. – No. 10 (151). – P. 73–78. 3. Havrylko P. P. *Faktyory innovatsiinoho rozvytku promyslovosti* [Factors of the industry innovative development] / P. P. Havrylko, A. V. Kolodiichuk, V. M. Chertoryzhskiy // Naukovyi visnyk NLTU, Lviv. – 2011. – Issue 21.11. – P. 201–205. 4. Vinnykova I. I. *Analiz innovatsiinoi aktyvnosti promyslovykh pidpriemstv Ukrainy* [Analysis of the innovative activity of industrial enterprises in Ukraine] / I. I. Vinnykova, S. V. Marchuk // Ekonomika ta derzhava. – 2015. – No. 8. – С. 47–53. 5. Hrynyk T. V. *Metodychni pidkhody do otsinky efektyvnosti orhanizatsiynykh zmin na pidpriemstvakh zviazku* [Methodological approaches to evaluation of the effectiveness of organisational changes at communication enterprises] / T. V. Hrynyk, M. M. Koshevoi, T. Z. Hviniashevili // Ekonomichnyi chasopys-XXI. – 2016. – No. 156 (1–2). – P. 78–82. 6. Hrynyk T. V. *Osoblyvosti vprovadzhennia modelei innovatsiinoi aktyvnosti promyslovykh pidpriemstv* [Features of the implementation of industrial enterprise innovative activity models] / T. V. Hrynyk // Efektyvna ekonomika. – [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=139>. 7. Diachenko M. I. *Upravlinski innovatsii yak osnova innovatsiinoho rozvytku orhanizatsii* [Managerial innovation as a basis for organization innovative development] [Electronic resource] / M. I. Diachenko // Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy : zb. nauk. prats. – Access mode : <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/295>. 8. Illiashenko N. S. *Formuvannia "systemnoi karty" stratehichnoho upravlinnia rozvytkom pidpriemstva* ["System map" formation for strategic management of enterprise development] / N. S. Illiashenko, Yu. S. Shypulina, Yu. M. Melnyk // Aktualni problemy ekonomiky. – 2017. – No. 1 (187). – P. 119–128. 9. Innovative activity of small and medium-sized enterprises in Kazakhstan and factors of its development / N. Kurmanov, B. Tolysbaiev, D. Aibossynova, N. Parmanov // Economic Annals-XXI. – 2016. – No. 158 (3–4 (2)). – P. 57–60. 10. Vahonova A. H. *Analitychna model dekompozitsii pokaznyka yakosti ta efektyvnosti korporatyvnoho upravlinnia* [The analytical decomposition model

of the indicator of corporate management quality and effectiveness] / A. H. Vahonova, O. M. Vakulchuk, Ye. V. Protasova // *Naukovyi visnyk NHU*, 2016. – No. 6. – P. 157–164. 11. Voloshyn I. V. *Metodychni pidkhody do otsinky innovatsii* [Methodological approaches to assessing innovation] [Electronic resource] / I. V. Voloshyn // *Naukovo-vyrobnychiy zhurnal "Oblik i finansy APK"*. – Access mode : <http://magazine.faaf.org.ua/metodychni-pidhodi-doo-ocinki-innovatsiy.html>. 12. Kuzmin O. Ye. *Faktory innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv* [Factors of innovative development of enterprises] [Electronic resource] / O. Ye. Kuzmin, T. M. Kuzhda. – Access mode : <http://www.experts.in.ua/ua/baza/analitic/detail.php?ID=1139>. 13. Lelon P. *Mirovozzrencheskaya paradigma v filosofii: ekzistentsialnyy aspekt : monografiya* [The world outlook paradigm in philosophy: the existential aspect : monograph] / pod red. P. Lelona. – Moskva : Izd-vo VGIPU, 2006. – 99 c. 14. Prokhorova V. V. *Sinergeticheskaya kontseptsiya v formirovanii upravlencheskikh innovatsiy na predpriyatiyakh* [The synergetic concept in the formation of managerial innovations at enterprises] / V. V. Prokhorova, S. A. Mushnikova // *Biznes Inform.* – 2011. – No. 12. – P. 138–141. 15. Romakhova O. O. *Issledovanie faktorov, vyzvayayushchikh strategicheskie izmeneniya v povedenii organizatsii* [Research on the factors causing strategic changes in the behavior of an organization] / O. O. Romakhova, A. Atef // *Marketing i menedzhment innovatsii*. – 2015. – No. 3. – P. 191–199. 16. Sihua V. T. *Vykorystannia mekhanizmu translyatsii v protsesi formuvannia efektyvnykh stratehii innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv* [Using the transmission mechanism in the formation of effective strategies for innovative development of enterprises] / V. T. Sihua // *Ekonomika rozvytku*. – 2013. – No. 3. – P. 76–78. 17. Hrynov A. V. *Innovatsiyni rozvytok promyslovykh pidpriemstv: kontseptsii, metodolohiia, stratehichne upravlinnia : monohrafiia* [The innovative development of industrial enterprises: the concept, methodology, strategic management : monograph] / A. V. Hrynov. – Kharkiv : INZhEK, 2003. – 308 p. 18. Cherniavska I. M. *Kontseptualnyi pidkhid do analizu aktyvnosti orhanyzatsiino-upravlinskykh novatsii pidpriemstva* [The conceptual approach to the analysis of activity of organizational and administrative innovations of an enterprise] / I. M. Cherniavska // *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky*. – 2016. – Vol. 1, No. 2. – P. 124–

131. 19. Birkinshaw J. How Management Innovation Happens / J. Birkinshaw // *MIT Sloan Management Review*, 2006. – Vol. 47, No. 4 – P. 302–324. 20. Maes G. Toward a dynamic description of the attributes of organizational change / G. Maes, G. Van Hootegem // *Research in Organizational Change and Development*, 2011. – Vol. 19. – P. 191–231.

Інформація про автора

Чернявська Ірина Михайлівна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та організації виробництва Дніпродзержинського державного технічного університету (вул. Дніпробудівська, 2, м. Кам'янське, Україна, 51918, e-mail: eov-eco@ukr.net).

Информация об авторе

Чернявская Ирина Михайловна – канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и организации производства Днепродзержинского государственного технического университета (ул. Днепростроевская, 2, г. Каменское, Украина, 51918, e-mail: eov-eco@ukr.net).

