

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ**

**ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ**  
**науково-виробничий журнал**

**№ 2 (10), 2013**

Луганськ 2013

**ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ  
РЕФОРМ**  
№ 2 (10) 2013  
НАУКОВО-ВИРОБНИЧИЙ ЖУРНАЛ

ЗАСНОВАНО У 2010 РОЦІ

Засновник Східноукраїнський  
національний університет імені  
Володимира Даля

Журнал зареєстровано в Міністерстві  
юстиції України

Свідоцтво про державну реєстрацію  
друкованого засобу масової інформації  
Серія КВ № 19842-642 ПР  
від 19.03.2013 р.

ISSN 2221-8440

**TIME DESCRIPTION OF ECONOMIC  
REFORMS**  
№ 2 (10) 2013  
THE SCIENTIFIC AND PRODUCTION  
JOURNAL  
WAS FOUNDED IN 2010

Founder Volodymyr Dahl East Ukrainian  
National University

Registered by  
the Ministry of Justice of Ukraine

Registration Certificate  
КВ № 19842-642 ПР  
dated 19.03.2013

ISSN 2221-8440

**Журнал внесено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть  
публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів  
доктора та кандидата наук (економічні науки).**

**Постанова президії ВАК України від 31 травня 2011 р. № 1-05/5  
Бюлетень ВАК № 7, 2011 р.**

**Журнал індексується міжнародною наукометричною базою –  
Російським індексом наукового цитування (РІНЦ)  
Ліцензійна угода № 210-04/2013 від 25 квітня 2013 р.**

**Головний редактор:** Калінеску Т. В., докт. екон. наук, проф. (Україна).  
**Відповідальний секретар:** Ліхоносова Г. С., канд. екон. наук (Україна).

**Редакційна колегія:** Бобильова А.З., докт. екон. наук, проф. (Російська Федерація);  
Даніч В.М., докт. екон. наук, проф. (Україна); Житна І.П., докт. екон. наук, проф.  
(Україна); Житний П.Є, докт. екон. наук, проф. (Україна); Заблодська І.В., докт. екон.  
наук, проф. (Україна); Закжевський Ю., канд. екон. наук (Польща); Йонова І., канд. екон.  
наук, доц. (Болгарія); Костирко Л.А., докт. екон. наук, проф. (заступник головного  
редактора) (Україна); Левашова Л., канд. екон. наук (Польща); Рамазанов С.К., докт. екон.  
наук, докт. техн. наук, проф. (голова редакційної колегії) (Україна); Третяк В.В., докт.  
екон. наук, проф. (Україна); Чиж В.І. докт. екон. наук, проф. (Україна).

**Відповідальний за випуск:** Рамазанов С. К., докт. екон. наук, докт. техн. наук, проф. (Україна).

Рекомендовано до друку Вченою радою Східноукраїнського національного  
університету імені Володимира Даля (протокол № 9 від 31 травня 2013 р.).

Відповідальність за достовірність фактів, цитат, власних імен, географічних назв,  
назв підприємств, організацій, установ та іншої інформації несуть автори статей.  
Висловлювані у статтях думки можуть не співпадати з точкою зору редакційної колегії  
та не покладають на неї ніяких зобов'язань.

Передруки і переклади дозволяються лише за згодою авторів та редакційної колегії.

ISSN 2221-8440

© Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, 2013  
© Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, 2013

*Номер пропонує***БЛОГ ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА****Калінеску Т. В.**

«Перші ювілеї та відмітки на шляху до визнання» \_\_\_\_\_ 5

**ТЕМАТИЧНІ РУБРИКИ**• **Економіка та підприємництво****Абрамова А. С.**

Необхідність та проблематика забезпечення сприятливих умов діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу в Україні \_\_\_\_\_ 6

**Брікман Т. О.**

Перспективи розвитку державно-приватного партнерства \_\_\_\_\_ 12

**Дубовиков М. М.**

Математична модель інноваційної економіки \_\_\_\_\_ 21

**Жариков В. В., Жариков А. Р.**

Менеджмент нововведень в IT-сфері на прикладі створення віртуального бізнес-інкубатора «Еврика» \_\_\_\_\_ 29

**Ліхонцова Г. С.**

Рациональний егоїзм сталого розвитку України \_\_\_\_\_ 35

• **Податки та бюджетна політика****Калінеску Т. В., Децик Ю. Г.**

Оподаткування страхової діяльності в Україні: сучасні проблеми і тенденції \_\_\_\_\_ 43

**Кирилов О. Д.**

Соціально-психологічні аспекти формування податкових взаємовідносин \_\_\_\_\_ 48

**Недобєга О. О.**

Митна політика України в умовах інтеграції: сутність і функції \_\_\_\_\_ 52

**Романовська Ю. А., Сирова Д. С.**

Податкові пільги як інструмент регулювання соціально-демографічної політики України \_\_\_\_\_ 57

• **Фінанси та банківська справа****Goncharov V., Rakhmetulina Zh.**

Financial funding of risks within the program of self-insurance \_\_\_\_\_ 62

**Костак З. Р.**

Аналіз сучасного стану депозитної бази вітчизняних банків \_\_\_\_\_ 67

• **Управління сучасним підприємством****Лисенко І. О.**

Сутність і значення рекламної діяльності в комплексі маркетингових комунікацій підприємства \_\_\_\_\_ 74

**Снопенко Г. Г.**

Економічний аспект: превентивний захист в системі загроз економічної безпеки підприємства \_\_\_\_\_ 82

• **Соціальна економіка****Гузь Л. А.**

Періодизація розвитку інформатизації та її соціальної спрямованості в Україні \_\_\_\_\_ 88

**Серікова О. М.**

Аудит системи мотивації персоналу \_\_\_\_\_ 95

**Штапаук Г. П.**

Створення механізмів реалізації соціальної політики підприємств у стратифікованому суспільстві \_\_\_\_\_ 102



• **Міжнародні економічні відносини**

**Биханова А. С.**

Развитие и поддержка малого предпринимательства в республике Казахстан \_\_\_\_\_ 110

**Мадиярова Э. С.**

Особенности ведения бухгалтерского учета на предприятиях  
сельского хозяйства республики Казахстан \_\_\_\_\_ 116

**Тарлопов І. О.**

Використання елементів маркетингу в експортній діяльності товаровиробників України \_120

**Чиж В. І., Бабалола І. А.**

Взаємозв'язок торгового кредиту та прибутковості фірм Нігерії \_\_\_\_\_ 127

• **Економіка регіону**

**Гончаров С. В.**

Регіональні проблеми та особливості розвитку аграрного підприємництва  
в сільській місцевості \_\_\_\_\_ 133

**Мартинович В. Г.**

Використання інформаційного потенціалу економіки України: регіональний аспект \_\_\_\_\_ 140

**НОВИНИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

Підсумки проведення III-ї Міжнародної науково-практичної конференції студентів,  
аспірантів і молодих вчених

"Проблеми глобалізації та моделі стійкого розвитку економіки", м. Луганськ, Україна\_\_\_\_ 147

На базі Євпаторійського відділення Кримського факультету

Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля  
відбувся Кримський пул міжнародних науково-практичних конференцій \_\_\_\_\_ 148

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ РЕКОМЕНДУЄ**

Нові видання економічної літератури \_\_\_\_\_ 149

**РЕЦЕНЗІЇ**

Соціальне страхування : навчальний посібник

/ Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. М. Антіпов \_\_\_\_\_ 151

**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ**

152

**ВИМОГИ**

щодо змісту та оформлення статей до науково-виробничого журналу  
«ЖУРНАЛ ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ»



## **ПЕРШІ ЮВІЛЕЇ ТА ВІДМІТКИ НА ШЛЯХУ ДО ВИЗНАННЯ**

Шановні читачі! Ви перегорнули сторінки вже 10 видання нашого журналу. Може хтось скаже, що це незначний відрізок часу, щоб підводити якісь підсумки, але вони є: за два роки ми стали не тільки визнаним в Україні фаховим журналом, але й внесені вже до науково-метричних видань інших країн. Маємо статус міжнародного журналу і це підтверджується тими зв'язками і публікаціями, що ми маємо з багатьох Європейських та країн Південного Сходу. Ми невпинно рухаємось вперед, розширюємо коло наших читачів, авторів й прихильників тих ідей, що намагаємось донести через сторінки нашого журналу.

Безумовно, не з кожною публікацією можна погодитись, або не кожному думку можна брати за основу майбутніх дій, але ми намагаємося бути демократичними і прислухатись до кожної нової, може і не зовсім, прийнятної ідеї. Хоча, ми вже й досягли деяких вершин, але не має ще тієї «зіркової хвороби», що мають деякі наукові видання, що вже десятки років несуть у маси наукові думки та є противниками інакомислячих.

Ми дуже вдячні кожному відгуку на наші публікації, бо якщо їх читають, навіть, сприймають у негативному кольорі, то значить все що робилося до цього – має сенс!

І надалі будемо підтримувати молодих вчених, що намагаються змінити наші підходи, погляди на життя, розвиток економічних, політичних й демократичних основ держави. Але не будемо забувати й про досвід тих, що вже мають й знають, що треба сказати й куди слід направити усі наші зусилля щодо перетворення на краще нашого життя не тільки у найближчому середовищі, але у державі чи світі. Тому девіз, що запропонував Антуан де Сент-Екзюпері через дії свого героя у «Маленькому принці», а саме – «встав з ранку, умився, привів себе у порядок, то слідом необхідно привести у порядок свою планету» - буде і надалі основою нашого життя!

Так що працюємо разом і далі! І запрошуємо усіх до спільної роботи над кардинальними змінами у нашому житті. Сподіваємося, що наше видання буде корисне не тільки для тих, хто несе «розумне, добре і вічне», а і тим, хто може й хоче щось сказати чи підказати відповідь на одвічне питання – що треба робити?!

Дякуємо усім нашим читачам і авторам за підтримку, вимогливість, доброзичливість і прихильність до нашого журналу. І сподіваємось що й 100 випуск ми зустрінемо разом!

Головний редактор науково-виробничого журналу «Часопис економічних реформ»



Т. В. Калінеску



УДК 338. 242

АБРАМОВА А. С.

**НЕОБХІДНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМАТИКА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПРИЯТЛИВИХ УМОВ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

У статті аргументовано значення малого та середнього бізнесу для економіки країни, виявлено базові проблеми та труднощі їх господарської діяльності, узагальнено системні ризики, які протидіють подоланню перешкод та запропоновано власний підхід щодо реалізації заходів покращення бізнес-середовища малого та середнього бізнесу в Україні. Зосереджено увагу на перегляді програм і напрямків підтримки суб'єктів малого та середнього бізнесу як в регіональному аспекті, так і на загальнодержавному рівні, враховуючи подані пропозиції

**Ключові слова:** малий та середній бізнес, бізнес-середовище, системні ризики, інструменти комплексної підтримки.

**Постановка проблеми.** Україна переживає нині досить непростий період, перебуваючи на стадії глобальної перебудови економічних та соціальних відносин, зумовленої структурними змінами міжнародних позицій та новими вимогами світової економіки. За таких умов зміцнення економічної бази можливо завдяки вирішенню проблем створення нових робочих місць, закріплення лідируючих позицій національних товаровиробників як на вітчизняному, так і на світовому ринках. Тому підґрунтям наступних змін повинно стати зміцнення фундаменту діяльності малого та середнього бізнесу як результативного засобу оздоровлення та посилення позицій національної економіки, адже малі та середні підприємства в більшій мірі здатні реагувати на коливання ділової активності, забезпечуючи економіці додаткову стабільність.

Однак, для того, щоб малий і середній бізнес дійсно вніс очікуваний макроекономічний внесок у розвиток країни, він має бути ефективним і довгостроковим на мікроекономічному рівні, а державний комплексний підхід на чолі з такими інструментами впливу, як сприятливе та надійне законодавство, результативна фінансово-кредитна підтримка, консультування можуть забезпечити ефективність функціонування українського бізнесу.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання місця малого і середньо-

го бізнесу в сучасній економіці розглядаються в наукових роботах як українських, так і зарубіжних вчених, а саме: Я.В. Белінської, Л. Д. Буряка, З.С. Варналія, С. Г. Дриги, Я. А. Жаліло, Д. В. Ляпіного, С. К. Реверчука, Р. А. Слав'юка та інших. Необхідність та проблематика сприяння діяльності малого та середнього бізнесу є об'єктом дослідження українських та зарубіжних вчених: О. М. Біломістного, І. Г. Климової, М. М.Хаїта, А. І. Шпинової та інших.

Розробка ефективної програми заходів сприяння діяльності малого бізнесу в Україні на всіх етапах його життєвого циклу і надалі залишається сферою досліджень представників наукової спільноти та практичних діячів України.

**Мета статті** полягає в аргументації необхідності підтримки малого та середнього бізнесу в Україні, у виявленні проблемних сторін сприяння його діяльності та формування пропозицій щодо розробки дієвого комплексу заходів подолання існуючих труднощів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В сучасних умовах господарювання малий та середній бізнес необхідно досліджувати не по відношенню до самого себе, а по лінії вмонтованості його в економічну систему, в аспекті його різноманітних зв'язків та взаємозалежністю з економічною системою в цілому і у взаємодії з усіма її елементами, адже функціонування



даних суб'єктів призводить до істотних якісних змін в структурі економіки, до створення реального конкурентного середовища, насичення ринку товарами та послугами, до закріплення податкової бази бюджету, зростання зайнятості, підвищення частки виробленої ними продукції (робіт, послуг) у ВВП тощо.

Сьогодні з впевненістю можна стверджувати, що глибинну сутність малого та середнього бізнесу визначають економічні відносини, які виникають між державою та відповідними суб'єктами, при цьому кожен з них відстоює свої інтереси: держава вбачає в суб'єктах малого та середнього бізнесу можливість вирішення поточних та стратегічних економічних та соціальних проблем, а суб'єкти господарювання планують примножувати власні доходи, при цьому нехтуючи довгостроковою стратегією зростання [1, с. 36].

В Україні діяльність суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема, малих та середніх підприємств регулюється Конституцією України, Господарським, Цивільним, Податковим кодексами України та іншими нормативно – правовими актами. Однак, донедавна в країні не було чітко регламентовано визначення груп даних суб'єктів і лише з прийняттям Закону України „Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні” [2], вперше закріплено визначення суб'єктів мікропідприємництва та уточнено поняття малого та великого підприємства.

Здійснивши критичний аналіз положень нормативно – правових актів та тверджень науковців вважаємо за необхідне відмітити той факт, що нині відбувається ототожнення понять „бізнес” і „підприємництво”. На нашу думку, підприємництво – це, насамперед, категорія бізнесу, а саме поняття „бізнес” є дещо ширшим, адже на відміну від підприємницької діяльності представляє собою складні соціально – економічні відносини, які виникають між різними учасниками ринку і поєднує не лише підприємців, а й споживачів, найманих працівників, представників держави та інших учасників в процесі отримання підприємницького інтересу / доходу (прибут-

ку).

В сучасних реаліях господарювання необхідність сприяння діяльності малого та середнього бізнесу в Україні зумовлена базовими його недоліками та перешкодами розвитку. Аналізуючи стан функціонування суб'єктів даного бізнесу, відзначено труднощі, які пов'язані з недосконалістю вітчизняної політики їх підтримки та розвитку і проявляються в адміністративних та інституційних бар'єрах. В свою чергу стан боротьби з корупцією та захист суб'єктів малого та середнього бізнесу від кримінальних структур бажає кращого. Реєстрація та ліцензування, недостатня дієвість нормативно – правових актів, які часто суперечать один одному і не сприяють мінімізації витрат та розширенню ринків збуту продукції, постійні зміни умов оподаткування, рівень податкового навантаження та нескінченність перевірок контролюючих органів, проблеми доступу до наукових розробок, недостатнє інформаційне забезпечення, використання тіньових ресурсів та залежність від великих підприємств чи держави – з однієї сторони, а також інтуїтивний характер, низький рівень спеціалізації і некомпетентність менеджерів, відсутність соціальної захищеності та використання неформальної зайнятості населення – з іншої, доповнюють перелік таких негативних впливів [3, с.13].

Глобальною для суб'єктів малого та середнього бізнесу нині представляється нестача власних фінансових ресурсів для започаткування бізнесу та розширення обсягів діяльності. Встановлено, що більшість з них розпочинають власний бізнес з незначних особистих заощаджень та заощаджень родичів, друзів. Про те і в подальшому перед ними постає завдання постійного пошуку джерел залучення фінансових ресурсів, яке супроводжується труднощами доступу до банківських кредитних ресурсів та фінансових засобів небанківських фінансово-кредитних установ та організацій, адже в сучасних умовах ведення бізнесу більшість з них вдається залучити саме великим підприємствам, які з огляду на фінансове становище видаються більш платоспроможними та надійними [4, с. 28]. Ще більше пригнічує фінансове становище





малого та середнього бізнесу той факт, що сьогодні в Україні майже не реалізуються програми їх мікрокредитування, а кредитно-гарантійна схема сприяння розвитку існує формально, адже попередні спроби запуску даного механізму не увінчалися успіхом.

З негативною критикою необхідно підходити до аналізу результативного функціонування інфраструктури підтримки малого та середнього бізнесу, адже вона сама по собі є примітивною інтерпретацією зарубіжного досвіду та схеми побудови органів підтримки та сприяння діяльності сектору малого та середнього бізнесу. За таких обставин вести мову про її ефективність надто рано. Загострює ситуацію недостатньо дієва система інформаційного забезпечення, яка повинна забезпечувати постійний розгалужений потік інформації щодо змін законодавства, альтернативні пропозиції бізнес-партнерів, програми сприяння доступу до фінансових ресурсів як вітчизняного, так і іноземного походження та згуртування української спільноти навколо реалізації системних економічних реформ в країні в цілому [5, с. 127].

Крім того, вагомою проблемою для українських підприємств залишається слабкий розвиток реального сектору економіки, адже частка інноваційних підприємств та тих, які випускають наукомістку продукцію, досить мала. Частка капітальних інвестицій малих та середніх підприємств становить 52,5% у 2010 році, та все ж в структурі інвесторів переважають підприємства, які займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом та наданням послуг (91,7%), фінансовою діяльністю (82,6%), готельним та ресторанним бізнесом (80,8%). За таких умов, на нашу думку, проблемою для країни залишається досить мала частка малих та середніх підприємств, які функціонують в наукомістких та передових галузях економіки (транспорт та зв'язок (16,8%), промисловість (19,7%), освіта (40%), адже саме ці галузі є базисом для розвитку конкурентоспроможної ринкової економіки України [6].

Коментувати причини несприятливого бізнес-середовища можна довго, але ко-

реним даної проблеми, на нашу думку, є формальний характер державної підтримки малого та середнього бізнесу, який аж ніяк не стимулює і не сприяють розвитку [7, с.10]. А що вже говорити про фінансову складову, коли пошук, боротьба за фінансові ресурси, складність процесу кредитування суб'єктів малого та середнього бізнесу стають важливою перешкодою на шляху започаткування підприємницької діяльності та подальшого її процвітання. При цьому складно вести мову про розвиток в Україні даного бізнесу як стратегічного напрямку економічної політики в умовах модернізації вітчизняної економіки, її наближення до передових світових стандартів, адже малий та середній бізнес не є повноцінним рушієм економічного зростання [8, с. 42].

Продемонстроване вище становище повинно спонукати владні кола до розробки дієвої комплексної стратегії підтримки та розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу, а прийнятий Закон України „Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні” повинен стати міцним підґрунтям майбутніх перетворень.

Однак, на нашу думку, необхідно зробити деяке уточнення. В рамках якісного підходу щодо визначення категорій суб'єктів малого та середнього бізнесу згідно чинного законодавства постає ряд питань, пов'язаних з невизначеністю видів діяльності, якими має право займатися суб'єкт господарювання та доходом від такої діяльності. За таких умов, на нашу думку, даний нормативно – правовий акт може призвести до певної дискримінації умов функціонування, адже є „зеленим світлом” для високорентабельних, специфічних видів діяльності та суб'єктів господарювання, засновниками яких є великі підприємства тощо. Крім того, оскільки даним законом передбачено різногалузеву підтримку мікро-, малих, середніх та великих підприємств, необхідно пильно стежити за тим, щоб більшість фінансових ресурсів не переливалися у великі підприємства, цим самим обмежуючи суб'єктів малого та середнього бізнесу у складних умовах доступу до фінансових ресурсів.