Information about the author

I. Cherniavska – PhD in Economics, Associate Professor of Economics and Industry Engineering Department of Dniprodzержynsk State Technical University (2 Dniprobudivska St., Kamianske, Ukraine, 51918, e-mail: eov-eco@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
02.03.2017 р.*



*Все, что познается, имеет число,
ибо невозможно ни понять ничего,
ни познать без него.
Пифагор*

Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці

УДК 331.1:658

JEL Classification: J24; M53

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТИПУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

Мартиненко М. В.

Тенденції переходу провідних країн світу до нового типу економіки, заснованої на знаннях, обумовлюють доцільність пошуку ефективних технологій управління сучасними підприємствами. Однією з таких технологій є управління знаннями на основі формування відповідної корпоративної культури (КК). Незважаючи на наявність значної кількості досліджень, присвячених визначенню стану та тенденцій розвитку корпоративної культури, проблема її кількісного оцінювання на підприємстві вирішена не повною мірою. Розроблено етапи методичного підходу до визначення типу корпоративної культури та обґрунтовано його значення для вдосконалення управління знаннями підприємства. Використано такі методи дослідження: логічного узагальнення, аналізу та синтезу, зіставлення, абстрактно-логічний, експертного опитування, метод відстаней, графічний метод. Розглянуто теоретичні підходи до виокремлення різних типів корпоративної культури підприємств та систематизовано їхні ключові характеристики. Запропоновано перелік класифікаційних ознак для визначення чотирьох типів корпоративної культури (ТКК): традиційної, веб-культури, культури професійних співтовариств і знаннеорієнтованої корпоративної культури. Як такі ознаки автором запропоновано розглядати мету обміну знаннями та інформацією, канали й засоби передавання інформації та знань, особливості професійного навчання працівників. Здійснено експертне опитування працівників підприємств м. Харкова, із метою діагностики таких, що переважають на цих підприємствах, типів корпоративної культури. Обґрунтовано етапи методичного підходу до визначення типів корпоративної культури в контексті їхнього впливу на управління знаннями підприємств та сукупність управлінських заходів, які сприяють формуванню на підприємствах корпоративної культури, орієнтованої на знання.

Ключові слова: управління знаннями підприємства, корпоративна культура, знаннеорієнтована культура, веб-культура, культура професійних співтовариств.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТИПА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Мартыненко М. В.

Тенденции перехода ведущих стран мира к новому типу экономики, основанной на знаниях, обуславливают целесообразность поиска эффективных технологий управления современными предприятиями. Одной

из таких технологий является управление знаниями на основе формирования соответствующей корпоративной культуры (КК). Несмотря на наличие значительного количества исследований, посвященных определению состояния и тенденций развития корпоративной культуры, проблема ее количественной оценки на предприятии разрешена не в полной мере. Разработаны этапы методического подхода к определению типа корпоративной культуры (ТКК) и обосновано его значение для усовершенствования управления знаниями предприятия. Используются такие методы исследования: логического обобщения, анализа и синтеза, сопоставления, абстрактно-логический, экспертного опроса, метод расстояний, графический метод. Рассмотрены теоретические подходы к выделению разных типов корпоративной культуры предприятий и систематизированы их ключевые характеристики. Предложен перечень классификационных признаков для определения четырех типов корпоративной культуры: традиционной, веб-культуры, культуры профессиональных сообществ и знаниеориентированной корпоративной культуры. В качестве таких признаков автором предложено рассматривать цель обмена знаниями и информацией, каналы и средства передачи информации и знаний, особенности профессионального обучения работников. Осуществлен экспертный опрос работников предприятий г. Харькова, с целью диагностики преобладающих на этих предприятиях типов корпоративной культуры. Обоснованы этапы методического подхода к определению типов корпоративной культуры в контексте их влияния на управление знаниями предприятий и совокупность управленческих мероприятий, способствующих формированию на предприятиях корпоративной культуры, ориентированной на знания.

Ключевые слова: управление знаниями предприятия, корпоративная культура, знаниеориентированная культура, веб-культура, культура профессиональных сообществ.

THE METHODOLOGICAL APPROACH TO DETERMINING THE TYPE OF CORPORATE CULTURE IN THE PROCESS OF KNOWLEDGE MANAGEMENT

M. Martynenko

The tendencies of the transition of the leading countries of the world to a new type of knowledge-based economy make it expedient to search for effective technologies for managing modern enterprises. One of such technologies is knowledge management based on the formation of an appropriate corporate culture. Despite the existence of a significant number of studies devoted to determining the status and trends in the development of corporate culture, the problem of its quantitative assessment at the enterprise has not been fully resolved. The stages of the methodological approach to determining the type of corporate culture and substantiating its importance for improving knowledge management of the enterprise have been developed. The following research methods have been used: logical generalization, analysis and synthesis, comparison, abstract-logical, expert interview, distance method, graphical method. Theoretical approaches to distinguishing different types of corporate culture of enterprises have been studied and their key characteristics have been systematized. A list of classification characteristics have been offered for definition of such four types of corporate culture as: traditional, web-culture, culture of professional communities and knowledge-oriented corporate culture. The following criteria have been suggested as such characteristics: the purpose of knowledge and information exchange, the channels and means of communication of information and knowledge, the peculiarities of professional training of workers. An expert survey of employees of enterprises of Kharkiv has been conducted to diagnose the types of corporate culture prevailing at these enterprises. The stages of the methodical approach to determining the types of corporate culture in the context of their influence on enterprise knowledge management and a combination of management activities that contribute to the formation of knowledge-oriented corporate culture at enterprises have been grounded.

Keywords: knowledge management at the enterprise, corporate culture, knowledge-oriented culture, web-culture, culture of professional communities.

Тенденції формування у провідних країнах світу нового типу економіки, орієнтованої на знання, обумовлюють необхідність у пошуку та впровадженні українськими підприємствами сучасних підходів до управління. Зважаючи на те що у структурі обсягів промислової

продукції, яка виробляється українськими підприємствами, переважає продукція, що відповідає третьому та четвертому технологічним укладам, тоді як більшість розвинутих країн орієнтовані на п'ятий та шостий технологічні уклади, доцільно особливу увагу приділити

технологіям управління, що сприяють розвитку мікроелектроніки, інформаційно-комунікаційних технологій, нових видів енергії та інших галузей, здатних забезпечити інноваційний прорив України. Водночас, удосконалення управління на промислових підприємствах і може створити умови для підвищення ефективності їхньої діяльності за рахунок трансферу знань та технологій, комерціалізації організаційних знань, а також створення нових конкурентних переваг на основі накопичення інтелектуального капіталу та інтелектуальних активів. Управління знаннями підприємства становить сучасну концепцію управління, у межах якої роблять акцент на відтворенні, нарощенні, поширенні та використанні організаційних знань, із метою створення інновацій і конкурентоспроможної інтелектуальної продукції. Основні положення цієї концепції розглянуто у працях таких учених, як: К. Вііг, Р. Руглес, К. Джанетто та Е. Уїлер, М. Румізен, У. Букович та Р. Уільямс, Д. Скірме, М. Дженнекс, К. Фрапполо [1 – 8]. Особливу роль у процесі управління знаннями підприємства відведено корпоративній культурі, що підтверджено результатами досліджень Е. Шейна, К. Камерона та Р. Куїна, К. Шарпа [9 – 11] та інших учених.

У праці Д. Лейднер, М. Алаві та Т. Кейворс розглянуто вплив корпоративної культури на процес управлінні знаннями на прикладі двох великих підприємств, на кожному з яких було проведено напівструктуровані інтерв'ю із шістьма представниками компанії [12]. Здійснений аналіз особливостей корпоративних культур та підходів до управління знаннями на кожному з підприємств, тим не менш, має виключно вербальний якісний характер і не містить кількісних показників. Е. Гартліб, М. Лебер, Дж. Тапінгер та Р. Вілфорт також обрали два підприємства базою дослідження корпоративної культури на основі використання сукупності методів: анкетування, інтерв'ю та включеного спостереження – для визначення дистанцій між існуючою та бажаною корпоративною культурою [13]. Результати цього дослідження подано авторами у графічній формі, що сприяє кращому візуальному сприйняттю інформації та містить елементи кількісного оцінювання корпоративної культури, проте у висновках підкреслено доцільність багаторазового проведення подібних досліджень для забезпечення постійного моніторингу розвитку корпоративної культури та коригування напрямів управління знаннями підприємств. Альтернативний підхід до оцінювання змін у корпоративній культурі, заснований на застосуванні методу комп'ютерного аналізу текстів, запропонував К. А. Шарп [11]. Він обґрунтував доцільність порівняння змістовних компонент стратегічних документів, які стосуються розвитку корпоративної культури в п'яти організаціях публічного сектору Австралії, із тими документами, у яких міститься інформація про сприйняття працівниками цих організацій стану корпоративної культури. У результаті проведеного цим автором дослідження було ідентифіковано суттєві розбіжності між змістом стратегічних напрямів розвитку корпоративної культури, що декла-

руються керівництвом, і розумінням цього змісту працівниками. Низка дослідників пропонують перелік ознак для характеристики стану корпоративної культури на підприємстві. Одним із перших дослідників, який ретельно вивчав різні типи корпоративної культури, є Е. Шейн. Він виокремив три основних елементи корпоративної культури організації: артефакти, цінності та приховані припущення, що виявляють на трьох рівнях – поверхневому, підповерхневому та глибинному [9]. Ч. Рогель розробив методіку оцінювання корпоративної культури за 12 ознаками, а саме: справедливість, цілісність, адаптивність, орієнтація на результат, командна робота, залучення працівників, відповідальність, можливості навчання, сенс, комунікації, прийняття рішень, стратегія [14]. Однак ця методика не передбачає чіткої диференціації різних типів культур за наведеними ознаками. На даний момент актуальною є проблема оцінювання різних елементів та ознак корпоративної культури на підприємствах. Багато уваги цій проблемі присвятили К. Камерон та Р. Куїн [10]. Ці автори розробили інструментарій оцінювання організаційної культури за такими ознаками, як: домінантні характеристики; стиль лідерства в організації; стиль управління працівниками; сутність організації, яка об'єднує її співробітників; стратегічні акценти; критерії успіху. Питання оцінювання та управління корпоративною культурою розглядають такі вчені, як Дж. Барні, Т. Діл, Г. Хофстед [15 – 17] та ін.

Таким чином, існує значна кількість досліджень, присвячених визначенню стану й тенденції розвитку корпоративної культури на підприємствах та її зв'язку з управлінням знаннями. Водночас проблема кількісного оцінювання стану корпоративної культури на підприємстві залишається вирішеною не повною мірою. Потребує подальшого обґрунтування перелік ознак, що є основою виокремлення різних типів корпоративних культур у контексті розвитку організаційних знань, а також сукупність заходів щодо управління знаннями, відповідно до переважного на підприємстві типу корпоративної культури. Усе зазначене обумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Мета статті полягає в розробленні етапів методичного підходу до визначення типу корпоративної культури та обґрунтуванні його значення для вдосконалення управління знаннями підприємства.

Для досягнення поставленої мети у статті вирішено такі завдання:

розглянуто теоретичні підходи до виокремлення різних типів корпоративної культури підприємств та систематизовано їхні ключові характеристики;

запропоновано перелік класифікаційних ознак для визначення чотирьох типів корпоративної культури: традиційної, веб-культури, культури професійних співтовариств і знаннеорієнтованої корпоративної культури;

здійснено експертне опитування працівників підприємств м. Харкова, із метою діагностики таких типів корпоративної культури, що переважають на цих підприємствах;

обґрунтовано етапи методичного підходу до визначення типів корпоративної культури в контексті їхнього впливу на управління знаннями підприємств.

У сучасній науковій літературі висвітлено різні підходи до типологізації корпоративної культури. Так, К. Камерон та Р. Куїнн, виокремлюють кланову, адхократичну, ієрархічну та ринкову [10]. Р. Блейк та Ж. Мутон акцентували увагу на ціннісній орієнтації корпоративної культури, відповідно до чого вони розрізняють такі її типи, як: життєздатна та така, що поєднує сильну орієнтацію на рівень ризику швидкість отримання зворотного зв'язку; нежиттєздатна та така, що поєднує слабку орієнтацію на особистість зі слабкою орієнтацією на економічну ефективність; два проміжних: таких, що поєднують сильну орієнтацію на особистість і слабку на економічну ефективність, а також сильну орієнтацію на економічну ефективність та слабку орієнтацію на особистість [18]. Більшість наявних класифікацій корпоративної культури спрямовано на визначення її відмінностей із різних точок зору, проте найбільш актуальною для вдосконалення управління знаннями підприємства є класифікація, розроблена європейськими експертами, яка передбачає протиставлення традиційної культури та культури, орієнтованої на знання. У табл. 1 наведено порівняння організацій двох типів, відповідно до перелічених типів корпоративної культури.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз організацій із традиційною корпоративною культурою та корпоративною культурою, орієнтованою на знання [19]
[Comparative analysis of an organization with traditional corporate culture and knowledge-based corporate culture [19]]