З огляду на проблематику обраного дослідження, вважаємо за необхідне запропонувати комплексну програму заходів, направлену на врегулювання проблем сприяння діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу в Україні. Перш за все, необхідно удосконалити нормативно-правове забезпечення діяльності даних суб'єктів господарювання, аналітичні та організаційні складові супроводження їх діяльності, а на регіональному рівні здійснювати постійний моніторинг ефективності діяльності малих та середніх підприємств, їх економічного та податкового потенціалу в цілому [9, с. 14].

Не менш важливу увагу необхідно приділяти створенню промислових кластерів за участю суб'єктів малого та середнього бізнесу як форми інтеграції з великим бізнесом, направленої на підвищення конкурентоспроможності в умовах світової глобалізації та забезпечення економічної безпеки в країні та на регіональному рівні.

По-друге, спрямовувати зусилля на підвищення рівня престижу ведення підприємницької діяльності, зокрема, організації малого та середнього бізнесу шляхом організації проведення як регіональних, так і національних грандів, ресурси яких будуть направлені на реалізацію поставлених завдань. Не менш важлива роль при цьому повинна надаватися поширенню передової практики ведення підприємницької діяльності, організації та проведення зустрічей бізнес-партнерів з метою підписання контрактів про спільну діяльність з розширення ринків збуту продукції та залучення для співпраці інвесторів національного та міжнародного рівня.

По-третє, органам місцевого самоврядування необхідно більше уваги приділяти питанням допомоги у веденні бізнесу, зокрема покращувати майнову підтримку під час організації та ведення бізнесу шляхом запровадження пільгової оплати за використання майна та переглянути рівень оподаткування результатів діяльності суб'єктів місцевими податками та зборами шляхом пониження рівня податкового навантаження в межах граничних ставок місцевих податків і зборів.

У зв'язку з труднощами працевлаш-

тування молоді доцільно акцентувати увагу на залучення її до організації малого та середнього бізнесу шляхом виховання у них сучасного бізнес-етикету, прищеплення основних засад ведення сучасної підприємницької діяльності, а також забезпечувати регулярне проведення бізнес-конкурсів задля виявлення прибуткових бізнес-проектів молодого покоління. Зокрема, необхідно поновити механізм молодіжного кредитування в Україні.

Необхідно посилити увагу з боку відповідних органів влади за удосконаленням інформаційної підтримки суб'єктів малого та середнього бізнесу шляхом підготовки кваліфікованих консультаційних центрів та їх кадрів, які будуть сприяти у здобутті знань в сфері реєстраційних та ліцензійних процедур, ведення бухгалтерського, податкового обліку, аудиту, маркетингових правил ведення бізнесу, розширювати інфраструктуру сприяння діяльності, зокрема, у напрямку правової та фінансово-кредитної їх підтримки.

По-шосте, варто переглянути та сформулювати перелік тих видів діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу, які є актуальними та важливими для зміцнення економічної бази країни, зокрема, належну увагу необхідно націлювати на підприємницьку діяльність суб'єктів господарювання в наукомістких та інноваційних сферах економіки, в сільському господарстві тощо.

Однак, таким стратегічним планам на заваді можуть стати системні та тривалі ризики, пов'язані з кризовими явищами в економіці, зміни національного законодавства в сфері підтримки малого та середнього бізнесу, зниження обсягів фінансово-кредитних ресурсів, спрямованих на фінансування згаданих суб'єктів економічних відносин, а також негативне ставлення населення до ведення підприємницької діяльності у зв'язку з глибоким розривом між рівнем доходів населення та якості їх життя [10, с. 22].

На нашу думку, головним засобом попередження виникнення таких загроз повинен бути суцільний моніторинг бізнес-середовища суб'єктів малого та середнього бізнесу на всіх рівнях, а також за-



безпечення гнучкості національної підтримки шляхом корегування програм та заходів сприяння та фінансування їх розвитку.

Проведення запропонованих заходів створить адекватні умови збільшення чисельності та якісного складу суб'єктів малого та середнього бізнесу, сприятиме створенню нових та збереженню вже існуючих робочих місць, забезпечить мотивацію до ефективної самозайнятості населення, в тому числі у віддалених регіонах України. Всі ці чинники дозволять примножувати та удосконалювати інвестиційний та підприємницький клімат, збільшувати потік реальних інвестицій, покращувати якість обслуговування суб'єктів господарювання, що в цілому створить умови досягнення макроекономічних ефектів.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** В сучасних умовах господарювання розвиток малого та середнього бізнесу в Україні відбувається нестабільно і низькими темпами. Високий ступінь ризикованості та нестійкості, яка проявляється у обмежених можливостях протистояння деструктивним чинникам середовища і залежить від стану економіки, кон'юнктури ринку, рівня інфляції, можливості доступу до кредитних ресурсів тощо, в кінцевому підсумку впливають на ефективність діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу, результативність виробничих потужностей, стан інноваційності та асортименту якісних товарів (робіт, послуг) в Україні. А головне те, що кожен другий підприємець не дає гарантій подальшого свого функціонування в тій чи іншій сфері.

У зв'язку з таким становищем доцільно зосередити увагу на перегляді програм та напрямів підтримки суб'єктів малого та середнього бізнесу як в регіональному аспекті, так і на загальнодержавному рівні, враховуючи представлені вище пропозиції.

### Література

1. Дрига С.Г. Мале підприємництво України: становлення, механізм управління та підтримки: Монографія. – К.: 2009. – 442 с.
2. Про розвиток та державну під-

тримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22 березня 2012 року №4618-VI: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http // Ліга : Еліт Закон Copyright : ІАЦ «Ліга»](http://liha.com.ua). – 2012.

3. Абрамова І.М. Проблеми розвитку малого підприємництва в Україні / І.М. Абрамова // Фінанси України. - 2010. – №4. – С. 12 – 17.

4. Буряк Л.Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі : навч. посіб. / Л.Д. Буряк. – К. : Вид-во "КНЕУ", 2007. – 423 с.

5. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: Монографія. – Львів: Арал, 2008. – 384 с.

6. Жук І.М. Діяльність суб'єктів господарювання / За ред. І.М. Жук // Статистичний збірник. 2010 рік. Державна служба статистики України. – 2011. – С. 453.

7. Ключко Ю.О. Проблеми малого бізнесу в Україні / Ю.О. Ключко // Економіка України. – 2010. – № 1. – С. 8 – 12.

8. Жаліло Я. А. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України : аналіт. доп. / Я. А. Жаліло, Д. В.Ляпін, Я. В. Белінська. – К.: НІСД, 2010. – 72 с.

9. Демченко А. Адаптація малого та середнього бізнесу до господарювання в умовах кризи / А. Демченко // Вісник. – 2010 – №2. – С.13 – 14.

10. Дрига С.Г. Економічний стан підприємництва в Україні / С.Г. Дрига // Інвестиції: практика та досвід. – 2010. - № 1. – С. 18 – 23.

### References

1. Dryha S.H. Male pidpryyemnytstvo Ukraïny: stanovlennya, mekhanizm upravlinnya ta pidtrymky: Monohrafiya. – K.: 2009. – 442 s.

2. Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i seredn'oho pidpryyemnytstva v Ukraïni : Zakon Ukraïny vid 22 bereznya 2012 roku №4618-VI: [Elektronnyÿ resurs]. – Rezhym dostupu : [http // Liha : Elit Zakon Soruright : IATS «Liha»](http://liha.com.ua). – 2012.



3. Abramova I.M. Problemy rozvytku maloho pidpryyemnytstva v Ukraїni / I.M. Abramova // *Finansy Ukraїny*. - 2010. - №4. - S. 12 – 17.

4. Buryak L.D. Finansovyı menedzhment u malomu biznesi : navch. posib. / L.D. Buryak. – K. : Vyd-vo "KNEU", 2007. – 423 s.

5. Vasyl'tsiv T.H. Ekonomichna bezpeka pidpryyemnytstva Ukraїny: stratehiya ta mekhanizmy zmitsnennya: Monohrafiya. – L'viv: Aral, 2008. – 384 s.

6. Zhuk I.M. Diyal'nist' sub'yektiv hospodaryuvannya / Za red. I.M. Zhuk // *Statystychnyı zbirnyk. 2010 rik. Derzhavna sluzhba statystyky Ukraїny*. – 2011. – S. 453.

7. Klochko YU.O. Problemy maloho biznesu v Ukraїni / YU.O. Klochko // *Ekonomika Ukraїny*. – 2010. – № 1. – S. 8 – 12.

8. Zhalilo YA.A. Mekhanizmy rozvytku pidpryyemnytstva v umovakh postkryzovo-ho vidnovlennya ekonomiky Ukraїny : analit. dop. / YA.A. Zhalilo, D.V.Lyapin, YA.V. Belin-s'ka. – K.: NISD, 2010. – 72 s.

9. Demchenko A. Adaptatsiya maloho ta seredn'oho biznesu do hospodaryuvannya v umovakh kryzy / A. Demchenko // *Visnyk*. – 2010 –№2.–S.13 – 14.

10. Dryha S.H. Ekonomichnyı stan pidpryyemnytstv v Ukraїni / S.H. Dryha // *Investytsii: praktyka ta dosvid*. - 2010. - № 1. - S. 18-23.

**Абрамова А. С.**

**Необходимость и проблематика обеспечения благоприятных условий деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в Украине**

В статье аргументировано значение малого и среднего бизнеса для экономики страны, определены базовые проблемы и трудности их хозяйственной деятельности, обобщены системные риски, которые противодействуют преодолению препятствий и предложенный собственный подход к реализации мероприятий по улучшению бизнес-среды малого и среднего бизнеса в Украине. Сосредоточено внимание на пересмотре программ и направлений поддержки субъектов малого и среднего бизнеса как в региональном аспекте, так и на общегосударственном уровне, учитывая представленные предложения.