Характеристики організацій із традиційною корпоративною культурою	Характеристики організацій із корпоративною культурою, орієнтованою на знання
Обмежене поширення інформації	Значне поширення інформації
Значна кількість рівнів управління	Незначна кількість рівнів управління
Нерівномірний розподіл відповідальності	Рівномірний розподіл відповідальності
Засновані на правилах	Засновані на принципах
Мають формальну структуру	Мають неформальну структуру
Не сприймають ризики	Допускають наявність ризиків
Проводять навчання час від часу	Проводять неперервне навчання
Акцентовані на фінансових аспектах діяльності	Акцентовані на багатьох функціональних аспектах діяльності
Політично залежні	Відкриті
Утримують знання	Створюють умови для обміну знаннями та їхнім використанням
Мають низький рівень емоційного інтелекту та не сприймають зміни організаційної культури	Гнучко змінюють організаційну культуру з урахуванням впливу мережних співтовариств, членами яких вони є

Окрім традиційної корпоративної культури та культури, орієнтованої на знання, існують між ними два проміжних типи: веб-культура та культура професійних співтовариств.

Першим етапом методичного підходу до визначення типів корпоративної культури у процесі управління знаннями є обґрунтування ознак, відповідно до яких доцільно проводити диференціацію цих типів.

У роботі [20] автором запропоновано у процесі управління знаннями розрізнити наведені чотири типи корпоративної культури за такими ознаками, як мета обміну знаннями, а також засоби та канали передавання інформації та знань, які превалюють на підприємстві. Ураховуючи тісний зв'язок типу корпоративної культури з особливостями проведення професійного навчання працівників, доцільно використати визначення таких особливостей, як додаткової диференційної ознаки між зазначеними типами корпоративної культури.

Відповідно до запропонованих трьох ознак, можна охарактеризувати наведені типи корпоративної культури таким чином:

традиційна корпоративна культура як основну мету обміну знаннями передбачає формування стандартного набору документів та строге регламентування дій працівника у процесі передавання інформації. Для цього типу культури характерне превалювання традиційних формальних каналів передавання інформації, а неформальні канали функціонують на основі неструктурованих порад колег. Професійне навчання проводять рідко та без урахування побажань тих, хто навчається, не застосовують нові технології навчання та не враховують останні тенденції в галузі;

веб-культура ставить за основну мету обміну знаннями формування структурного інтелектуального капіталу на підприємстві. Характерні цифрові, засновані на сучасних інформаційно-комунікаційних технологіях канали передавання інформації, у тому числі інтернет-форуми, соціальні мережі та ін. На підприємстві активно застосовують системи електронного навчання, реєстрацію результатів навчання в електронних базах даних, використовують дистанційні форми навчання та оцінювання знань працівників на базі інформаційно-комунікаційних технологій, до структури програм із підвищення кваліфікації працівників входить навчання роботи з різними видами програмного забезпечення;

культура професійних співтовариств має за мету формування та збереження людського інтелектуального капіталу у процесі управління знаннями. Серед каналів передавання інформації найбільш поширені такі, що засновані на міжособистісному спілкуванні, у тому числі під час проведення конференцій, семінарів, тренінгів для працівників. На підприємстві переважають групові методи професійного навчання та розвинена система наставництва;

культура, орієнтована на знання спрямована на формування як людського, так і структурного інтелектуального капіталу, передбачає поширення різних комуніка-

Таблиця 2

Номери тверджень в анкеті, які визначають типи корпоративних культур за їхніми ознаками
[The numbers of questionnaire statements determining the types of corporate culture based on their features]

ційних каналів, заснованих на активній безпосередній міжособистісній взаємодії працівників, для ефективності та доступності якої активно використовують як соціальні, так і інформаційно-комунікаційні технології. Навчання на підприємстві відбувається безперервно на робочому місці, часто проводять тренінги та семінари, використовують системи електронного навчання. Зміст професійного навчання на підприємстві тісно пов'язаний із робочими завданнями та ґрунтується на попередньому досвіді, накопиченому організацією.

Із метою визначення найбільш поширеного типу корпоративної культури на підприємствах м. Харкова в роботі застосовано метод експертного опитування на основі анкетування працівників. Базою дослідження обрано такі промислові підприємства, як: ПАТ "Харківхолодмаш", ПАТ "НВП Теплоавтомат", ПАТ "Електромашина", ДНВП "Об'єднання Комунар", ДП "Завод імені В. О. Малишева", ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство", ДП "Харківський машинобудівний завод "ФЕД".

Експертами стали по 20 працівників із кожного підприємства, яким було запропоновано висловити ступінь згоди або незгоди із запропонованими твердженнями, відповідно до наведеної шкали від 1 бала (що означає повну незгоду із твердженням) до 5 балів (повна згода із твердженням). Наведені в анкеті твердження спрямовано на визначення ступеня вияву ознак (мета обміну знаннями, засоби та канали передавання інформації, особливості професійного навчання працівників) за кожним із чотирьох типів корпоративної культури. Структуру анкети, тобто розподіл тверджень, відповідно до ознак кожного типу корпоративної культури, наведено в табл. 2.

Ознаки типу корпоративної культури	Номери запитань, спрямовані на визначення типів корпоративної культури			
	традиційної культури	веб-культури	культури професійних співтовариств	культури, орієнтованої на знання
Мета обміну знаннями	1–2	3–4	5–6	7–8
Засоби й канали передавання інформації та знань	9–10	11–12	13–14	15–16
Особливості професійного навчання працівників	17–18	19–20	21–22	23–24

Таким чином, той тип корпоративної культури, який набрав за результатами опитування найбільший середній бал, є таким, що переважає на підприємстві. Еталонним у цьому випадку є максимальне значення ступеня вираженості корпоративної культури, орієнтованої на знання. Виходячи зі структури анкети, таке значення дорівнює п'яти балам (у тому разі, якщо всі ознаки корпоративної культури, орієнтованої на знання, максимально виражені). Результати опитування експертів щодо того, якою мірою на кожному з підприємств наявні ознаки кожного з типів корпоративної культури, наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Узагальнені результати опитування експертів щодо вияву ознак різних типів корпоративної культури на досліджуваних підприємствах
[The generalized results of the expert survey as to identification of the features of various corporate culture types at the enterprise under study]

Назви підприємств	Середня кількість балів за кожною з ознак за різними типами корпоративної культури за результатами узагальнення відповідей експертів															
	Традиційна корпоративна культура				Веб-культура				Культура професійних співтовариств				Культура, орієнтована на знання			
	Мета обміну знаннями	Засоби та канали комунікацій	Особливості професійного навчання	Середнє значення за ознаками	Мета обміну знаннями	Засоби та канали комунікацій	Особливості професійного навчання	Середнє значення за ознаками	Мета обміну знаннями	Засоби та канали комунікацій	Особливості професійного навчання	Середнє значення за ознаками	Мета обміну знаннями	Засоби та канали комунікацій	Особливості професійного навчання	Середнє значення за ознаками
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ПАТ "Харківхолодмаш"	3,7	4,7	4,9	4,4	2,1	1,2	1,1	1,4	1,5	2,7	3,3	2,5	1,3	1	1,1	1,1
ПАТ "НВП Теплоавтомат"	4,1	3,9	4,5	4,2	2,3	1,1	1,1	1,5	1,8	2,5	3,5	2,6	1,4	1,1	1,2	1,2
ПАТ "Електромашина"	2,9	3,1	3,1	3,0	3,2	2,1	1,9	2,4	3,4	3,1	3,7	3,4	2,1	1,8	2,0	1,9
ДНВП "Об'єднання Комунар"	2,1	2,9	3,0	2,7	1,9	1,7	1,2	1,6	3,2	3,4	3,5	3,4	2,4	1,9	2,1	2,1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ДП "Завод ім. В. О. Малишева"	2,7	3,1	3,5	3,1	2,4	1,9	1,1	1,8	3,5	3,6	3,4	3,5	2,9	1,7	2,2	2,3
ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство"	1,8	2,4	2,3	2,1	3,4	2,5	2,9	2,9	3,9	4,1	4,5	4,2	3,1	2,1	1,8	2,3
ДП "Харківський машинобудівний завод "ФЕД"	1,9	2,1	2,2	2	3,6	2,6	3,1	3,1	4,1	3,8	4,3	4	3,4	2,7	2,1	2,7

На основі наведених узагальнених результатів опитування може бути розраховано показник типу корпоративної культури підприємства (ПКК).

Для розрахунку ПКК доцільно виконати такі кроки:

по-перше, на основі отриманих значень ступеня вияву ознак кожного з чотирьох типів корпоративної культури побудувати у відповідній системі координат чотирикутники, які символізують типи корпоративної культури підприємства та поєднання ознак різних типів корпоративної культури. Визначити геометричні центри цих чотирикутників;

по-друге, визначити відстань, на якій знаходяться геометричні центри від еталонного значення корпоративної культури, орієнтованої на знання. Слід зауважити, що, якщо виконати позиціонування чотирьох типів корпоративної культури на площині так, то можна побачити, що найбільша відстань від еталона буде в тому разі, якщо геометричний центр буде збігатися з точкою, яка символізує максимальне значення вираженості традиційної корпоративної культури. Ця відстань в умовних балах буде становити 10 балів. Отже, чим менша ця відстань, тим ближче до еталона знаходиться корпоративна культура підприємства;

по-третє, провести нормалізацію отриманих значень відстаней від еталона в межах шкали від 0 до 10, таким чином, що чим меншою буде відстань від еталона, тим вище значення надають цьому підприємству за показником корпоративної культури.

На рис. 1 – 7 графічно зображено, що кожне з підприємств характеризується особливим поєднанням різних типів корпоративної культури.

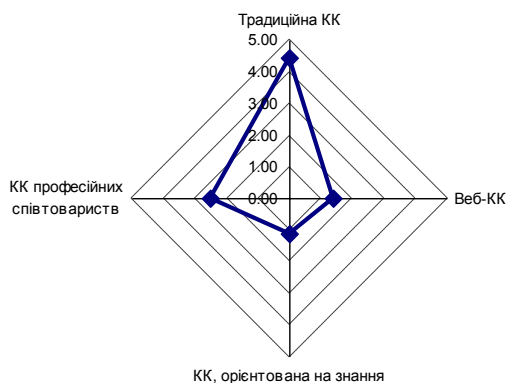


Рис. 1. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ПАТ "Харківхолодмаш"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the JSC "Kharkivkholodmash"]

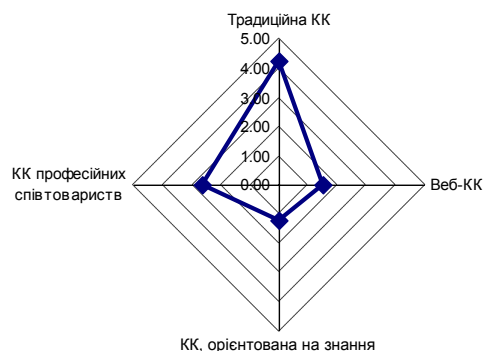


Рис. 2. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ПАТ "НВП Теплоавтомат"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the JSC "Teploavtomat"]

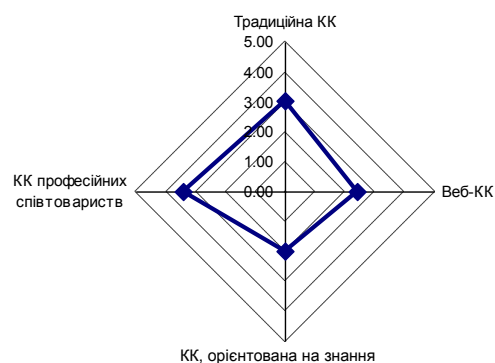


Рис. 3. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ПАТ "Електромашина"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the JSC "Electromashina"]

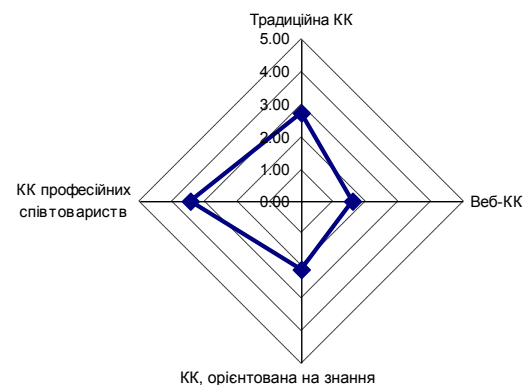


Рис. 4. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ДНВП "Об'єднання Комунар"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the PJSC "Obiednannia Komunar"]