*Ключевые слова:* малый и средний бизнес, бизнес-среда, системные риски, инструменты комплексной поддержки.

**Abramova A.**

**Necessity and problems securing favorable conditions of subjects of small and medium business in Ukraine**

The paper investigated the importance of small and medium businesses to the country economy, it revealed the basic problems and difficulties of their economic activity, system risks that counteract overcoming obstacles are generalized and their own approach to implement measures for improvement of the business environment for small and medium business in Ukraine are offered. Focused attention on the revision of programs and areas of support for small and medium-sized businesses in the regional aspect, and on the national level, taking into account the proposals.

*Keywords:* small and medium businesses, business environment, system risks, comprehensive support tools.

**Рецензент:** Комарницький І. Ф. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Загальноекономічні дисципліни» Буковинського державного фінансово-економічного університету, м. Чернівці, Україна.

**Reviewer:** Komarnickiy I. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of General Discipline Department Bukovina State Finance and Economics University, Chernovtsy, Ukraine.

*e-mail:* bdfa\_zed@mail.ru

*Стаття подана*  
11.03.2013 р.



## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

На основі порівняльного аналізу досвіду державно-приватного партнерства у розвинених країнах та Україні визначено перспективи його розвитку в контексті забезпечення інтересів держави і приватного сектору. Розкрито основні форми і ознаки державно-приватного партнерства в розвинених країнах. Виявлено низку важливих проблем розвитку державно-приватного партнерства в Україні та обґрунтовано шляхи їх вирішення.

**Ключові слова:** державно-приватне партнерство, інтереси, форми, суб'єкти, програми підтримки, заходи.

**Постановка проблеми.** На даному етапі розвитку економіки державна підтримка є одним з ключових факторів досягнення успіху проектів державно-приватного партнерства (ДПП). Необхідність фінансової підтримки проектів ДПП обумовлено наступним: перевищення середніх постійних витрат проти змінних, невисока рентабельність проектів, пов'язана з їх довгостроковим використанням, неможливість рефінансування, довгостроковий термін реалізації проектів, підвищені ризики. Відсутність єдиної системи управління і дублювання управлінських функцій в цій сфері різними органами – це одна з причин, що стримує розвиток системи ДПП в Україні. Налагодження ефективного діалогу і взаємодії бізнесу та влади потребує визначених норм поведінки, в тому числі формалізованих (податкові, екологічні, трудові зобов'язання) і неформалізованих (прийняття додаткових форм соціальної відповідальності). Саме державно-приватне партнерство здатне забезпечити залучення в національні проекти суб'єктів підприємництва. В цьому зв'язку першочерговим завданням є підвищення привабливості всіх механізмів державно-приватного партнерства, серед яких вдосконалення нормативно-правової та методичної бази, забезпечення збалансованості інтересів органів державної влади і приватних інвесторів і впровадження нових інструментів фінансування проектів ДПП.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження теоретико-методологічних аспектів механізму державно-приватного партнерства як фактора

розвитку інноваційної економіки знайшло відображення у працях Алпатова А.А., Варнавського В.Г., Варналія З., Геєця В.М., Жаліло Я.А., Кабашкіна В.А., Казанцева А.К., Коммонса Дж., Максимова В.В., Михеева О.Л., Норда Д. Науковий аналіз проблеми державно-приватного партнерства як форми реалізації моделі змішаної економіки і перспектив його розвитку розглядається в дослідженнях Делмона Дж., Диніна Є.А., Зельднера А.Г., Клінова М., Кліфтона І., Конліна Ф., Нордхауса В.Д., Самуельсона П.А. Питання щодо формування організаційно-правового і фінансового механізмів державно-приватного партнерства в контексті реалізації інфраструктурних проектів висвітлені в працях А.В. Рамана, А. Харіса, А. Есташа, Дж.В. Бьоркмана, Дж. Стронга, М. Сінгха, М. Ромеро, М. Джерарда. Незважаючи на наявність наукових робіт в цій сфері, мають місце розбіжності при визначенні сутності механізму державно-приватного партнерства, складу елементів та способів його реалізації. Науково-методичного обґрунтування потребує вибір форм та інструментів механізму ДПП.

**Метою статті** є дослідження проблем та розкриття перспектив розвитку механізму державно-приватного партнерства.

**Виклад основний матеріал дослідження.** Найбільшого розповсюдження концепція ДПП досягла в країнах з розвинутою ринковою економікою із сталими традиціями взаємодії державного і приватного секторів (рис. 1). В міжнародній практиці термін «державно-приватне партнерство» (ДПП) використовується як ос-



новоположене визначення механізму співпраці державного і приватного секторів з метою забезпечити фінансування, планування, виконання і експлуатацію об'єктів, виробництв і надання послуг державного сектора [1, с. 1].

Згідно з Законом України «Про державно-приватне партнерство» державно-приватне партнерство—співробітництво між державними партнерами (державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування) та приватними партнерами (юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями), що здійснюється на основі договору в по-

рядку, встановленому законодавчими актами [2]. Відповідно з цим до суб'єктів ДПП відносяться: органи виконавчої влади усіх рівнів; Рада міністрів, міністерства і відомства Автономної Республіки Крим (АРК); органи місцевого самоврядування; суб'єкти підприємництва приватної форми власності, їх асоціації; комерційні фонди; об'єднання громадян, що не мають основною метою одержання прибутків, громадські організації, їх спілки та асоціації, у тому числі некомерційні благодійні фонди. Водночас, законодавством ЄС передбачено спеціальне утворення у формі юридичної особи за участю публічного і приватного партнерів, включно з фінансовими інституціями та неурядовими організаціями, у тому числі у формі кластерів.

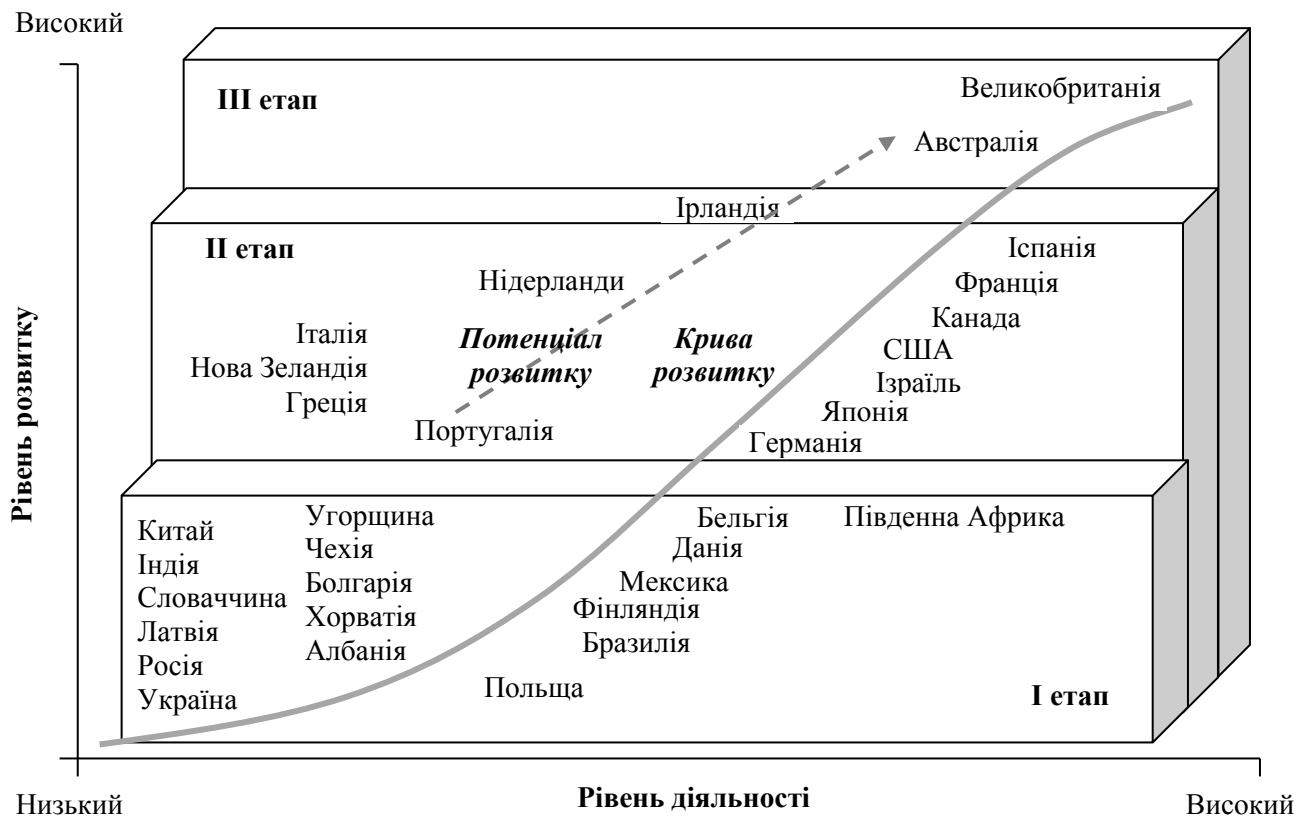


Рис. 1. Крива розвитку державно-приватного партнерства

В 2011-2012 рр. в Україні було створено спеціалізовані органи, відповідальні за реалізацію ДПП [3]:

- Департамент інвестиційно-інноваційної політики та розвитку державно-приватного партнерства Міністерства

- економічного розвитку і торгівлі України;
- Український центр сприяння розвитку публічно-приватного партнерства;
- Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України;





- структурні підрозділи обласних державних адміністрацій та органів місцевого самоврядування;

- громадські організації, які надають підтримку розвитку ДПП.

Капітал структури, діяльність якої базується на ідеях ДПП, формується об'єднанням державних ресурсів (бюджетних коштів, державного майна у вигляді акцій, прав, цінних паперів, ресурсів, отриманих за рахунок реалізації державного майна) та власності приватних структур (капіталів, засобів виробництва, машин, обладнання, акцій тощо) [4, с. 511]. Ключовими ознаками ДПП є:

- забезпечення кращих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж при здійсненні діяльності без залучення приватного партнера;

- довготривалість відносин (від 5 до 50 років);

- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі державно - приватного партнерства;

- внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

При схожості багатьох позицій, в

організації ДПП в різних країнах існують і певні відмінності. Так, у Великобританії при виборі приватного партнера проводиться три окремі конкурси (на проектування, будівництво та управління), у Франції існує єдиний конкурс на всі види робіт або послуг. Практика застосування ДПП у ряді західноєвропейських країн показує, що даний механізм використовується в сферах, де держава і бізнес мають взаємодоповнюючі інтереси (рис. 2), але при цьому не в змозі діяти самостійно і незалежно один від одного. Влада зацікавлена в збільшенні надходжень до бюджету за рахунок податків, а бізнес – у розвитку виробничої і соціальної складової суспільства, створенні сприятливих умов для подальшого розвитку, зростанні прибутку, закріпленні на ринку та розширенні сфери діяльності. Спільними інтересами держави і приватного сектору є орієнтири соціально-економічного розвитку, формування сприятливого середовища життєдіяльності і господарської активності. Слід зазначити, що партнерство виключає одностороннє домінування, ігнорування інтересів тієї або іншої сторони.



Рис. 2. Інтереси учасників державно-приватного партнерства

За формою та ознакою основного правового документа, що опосередковує відносини між партнерами, розрізняють [5]:

а) договірне ДПП, засади якого закріплені чинною нормативно-правовою базою, та його модифікації (концесійне,



орендне, лізингове) щодо розподілу продукції, державних закупівель, управління державним майном, спільної діяльності. Так, найбільш поширеними формами ДПП,

реалізованими в процесі підготовки і проведення Євро-2012, були державні закупівлі, концесійні угоди та договори оренди;

Т а б л и ц я 1

**Основні форми державно-приватного партнерства в розвинених країнах  
(складено автором за [1, с. 109-110; 3])**

Форма ДПП	Характеристика
“Придбання – будівництво – експлуатація” (“Buy – Build – Operate”) (BBO))	Передача державної власності приватному партнеру на умовах контракту, згідно з яким майно повинно бути модернізоване та експлуатуватися протягом встановленого терміну. Державний контроль здійснюється протягом терміну дії контракту про передачу майна у власність
“Будівництво – володіння – експлуатація” (“Build – Own – Operate”) (BOO))	Приватне підприємство фінансує, будує, володіє та експлуатує споруду, або надає послуги на основі безстрокового володіння або оренди. Державні обмеження встановлюються в контракті постійно діючою установою
“Будівництво – володіння – експлуатація – передача” (“Build – Own – Operate – Transfer”) (BOOT))	Приватне підприємство отримує франшизу на фінансування, будівництво та експлуатацію об’єкту, а також на стягнення сплати за користування на певний період, після закінчення якого право власності повертається державі
“Будівництво – оренда – експлуатація – передача” (“Build – Lease – Operate – Transfer”) (BLOT))	Приватне підприємство отримує франшизу на фінансування, проектування, будівництво та експлуатацію орендованого об’єкту, стягнення сплати за користування на період оренди із внесенням орендної плати
“Будівництво – експлуатація – передача” (“Build – Operate – Transfer”) (BOT))	Приватне підприємство проектує, фінансує і будує нову споруду на основі довгострокової концесійної угоди, та експлуатує її протягом терміну дії угоди. Після закінчення терміну дії право власності переходить до держави. Ця форма об’єднує моделі BOOT і BLOT з відмінністю щодо форми власності об’єкту
“Проектування – будівництво – фінансування – експлуатація” (“Design – Build – Finance – Operate”) (DBFO))	Приватне підприємство проектує, фінансує, будує та експлуатує новий об’єкт на основі угоди довгострокової оренди. Новий об’єкт передається державі після закінчення терміну дії оренди
“Участь у фінансуванні” (“Finance Only”)	Підприємство (організація) приватного сектору переважно з надання фінансових послуг безпосередньо фінансує проект за допомогою фінансових інструментів (випуск цінних паперів (облігацій))
“Контракт на експлуатацію та обслуговування” (“Operation & Maintenance Contract”) (O&M))	Приватна компанія згідно з умовами контракту впродовж встановленого терміну експлуатує майно, яке належить державі зі збереженням права власності за державою. Цю форму часто не розглядають як ДПП і відносять до сервісних контрактів або контрактів на обслуговування
“Проектування – будівництво” (“Design – Build”) (DB))	Приватне підприємство проектує і будує об’єкти інфраструктури на основі будівельного контракту для задоволення потреб держави в послугах, які надаються за фіксованою вартістю. Ризик перевищення бюджетних витрат покладається на приватний сектор. Подібна форма також часто не розглядається як ДПП, а як контракт на виконання державного замовлення
“Право на експлуатацію” (“Operation License”)	Приватний оператор отримує право (ліцензію) на виробництво і надання суспільної послуги на певний період. Ця форма часто застосовується в проєктах, пов’язаних з інформаційними технологіями
Концесії договірною характеру	Партнерство державного і приватного секторів базується виключно на договірних відносинах. Відповідно, приватному оператору за виконану роботу чи надані послуги гарантується винагорода від публічної організації, або безпосередніх користувачів. Концесії регулюються директивами щодо проведення публічних тендерів
Концесії інституційного характеру	Співпраця між державним і приватним сектором відбувається в межах певного інституту. Концесії охоплюють усі форми спільних підприємств державних та приватних партнерів





б) інституційне (корпоративне) ДПП, що передбачає створення і використання державним та приватним партнерами господарської організації (за їх спільної участі в останній) для реалізації проектів ДПП (акціонерні товариства, спільні підприємства, кластери). В Україні законодавством про ДПП такі форми партнерства не передбачені.

У світовій практиці виокремлюють також типи угод ДПП залежно від механізму співробітництва державних і приватних партнерів та засад їх участі у проекті. Основні форми державно-приватного партнерства в розвинених країнах наведено в табл. 1. Слід зазначити, що Європейська Комісія до ДПП відносить також концесії договірною та інституційного характеру.

У партнерстві принципово важливий цільовий вектор взаємодії влади і при-

ватного бізнесу. Згідно із Законом України «Про державно-приватне партнерство» метою ДПП є розвиток та забезпечення ефективного функціонування суспільно значущих об'єктів, а тому предметом договорів ДПП є створення, модернізація, удосконалення, обслуговування комунальної інфраструктури, автомобільних шляхів, аеропортів, навчальних закладів, установ охорони здоров'я, спортивних організацій і споруд, культурних закладів тощо [2]. В Україні за даними Світового банку у 1992 – 2011 рр. реалізовано 40 проектів ДПП, з яких 23 – у сфері енергетики, 14 – у сфері телекомунікацій, 1 – у галузі транспорту, 2 – з вдосконалення водопостачання, із загальним обсягом інвестицій – 12,13 млрд. дол. США, з яких 10,88 млрд. дол. США інвестовано в проекти з розвитку телекомунікацій (табл. 2) [6].

Т а б л и ц я 2

**Кількість проектів ДПП в Україні та обсяги інвестицій, залучених для їх реалізації за видами у 1992 – 2011 рр. (складено автором за [6])**

Сектор Вид проекту	Енергетика		Телекомунікації		Транспорт		Водопостачання		Разом	
	оди- ниць	млн. дол. США	оди- ниць	млн. дол. США	оди- ниць	млн. дол. США	оди- ниць	млн. дол. США	оди- ниць	млн. дол. США
Концесія	0	0	0	0	0	0	1	102,0	1	102,0
Роздержавлення	20	577,0	2	1572,0	0	0	0	0	22	2149,0
Екологічні проекти	3	343,0	12	9306,0	1	130,0	0	0	16	9780,0
Менеджмент, оренда та лізинг	0	0	0	0	0	0	1	100,0	1	100,0
Разом	23	920,0	14	10878,0	1	130,0	2	202,0	40	12131,0

Після створення спеціалізованого органу стимулювання розвитку ДПП – Державного підприємства «Центр розвитку публічно-приватного партнерства» і вдосконалення обліку діючих угод з ДПП, станом на червень 2012 р. зареєстровано 1756 угод ДПП, загальний обсяг інвестицій скоротився до 9,22 млрд. грн., з яких 41 % пов'язані з вдосконаленням мереж теплопостачання, 21,2 % – водопостачання, 34,0 % – з розвитком житлового господарства [3]. Таким чином, при формуванні переліку об'єктів ДПП, переважно, розглядаються об'єкти житлово-комунального господарства та об'єкти інфраструктури. Водночас, у

країнах ЄС ДПП активно налагоджується у освітній, культурній, соціальній сферах, що сприяє покращенню якості життя.

На сьогодні в Україні започатковано програми підтримки ДПП та реалізовано навчально-методичні та практичні заходи з впровадження ДПП, дієвими з яких є:

- програма міжнародної технічної допомоги «Програма розвитку державно-приватних партнерств в Україні» Агентства з міжнародного розвитку США;

- проект «Регіональне врядування та розвиток» Канадського інституту урбаністики за фінансової підтримки Канадського агентства міжнародного розвитку;



- проект «Державно-приватне партнерство: нові можливості для економічного зростання» програми «Місцевий економічний розвиток» Фонду Східна Європа.

Соціологічні оцінки підтверджують необхідність активізації інформаційно-консультаційної діяльності щодо підвищення рівня поінформованості представників влади, бізнесу, неурядових організацій щодо сутності ДПП, його переваг, форм, інститутів партнерства. За даними соціологічних досліджень «Програми розвитку державно-приватного партнерства» Агентства з міжнародного розвитку США встановлено, що [3]:

– лише 52 % опитаних представників влади, 30 % - бізнесу та 32 % - неурядових організацій розуміють сутність ДПП;

– не знають про Закон України «Про державно-приватне партнерство» 59 % опитаних представників влади, 78 % - бізнесу та 71 % - неурядових організацій; лише 4 % опитаних детально ознайомлені з цим законом, а 24 % - про нього лише знають;

– всього 33 % опитаних назвали орган, відповідальний за реалізацію ДПП;

– 78 % респондентів не володіють інформацією про успішний приклад реалізованих проектів ДПП;

– до найвагоміших перешкод реалізації ДПП відносять: відсутність взаємодії між партнерами (26 %), законодавчі та регуляторні проблеми (23 %), нестача фінансових ресурсів (23 %), недостатня мотивація представників бізнесу (8 %).