Рис. 5. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ДП "Завод ім. В. О. Малишева"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the SE "Zavod im. V. O. Malysheva"]

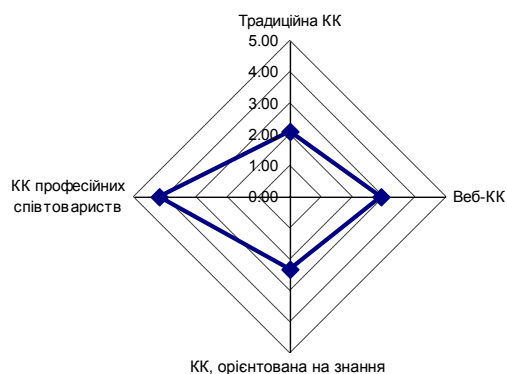


Рис. 6. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the SE "Kharkivske Derzhavne Aviatstsine Vyrobnuche Pidpriyemstvo"]

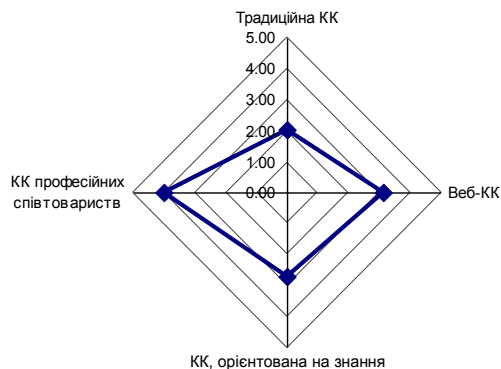


Рис. 7. Ступені вияву ознак різних типів корпоративної культури на ДП "Харківський машинобудівний завод "ФЕД"
[The degree of identification of features of various corporate culture types at the SE "Kharkivskiy mashynobudivnyi zavod "FED"]

Як видно з наведених рис. 1 – 7, традиційну корпоративну культуру найбільшою мірою виявлено на таких підприємствах, як ПАТ "Харківхолодмаш" та ПАТ "НВП Теплоавтомат", тоді як на ПАТ "Електромашина", ДНВП "Об'єднання Комунар", ДП "Завод імені В. О. Малишева", ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство", ДП "Харківський машинобудівний завод "ФЕД", переважно, виявлено ознаки корпоративної культури професійних співтовариств. Чистого типу корпоративної культури не було визначено на жодному підприємстві. Це означає, що, переважно, на сучасних підприємствах наявні ознаки різних типів корпоративної культури, проте виражені вони різною мірою. Підприємств, на яких би переважала корпоративна культура, орієнтована на знання, серед обраних для проведення дослідження не було. Проте корпоративна культура професійних співтовариств є перехідною між традиційною та орієнтованою на знання. Отже, низка підприємств перебуває на шляху до формування останньої.

Для визначення ПКК доцільно застосувати метод відстаней. На основі розрахунку відстаней від геометричних центрів чотирикутників, вершини яких знаходяться в точках, що позначають ступені вияву кожного з типів корпоративної культури, розраховують значення ПКК для кожного з досліджуваних підприємств. До того ж доцільно провести нормування значень ПКК у діапазоні від 0 до 10. Максимальне значення, яке може набрати ПКК, дорівнює 10 балів у тому випадку, коли геометричний центр фігури збігається з точкою максимального вияву ознак корпоративної культури, орієнтованої на знання. Мінімального значення ПКК набирає тоді, коли геометричний центр чотирикутника потрапляє в точку, яка символізує максимальний вияв за всіма ознаками традиційної корпоративної культури. У табл. 4 наведено розраховані значення ПКК на обраних для дослідження підприємствах.

Таблиця 4

Значення показників корпоративної культури для досліджуваних підприємств
[The importance of the corporate culture indicators for the enterprises under study]

Назви підприємств	Значення ПКК
ПАТ "Харківхолодмаш"	4, 169
ПАТ "НВП Теплоавтомат"	4, 243
ПАТ "Електромашина"	4, 739
ДНВП "Об'єднання Комунар"	4, 830
ДП "Завод ім. В. О. Малишева"	4, 783
ДП "Харківське державне авіаційне виробниче підприємство"	5, 039
ДП "Харківський машинобудівний завод "ФЕД"	5, 170

Слід звернути увагу на те, що ПКК доцільно взяти незмінним за останні 10 років, що обумовлено результатами відповідей респондентів на запитання про зміни в корпоративній культурі підприємств. Таке запитання було передбачено в анкеті та спрямовано на визначення інтенсивності змін у корпоративній культурі за роками. До того ж враховували лише відповіді респондентів, які працюють на підприємстві 10 років і більше, оскільки корпоративна культура формується впродовж певного часу й не може змінюватися дуже швидко. Визначені

результати відповідей респондентів ще раз підтвердили це, оскільки від 96 до 100 % працівників досліджуваних підприємств зі стажем роботи більшим за 10 років зазначили, що за останні 10 років змін у корпоративній культурі майже не відбулося. Спираючись на такі результати опитування, доцільно взяти ПКК для кожного підприємств за постійну величину впродовж 10 років.

Залежно від того, який із типів корпоративної культури переважає на підприємстві у процесі управління знаннями, доцільно застосовувати різні управлінські заходи.

Найбільшою мірою цілям управління знаннями відповідає тип корпоративної культури, орієнтованої на знання. Отже, доцільно розглянути управлінські заходи, які сприятимуть переходу до формування корпоративної культури, орієнтованої на знання, від інших типів корпоративних культур [20; 21]:

під час переходу від веб-культури: виявлення провідних фахівців, експертів та визначення їхнього рівня володіння інформаційними технологіями, із метою оцінювання ступеня їхнього включення до обміну знаннями в корпоративній мережі; планування та організація групового навчання; проведення відеоконференцій, заснованих не тільки на використанні інформаційно-комунікаційних технологій, але й на соціальній взаємодії, стимулювання працівників до створення робочих груп, участі у співтовариствах професіоналів у межах підприємства;

під час переходу від корпоративної культури професійних співтовариств: здійснення інформатизації, переважно, з акцентом на придбання соціально орієно-

ваного програмного забезпечення; організація руху інформаційних потоків, подолання психологічних бар'єрів, які виникають у працівників, у зв'язку з необхідністю в освоєнні нових технологій, навчанні працівників роботи з новим програмним забезпеченням;

під час переходу від традиційної корпоративної культури: комбінація двох груп заходів, наведених раніше.