Розвиток державно-приватного партнерства в Україні стримують наступні проблеми (табл. 3): нестабільність і недосконалість вітчизняної законодавчої бази, відсутність уніфікованого прозорого механізму планування співробітництва у межах ДПП, недостатня мотивація партнерів до налагодження ДПП, відсутність актуальних баз даних щодо потенційних та діючих об'єктів ДПП.

В останні роки покращилось інституційне забезпечення ДПП, у тому

числі шляхом прийняття нормативно-правових актів, які регламентують принципи та форми ДПП, визначають вимоги до партнерів, перелік необхідних документів для укладення угод ДПП. Водночас в Україні постійно відбуваються зміни та доповнення інституційно-правового базису існування ДПП. За 2009 – 2012 рр. прийнято 18 законодавчих і нормативно-розпорядчих актів, які змінюють умови укладення договорів та реалізацію ДПП. За таких обставин потенційні партнери ДПП не можуть реально оцінювати ризики та переваги ДПП на довгострокову перспективу. Інформація для потенційних партнерів, що міститься у інформаційних джерелах Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України, визначає проекти з терміном співробітництва до чотирьох років, що також ускладнює налагодження ДПП на довгострокових засадах. Інформаційні бюлетені, інтернет-ресурс та інші офіційні джерела інформації Центру сприяння розвитку публічно-приватного партнерства, Департаменту інвестиційно-інноваційної політики та розвитку державно-приватного партнерства Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, інших органів державної та місцевої влади взагалі не містять даних щодо планованих проектів ДПП, кількості та стану реалізації укладених угод.

Системні проблеми розвитку ДПП в Україні проявились під час підготовки та проведення Євро-2012 – з державного та місцевих бюджетів планувалося витратити близько 52 %, фактично було профінансовано понад 80 % робіт [3]. Крім того, утримання, збереження і розвиток виключно за рахунок бюджетних коштів об'єктів комунальної, транспортної, спортивної інфраструктури, збудованих чи реконструйованих до Євро-2012, сприяє зростанню дефіциту як державного, так і місцевих бюджетів. Для запланованої окупності цих об'єктів за 10 років рівень завантаження є недостатнім.



**Проблеми розвитку державно-приватного партнерства в Україні та шляхи їх вирішення (складено автором за [3; 4, с. 231, 269; 7])**

Проблеми	Наслідки	Шляхи вирішення
Нестабільність і недосконалість вітчизняної законодавчої бази	Обмеження інституційних можливостей ДПП, підвищення ризику інвестицій, ускладнення процесів гарантування та дотримання умов договорів сторонами ДПП, зниження економічної безпеки співробітництва у межах ДПП	Удосконалення законодавства, що регулює та стимулює ДПП, шляхом зменшення кількості погоджувальних процедур в процесі реалізації проектів ДПП, спрощення процедури укладення договорів, посилення відповідальності сторін за виконання зобов'язань Надання можливостей створення інституційних ДПП Упорядкування сфери державних закупівель в напрямі мінімізації ризиків неефективного використання державних фінансових ресурсів
Відсутність уніфікованого прозорого механізму планування співробітництва у межах ДПП	Відсутність єдиного переліку потенційних об'єктів ДПП, уніфікованих правил розробки проектної документації, єдиних стандартів оголошення і проведення конкурсів	Вдосконалення організаційно-методичного забезпечення розробки і реалізації проектів партнерства Визначення спеціалізованих органів управління розвитком ДПП на регіональному та місцевому рівнях, їх повноважень, обов'язків та відповідальності Створення міжрегіональних координаційно-розпорядчих органів за участю державних органів влади та представників бізнесу Створення на засадах ДПП спеціалізованих лізингових центрів з метою стимулювання інвестицій в реальний сектор економіки Запровадження механізмів пайового фінансування (за участю приватних іноземних і українських фінансово-кредитних інститутів та ДБРР)
Недостатня мотивація партнерів до налагодження ДПП	Недовіра приватних партнерів до влади, високий рівень корупції, нерозвиненість інститутів, складність механізму реалізації ДПП, відсутність державних гарантій в процесі реалізації договорів ДПП, недосконалість механізмів контролю за ефективністю реалізації угод ДПП	Запровадження механізмів гарантування захисту інтересів приватних інвесторів та держави у реалізації проектів ДПП Створення можливості оцінювання вигід партнерів ДПП у середньостроковій та довгостроковій перспективах Надання державних гарантій під час реалізації проектів ДПП, створення державних гарантійно-заставних агентств Спрощення процедури укладання ДПП Розробка і впровадження механізмів мотивування держслужбовців до стимулювання створення та підвищення ефективності ДПП Активізація інформаційної діяльності щодо створення позитивного іміджу держави як партнера Анонсування переваг партнерів ДПП
Недостатнє інформаційне забезпечення розвитку ДПП	Відсутність актуальних баз даних щодо потенційних та діючих об'єктів ДПП, достовірної та регулярно оновлюваної інформації на офіційних інтернет-ресурсах органів, відповідальних за організацію ДПП	Забезпечення рівного доступу суб'єктів ДПП до необхідної інформації Оголошення конкурсів про реалізацію ДПП та надання необхідної інформації щодо участі у конкурсі в офіційних виданнях органів влади, відповідальних за організацію ДПП, з адресною розсилкою запрошень потенційним партнерам Проведення аудиту не реалізованих проектів ДПП Формування на державному, регіональному та місцевому рівнях бази проектів співробітництва



Таким чином, основними заходами підвищення ефективності взаємовідносин держави та бізнесу є удосконалення: законодавства, що регулює та стимулює ДПП; організаційно-методичного забезпечення розробки і реалізації проєктів ДПП; механізмів мотивування і стимулювання створення та підвищення ефективності ДПП; інформаційного забезпечення розвитку ДПП (табл. 3).

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Успішне використання державно-приватного партнерства є передумовою інтенсивного розвитку національної економіки. Виходячи з світового досвіду, присутність на ринку приватного капіталу призводить, по-перше, до підвищення ефективності ринку і віддачі заходів, які проводяться державними інститутами; по-друге, зниження ступеню навантаженості на бюджет; по-третє, зростання інноваційних можливостей оновлення технологій, модернізації матеріальних і трудових ресурсів. Об'єднання зусиль держави і бізнесу сприятиме зростанню темпів ВВП, ефективності управління економікою, зниженню витрат в процесі реалізації інноваційних проєктів. Сучасна форма ДПП представляє механізм, що спрямований на гармонійний розвиток економіки і гарантований захист інтересів суспільства.

Перспективами подальших досліджень є наукове обґрунтування методологічних засад формування фінансового механізму державно-приватного партнерства в ринковій економіці.

### Література

1. Практическое руководство по вопросам эффективного управления в сфере государственно-частного партнерства. – Нью-Йорк, Женева: Изд. Организации объединенных наций, 2008. – 114 с.
2. Про державно-приватне партнерство. Закон України № 2404-VI від 01.07.2010 р. // ВВР. – 2010. – №40. – С. 524.
3. Напрями розвитку державно-

приватного партнерства у реалізації потенціалу ЄВРО-2012 [Аналітична записка] / Т. Г. Васильців, А.І. Мокій, М.І. Флейчук, О. І. Дацко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1059/>

4. Україна в 2010 році: щорічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку: монографія / за заг. ред. А. В. Єрмолаєва. – К. : НІСД, 2010. – 528 с.

5. Вінник О. М. Технології державно-приватного партнерства (правові аспекти) / О. М. Вінник // Науковий журнал «Демографія та соціальна економіка» – К.: НАН України, Ін-т демографії та соціальних досліджень імені М.В. Птухи НАН України. – 2012. – № 1. – С.110-119.

6. Private Participation in Infrastructure Projects Database / The World Bank Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ppi.worldbank.org/resources/ppi\\_exploreCountry.aspx.htm](http://ppi.worldbank.org/resources/ppi_exploreCountry.aspx.htm).

7. Щодо особливостей та напрямів стимулювання інвестиційної діяльності підприємств у післякризовий період. Січень 2013 р. [Аналітична записка] / А.П. Павлюк, Н.С. Медведкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1053/>

### References

1. Practical guidance on questions of effective management in the field of state-private partnership. New York, Geneva: Publ. of United Nations, 2008. – 114 p.
2. About state-private partnership. Law of Ukraine № 2404-VI from 01.07.2010 // VVR. – 2010. – №40. – P. 524.
3. Directions of state private partnerships development in achieving EURO-2012 [Analytical message] / T.G. Vasil'civ, A.I. Mokiyy, M.I. Fleychuk, O.I. Dacko [Electronic resource]. access code: <http://www.niss.gov.ua/articles/1059/>
4. Ukraine in 2010 year: annual estimations of social, political and socio-



economic development: monograph / editor  
A. V. Ermolaeva. K. : NISD, 2010. – 528 p.

5. Vinnik O.M. Technologies of state private partnerships (legal aspects) / O.M. Vinnik // the Scientific magazine «Demography and social economy» – K.: NAN of Ukraine, In-t of demography and social researches of the name of M.V. Ptukhi NAN of Ukraine. – 2012. – № 1. – P.110-119.

6. Private Participation in Infrastructure Projects Database / The World Bank Group [Electronic resource]. access code: [http://ppi.worldbank.org/resources/ppi\\_exploreCountry.aspx.htm](http://ppi.worldbank.org/resources/ppi_exploreCountry.aspx.htm).

7. In relation to features and directions of investment activity stimulation of enterprises in after crisis period. January 2013 [Analytical message] / A.P. Pavlyuk, N.S. Medvedkova [Electronic resource]. access code: <http://www.niss.gov.ua/articles/1053/>

**Брикман Т. А.**

### **Перспективы развития государственно-частного партнерства**

На основе сравнительного анализа опыта государственно-частного партнерства в развитых странах и Украине определены перспективы его развития в контексте обеспечения интересов государства и частного сектора. Раскрыты основные формы и признаки государственно-частного партнерства в развитых странах. Выявлен ряд важных проблем развития государственно-частного партнерства в Украине и обоснованы пути их решения.