Серед універсальних управлінських заходів, які доцільно застосовувати, із метою формування корпоративної культури, орієнтованої на знання, на особливу увагу заслуговують: аудит знань; побудова карт знань; ідентифікація ключових організаційних компетентностей; підвищення довіри та прихильності працівників, які беруть участь в обміні знаннями; погодження організаційної структури, із метою управління знаннями, яка, у свою чергу, має відповідати стратегічним цілям підприємства; організація роботи в командах; заохочення творчих підходів.

На рис. 8 наведено описані раніше етапи методичного підходу до визначення типів корпоративної культури у процесі управління знаннями підприємства.

Практичне значення цього методичного підходу полягає в тому, що він надає змогу обґрунтовано впроваджувати заходи з управління знаннями на основі визначення ступеня вияву різних типів корпоративної культури, що забезпечить підвищення ефективності процесів створення, обміну, поширення та застосування організаційних знань, із метою підвищення конкурентоспроможності підприємства та розвитку його ключових компетентностей.



Рис. 8. Етапи методичного підходу до визначення типу корпоративної культури у процесі управління знаннями підприємства
[The stages of the methodical approach to determining the corporate culture type in the enterprise knowledge management]

Запропоновані в роботі етапи методичного підходу до визначення таких типів корпоративної культури, що є найбільш вираженими на підприємстві, становлять інструмент оцінювання корпоративної культури у процесі управління знаннями підприємства, який надає змогу обґрунтовано застосовувати відповідні управлінські заходи щодо розвитку корпоративної культури, орієнтованої на знання. Подальші дослідження, пов'язані з удосконаленням оцінювання корпоративної культури підприємств, доцільно присвятити визначенню кількісного впливу елементів корпоративної культури, орієнтованої на знання, на формування інтелектуального капіталу та інтелектуальних активів підприємства.

Література: 1. Wiig K. M. Knowledge management foundations: thinking about thinking. How people and organizations create, represent and use knowledge / K. M. Wiig. – Arlington : Schema Press, 1993. – 471 p. 2. Rugles R. The State of Notion: Knowledge Management in Practice / R. Rugles // California Management Review. – 1998. – Vol. 40, No. 3. – P. 80–89. 3. Giannetto K. Knowledge Management Toolkit: A Resource for Creating Policy and Strategy, with Practical Guidance for Managing Knowledge at All Levels within the Organization / K. Giannetto, A. Wheeler. – Indiana : Gower, 2000. – 113 p. 4. Rumizen M. C. The complete idiot's guide to knowledge management / M. C. Rumizen. – Indianapolis, IN : Alpha, 2001. – 315 p. 5. Bukowitz W. The knowledge management fieldbook / W. Bukowitz, R. Williams. – London : FT Press, 1999. – 384 p. 6. Skyrme D. Knowledge Management: Oxymoron or Dynamic Duo / D. Skyrme // Managing Information. – 1997. – Vol. 4, No. 7. – P. 16–18. 7. Jennex M. E. Knowledge Management / M. E. Jennex // International Journal of Knowledge Management. – 2003. – No. 6. – P. 32. 8. Frappaolo C. Knowledge Management: From Terra Incognita to Terra Firma / C. Frappaolo, W. Toms // The knowledge management yearbook 1999 / J. W. Cortada, J. A. Woods (Eds.). – Boston : Butterworth-Heinemann, 2000. – P. 381–388. 9. Shein E. The Corporate Culture Survival Guide: Sense and Nonsense About Culture Change / E. Shein. – San Francisco : Jossey-Bass, 1999. – 224 p. 10. Cameron K. S. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework / K. S. Cameron, R. E. Quinn. – San Francisco : Jossey-Bass, 2006. – 242 p. 11. Sharp C. A. Evaluation of "Organisational Culture" Change by Computer Aided Text Analysis / C. A. Sharp // Paper presented to the Second Annual Conference of the United Kingdom Evaluation Society, London, September 19 – 20, 1996. – P. 1–26. 12. Leidner D. The Role of Culture in Knowledge Management: A Case Study of Two Global Firms / D. Leidner, M. Alavi, T. Kayworth // International Journal of e-Collaboration. – 2006. – No. 2 (1). – P. 17–40. 13. The Analysis of Organizational Culture and Structure as a Basis for the Implementation of Knowledge Management / E. Hartlieb, M. Leber, J. Tupping, R. Willfort // Intellectual Capital and Knowledge Management Proceedings of the 5th International Conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska 18 – 20 November, 2004. – Congress Centre Bernardin Portorož, Slovenia. – Edited by Zvone Vodovnik. – P. 171–179. 14. Rogel Ch. 12 Attributes to Evaluate Your Organization Culture [Electronic resource] / Ch. Rogel. – Access mode : <https://www.decisionwise.com/12-attributes-to-evaluate-your-organization-culture/>. 15. Barney J. Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? / J. Barney // The Academy of Management Review. – 1986. – No. 11(3). – P. 656–665. 16. Deal T. E. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life / T. E. Deal, A. A. Kennedy. – NY : Basic Books, 2000. – 232 p. 17. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede. – NY : McGraw-Hill, 2010. – 576 p. 18. Blake R. R. The Managerial Grid / R. R. Blake, J. S. Mouton. – Houston, Tex : Gulf Publishing, 1994. – 350 p. 19. European Guide to Good Practice in Knowledge Management. Part 2. Organizational Culture. – Brussels : European Committee for Standardization, 2004. – 53 p. 20. Мартиненко М. В. Розвиток системи організаційних знань: професійно-освітній аспект : монографія / М. В. Мартиненко. – Харків : ФОП Александрова К. М., 2016. – 344 с. 21. Martynenko M. V. Formation of Organisational Knowledge in Ukrainian Enterprises on the Basis of Internal Communications / M. V. Martynenko // Economics & Sociology. – 2015. – Vol. 8, No. 1. – P. 88–105.

References: 1. Wiig K. M. Knowledge management foundations: thinking about thinking. How people and organizations create, represent and use knowledge / K. M. Wiig. – Arlington : Schema Press, 1993. – 471 p.