*Ключевые слова:* государственно-частное партнерство, интересы, формы, субъекты, программы поддержки, мероприятия.

**Brikman T.**

### **Prospects of state – private partnerships development**

On the basis of comparative analysis of experience state-private partnerships in the developed countries and Ukraine are curtained the prospects of its development in the context of providing of interests of the state and private sector. Basic forms and signs state-private partnerships in the developed countries are exposed. Found out the row of important problems of state-private partnerships development in Ukraine and grounded ways of its decision.

*Keywords:* state-private partnership, interests, forms, subjects, programs of support, measures.

**Рецензент:** Костирко Л. А. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Фінанси» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Kostyrko L. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Finance Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* lid\_kost@mail.ru

*Стаття подана  
13.03.2013 р.*





## МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Розроблена математична модель товарообміну вільних товаровиробників в умовах розширеного відтворення на базі математичної моделі вільного ринку, моделі економічного зростання Солоу з урахуванням впливу науково – технічного прогресу по Тімбергену і функціональній залежності показника науково – технічного прогресу відповідно до моделі, коли показник науково – технічного прогресу  $\epsilon$ , в загальному випадку, випадковою функцією і функціонально залежить від функції накопичення інформації в економічній системі; розроблено алгоритм для цієї математичної моделі товарообміну вільних товаровиробників, і він реалізований за допомогою програмного забезпечення MathCAD 14.

**Ключові слова:** показник науково - технічного прогресу, мультиплікативна виробнича функція, коефіцієнти адаптації інформації, коефіцієнти застосування інформації, закон накопичення інформації, інноваційна економіка.

**Постановка проблеми.** У неокласичній економічній теорії, яка є " головною течією " сучасної економічної науки, найзагальнішим визначенням ринку виступає дефініція його як сфери, в якій індивідууми вільно обмінюються товарами, будучи обмежені лише загальними правовими нормами, що в рівній мірі відносяться до всіх учасників [1,2, с.56, 3, с. 125]. Неокласики вважають, що ринок – це природний процес, породжений діями індивідуумів, кожний з яких переслідує свої цілі; з хаосу їх дій складається "спонтанний порядок", що забезпечує їм свободу вибору. Діаметрально протилежний тип економічної координації – не ринковий, а директивний, – відрізняється, на думку неокласиків, саме тим, що ліквідація спонтанного саморозвитку знищує і економічну свободу. Наприклад, в [4, с.153] затверджується, що ступінь прогнозування знижується в періоди хаотичної поведінки ринку, тобто в умовах ідеального вільного хаотичного стану. У роботах [5,6] розроблена математична модель і створений алгоритм, реалізований за допомогою програмного забезпечення MathCAD 14, товарообміну

вільних товаровиробників на основі апарату випадкових функцій і теорії ігор, що адекватно описує реальний вільний ринок і що дозволяє прогнозувати динаміку його змін, виходячи з його первинних характеристик. Модель розроблена для випадку нерозширеного відтворення. Вказана модель підтверджується практикою реального вільного ринку міжнародної торгівлі [7]. Тому було б актуально модернізувати цю модель для умов розширеного відтворення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Як вже указувалося в роботі [4], ступінь прогнозування знижується в періоди хаотичної поведінки ринку, тобто в умовах ідеального вільного хаотичного стану, але в роботах [5,6,8] були одержані результати, що дозволяють прогнозувати таку хаотичну поведінку вільного ринку для випадку нерозширеного відтворення в умовах вільної конкуренції.

Тому було б актуально розповсюдити викладений в цих роботах [5,6,8] підхід на випадок розширеного відтворення. Враховуючи, що науково - технічний прогрес, в економічній моделі Солоу [9], є єдиною умовою безперервного



зростання економіки і рівня життя, оскільки лише при його наявності спостерігається стійке зростання випуску продукції на душу населення, відповідно до Тімбергена [10, с. 55], враховуватимемо розширення відтворення тільки за рахунок науково – технічного прогресу.

У роботі [11] розроблена математична модель, що дозволяє визначити об'єктивний вид функції показника технічного прогресу в мультиплікативній виробничій функції економічного зростання в неокласичній моделі Роберта Солоу, вид якого співпадає із статистичним матеріалом для показника Тімбергена науково – технічного прогресу. Ця, згадана модель, указує на науково – технічний прогрес, як екзогенний чинник, який в першому наближенні не залежить від величини капіталу товаровиробника, а залежить головним чином від накопичення інформації в економічній системі. Тобто розширення відтворення капіталу відбувається, головним чином, за рахунок інновацій слабо пов'язаних з величиною капіталу у товаровиробника і конкурентного перерозподілу капіталу, відповідно до моделі [11].

**Мета роботи.** Метою роботи є побудова математичної моделі, що адекватно описує взаємодію капіталів на вільному ринку і що дозволяє прогнозувати їх зміну в умовах розширеного відтворення завдяки впровадженню інновацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Для реалізації математичної моделі, що адекватно описує взаємодію капіталів на вільному ринку в умовах ро-

зширеного відтворення за допомогою впровадження інновацій доповнимо модель [5, 6, 8] вектором розширеного відтворення, дії якого моделюватимуть функцію показника науково - технічного прогресу [11, с. 9].

$$A = \beta(t)n_0e^{\alpha(t)t}, \quad (1)$$

де  $t$  – проміжок часу, за який вивчається економічне зростання  $\alpha(t)$  – коефіцієнт адаптації інформації,  $\beta(t)$  – коефіцієнт застосування інформації,  $n_0$  - відповідає накопиченій адаптованій інформації у момент часу рівний

$t = 0$ , або цьому показнику приведеному до базового початкового періоду [11, с. 9]

$$A' = \beta e^{\alpha}, \quad (2)$$

де  $\alpha$  – коефіцієнт адаптації інформації,  $\beta$  - коефіцієнт застосування інформації.

Для простоти вважатимемо  $\alpha = 1$ , тобто інформація в системі вся адаптується і не втрачається, а  $\beta$  - рівномірно розподіленою, серед всіх товаровиробників, незалежно від величини їх капіталу, випадковою величиною. Тобто усі товаровиробники рівні до умов впровадження інновацій, а впроваджують їх лише ті, хто має змогу, що відповідає випадковому процесу впровадження інновацій.

Алгоритм вказаної математичної моделі реалізовано за допомогою програмного забезпечення MathCAD 14 [12], він приведений на рис. 1:





```

A :=
m ← 1
for m ∈ 1 .. 800
  i ← 1
  for i ∈ 1 .. 9
    j ← i + 1
    for j ∈ i + 1 .. 10
      if Ki ≤ 0 ∨ Kj ≤ 0
        Ki ← Ki + 0
        Kj ← Kj + 0
      otherwise
        if Ki ≥ Kj
          q ← 0.5 ·  $\frac{K_i}{K_i + K_j}$ 
          a ← |rbinom(1, 1, q)|
          if a > 0
            Ki ← Ki + 1
            Kj ← Kj - 1
          otherwise
            Ki ← Ki + 0
            Kj ← Kj + 0
        otherwise
          q ← 0.5 ·  $\frac{K_j}{K_i + K_j}$ 
          a ← |rbinom(1, 1, q)|
          if a > 0
            Kj ← Kj + 1
            Ki ← Ki - 1
          otherwise
            Kj ← Kj + 0
            Ki ← Ki + 0
    j ← j + 1
  i ← i + 1
  R(m) ← rbinom(10, 1, 0.1)
  W(m) ← K +  $\sum_{n=1}^m R^{(n)}$ 
m ← m + 1
W

```

Рис.1. Приклад програми для цієї математичної моделі

Нижче на рис. 2 і 3 приведені сценарії розвитку системи товаровиробників залежно від умов розширеного і нерозширеного відтворення. На рис. 2 і 3 приведені послідовні зміни розрахункової кривої Лоренца від N1(x) до N801(x) для даної моделі товаровиробників при темпах розширеного відтворення капіталу 0,0075% і 1,0188% за цикл товарообігу, пунктирні лінії – збіль-

шення диференціації товаровиробників, суцільні – зменшення диференціації з – за зростання відтворення. Для порівняння на рис. 4 приведені розрахункові криві Лоренца, для тієї ж системи товаровиробників при нерозширеному відтворенні – темп 0%. При розширеному відтворенні на осі капіталів, X приведені величини капіталів приведених до початкового капіталу.



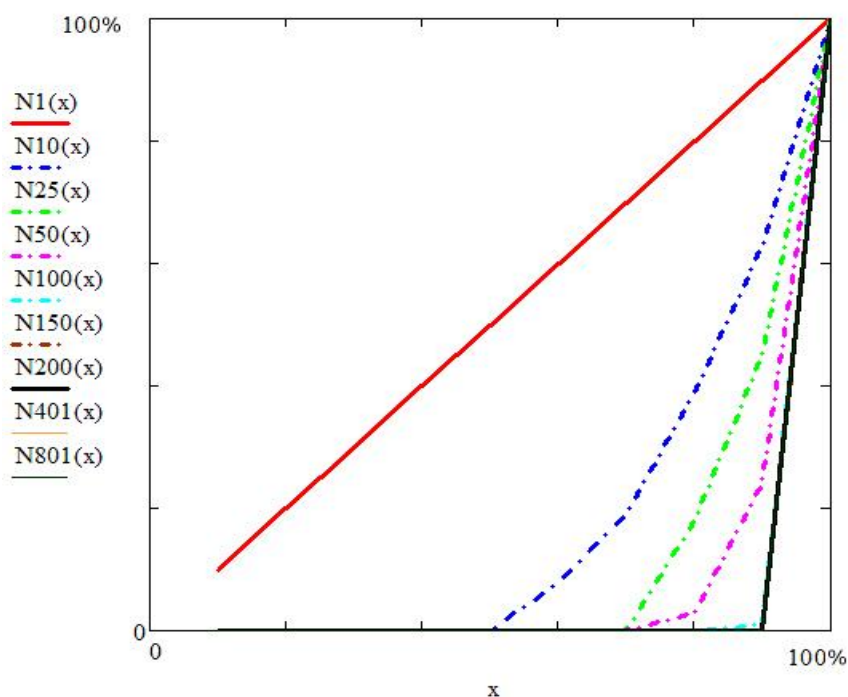


Рис. 2. Послідовна зміна розрахункової кривої Лоренца від  $N1(x)$  до  $N801(x)$  для даної моделі товаровиробників при темпі розширеного відтворення капіталу 0,0075% за цикл товарообігу, пунктирні лінії – збільшення диференціації товаровиробників, суцільні - зменшення диференціації з – за зростання відтворення. Вісь X – сумарний капітал товаровиробників, вісь Y – кількість товаровиробників