2. Rugles R. The State of Notion: Knowledge Management in Practice / R. Rugles // California Management Review. – 1998. – Vol. 40, No. 3. – P. 80–89. 3. Giannetto K. Knowledge Management Toolkit: A Resource for Creating Policy and Strategy, with Practical Guidance for Managing Knowledge at All Levels within the Organization / K. Giannetto, A. Wheeler. – Indiana : Gower, 2000. – 113 p. 4. Rumizen M. C. The complete idiot's guide to knowledge management / M. C. Rumizen. – Indianapolis, IN : Alpha, 2001. – 315 p. 5. Bukowitz W. The knowledge management fieldbook / W. Bukowitz, R. Williams. – London : FT Press, 1999. – 384 p. 6. Skyrme D. Knowledge Management: Oxymoron or Dynamic Duo / D. Skyrme // Managing Information. – 1997. – Vol. 4, No. 7. – P. 16–18. 7. Jennex M. E. Knowledge Management / M. E. Jennex // International Journal of Knowledge Management. – 2003. – No. 6. – P. 32. 8. Frappaolo C. Knowledge Management: From Terra Incognita to Terra Firma / C. Frappaolo, W. Toms // The knowledge management yearbook 1999 / J. W. Cortada, J. A. Woods (Eds.). – Boston : Butterworth-Heinemann, 2000. – P. 381–388. 9. Shein E. The Corporate Culture Survival Guide: Sense and Nonsense About Culture Change / E. Shein. – San Francisco : Jossey-Bass, 1999. – 224 p. 10. Cameron K. S. Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework / K. S. Cameron, R. E. Quinn. – San Francisco : Jossey-Bass, 2006. – 242 p. 11. Sharp C. A. Evaluation of "Organisational Culture" Change by Computer Aided Text Analysis / C. A. Sharp // Paper presented to the Second Annual Conference of the United Kingdom Evaluation Society, London, September 19 – 20, 1996. – P. 1–26. 12. Leidner D. The Role of Culture in Knowledge Management: A Case Study of Two Global Firms / D. Leidner, M. Alavi, T. Kayworth // International Journal of e-Collaboration. – 2006. – No. 2 (1). – P. 17–40. 13. The Analysis of Organizational Culture and Structure as a Basis for the Implementation of Knowledge Management / E. Hartlieb, M. Leber, J. Tupping, R. Willfort // Intellectual Capital and Knowledge Management Proceedings of the 5th International Conference of the Faculty of Management Koper, University of Primorska 18 – 20 November, 2004. – Congress Centre Bernardin Portorož, Slovenia. – Edited by Zvone Vodovnik. – P. 171–179. 14. Rogel Ch. 12 Attributes to Evaluate Your Organization Culture [Electronic resource] / Ch. Rogel. – Access mode : <https://www.decisionwise.com/12-attributes-to-evaluate-your-organization-culture/>. 15. Barney J. Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? / J. Barney // The Academy of Management Review. – 1986. – No. 11(3). – P. 656–665. 16. Deal T. E. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life / T. E. Deal, A. A. Kennedy. – NY : Basic Books, 2000. – 232 p. 17. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind / G. Hofstede. – NY : McGraw-Hill, 2010. – 576 p. 18. Blake R. R. The Managerial Grid / R. R. Blake, J. S. Mouton. – Houston, Tex : Gulf Publishing, 1994. – 350 p. 19. European Guide to Good Practice in Knowledge Management. Part 2. Organizational Culture. – Brussels : European Committee for Standardization, 2004. – 53 p. 20. Martynenko M. V. *Rozvytok systemy orhanizatsiynykh znan: profesiino-osvitnii aspekt : monohrafiya* [Development of the organization knowledge system: professional and educational aspect : monograph] / M. V. Martynenko. – Kharkiv : FOP Alexandrova K. M., 2016. – 344 p. 21. Martynenko M. V. Formation of Organisational Knowledge in Ukrainian Enterprises on the Basis of Internal Communications / M. V. Martynenko // Economics & Sociology. – 2015. – Vol. 8, No. 1. – P. 88–105.

Інформація про автора

Мартиненко Марина Вікторівна – д-р екон. наук, доцент, професор кафедри економіки, управління підприємствами та логістики Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, м. Харків, Україна, 61166, e-mail: mrmartynenko@gmail.com).

Інформація об авторе

Мартыненко Марина Викторовна – д-р екон. наук, доцент, професор кафедри економіки, управління підприємствами та логістики Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (просп. Науки, 9-А, г. Харків, Україна, 61166, e-mail: mrmartynenko@gmail.com).

Information about the author

M. Martynenko – Doctor of Sciences in Economics, Associate Professor of the Department of Economics, Enterprise Management and Logistics of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9-A Nauky Ave., Kharkiv, Ukraine, 61166, e-mail: mrmartynenko@gmail.com).

Стаття надійшла до ред.
10.03.2017 р.

ЕКОНОМІКА РОЗВИТКУ

ЭКОНОМИКА РАЗВИТИЯ

ECONOMICS OF DEVELOPMENT

Поштова адреса

засновника:

61166, Україна, м. Харків, просп. Науки, 9-А

Головний редактор **Пономаренко В. С.**

Конт. телефон: (057) 702-03-04

Заступник головного редактора **Пилипенко А. А.**

Конт. телефон: (057) 702-18-30 (дод. 3-07)

E-mail: aapil@ukr.net

Науковий редактор **Гонтарева І. В.**

Конт. телефон: (057) 702-18-34

E-mail: ed@hneu.edu.ua

Відповідальний редактор **Оленич М. М.**

Конт. телефон: (057) 702-07-38

E-mail: vydav@hneu.edu.ua

Поштова адреса

редакції:

61166, Україна, м. Харків, пров. Інженерний, 1-А, 1 під'їзд

E-mail: vydav@hneu.edu.ua

Конт. тел. (057) 702-07-28 (дод. 2-57)

Редактори: **Доценко О. Г., Зобова З. В.**

Випусковий редактор **Новицька О. С.**

Комп'ютерне верстання **Вяткіної О. С.**

Підп. до друку 17.03.2017 р. Формат 60 × 90 1/8. Папір офсетний.

Ум. друк. арк. 12,5. Обл.-вид. арк. 15,75. Зам. № 409.

Свідоцтво видавця про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ХК № 76 від 20.02.2003 р.

Для листів – 61050, Харків, а/с 870

Виготівник – ФОП Здоренко М. І., Україна, 61136, м. Харків, вул. Гвардійців Широнінців, 50, корп. В, к. 21