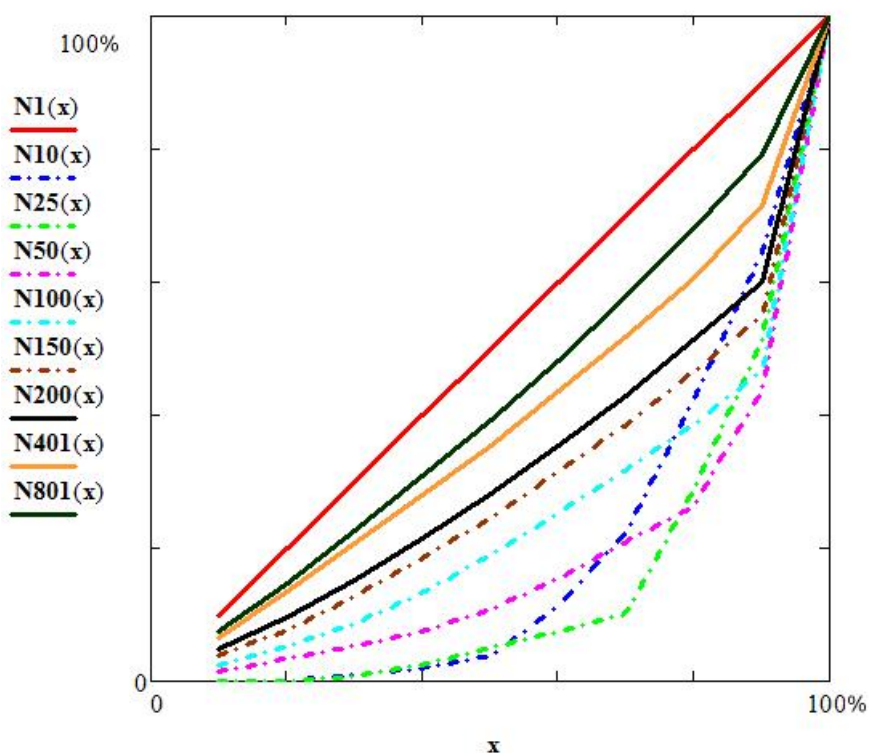


Рис.3. Послідовна зміна розрахункової кривої Лоренца від  $N1(x)$  до  $N801(x)$  для даної моделі товаровиробників при темпі розширеного відтворення капіталу 1,0188% за цикл товарообігу, пунктирні лінії – збільшення диференціації товаровиробників, суцільні - зменшення диференціації з – за зростання відтворення. Вісь X – сумарний капітал товаровиробників, вісь Y – кількість товаровиробників



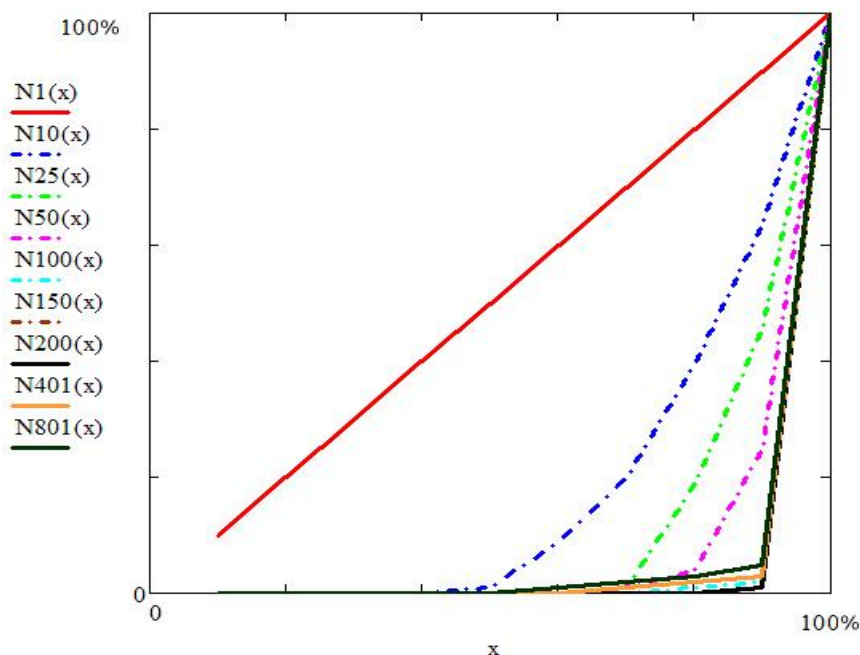


Рис. 4. Послідовна зміна розрахунковій кривій Лоренца від  $N1(x)$  до  $N801(x)$  для даної моделі товаровиробників при нерозширеному відтворенні, темп дорівнює 0%. Вісь X – сумарний капітал товаровиробників, вісь Y – кількість товаровиробників

З рис. 2, 3, 4 видно, що при низьких темпах зростання розширеного відтворення 0,0075% результати мало відрізняються від результатів нерозширеного відтворення, але при значних темпах зростання розширеного відтворення - 1,0188% процес накопичення капіталу товаровиробниками проходить дві стадії: стадію конкурентної диференціації, коли частина товаровиробників нарощують

свій капітал в ході конкурентної боротьби за рахунок капіталів інших товаровиробників, і наступну стадію, коли проходить процес конвергенції капіталів товаровиробників за рахунок інноваційного зростання капіталів товаровиробників і зменшення дисперсії капіталів в системі товаровиробників. Це добре видно на рис. 5, 6, 7.

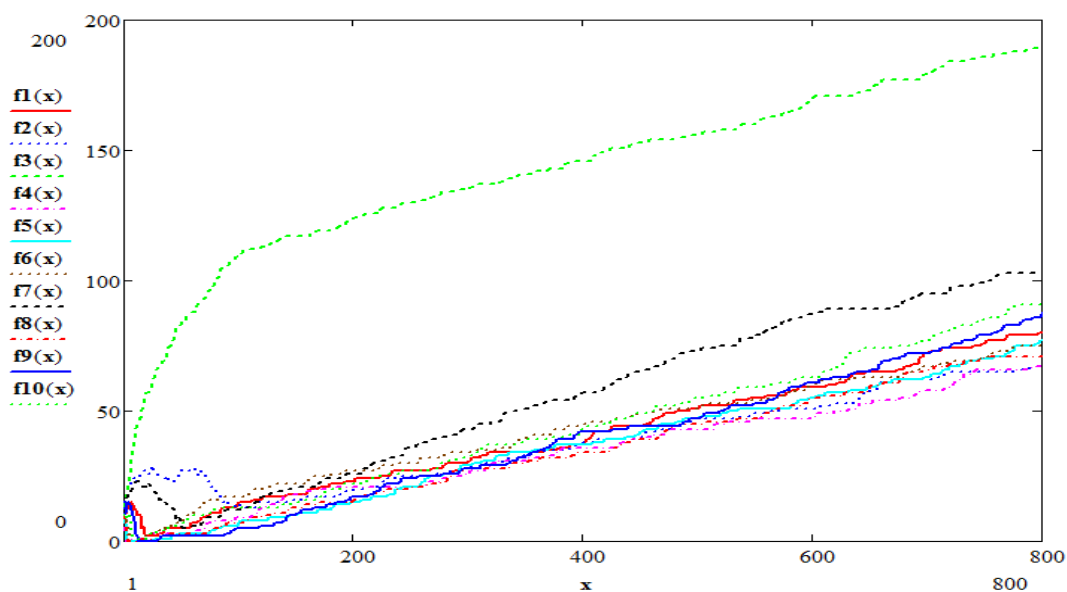


Рис. 5. Динаміка зміни системи з 10 індивідуальних капіталів:  $f1(x)$ , ..,  $f10(x)$  через 800 актів товарообміну,  $x$  при темпі розширеного відтворення капіталу 1,0188 % за цикл товарообігу



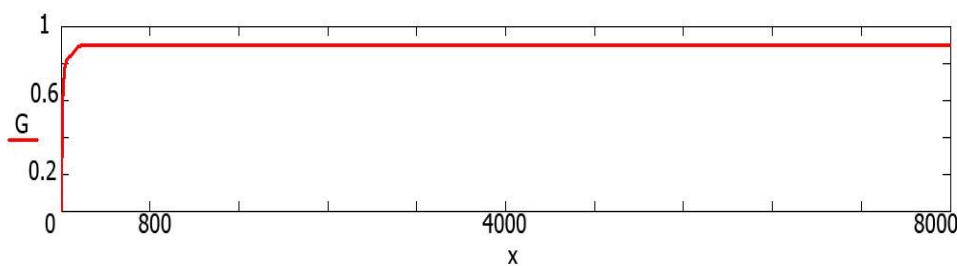


Рис. 6. Динаміка коефіцієнта Джині для випадку нерозширеного відтворення, темп дорівнює 0%, X - кількість циклів товарообігу

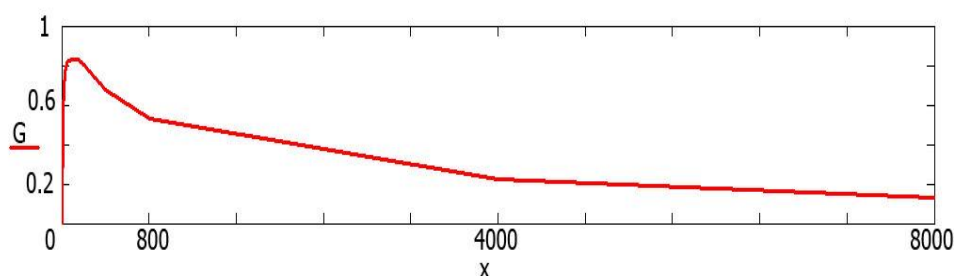


Рис. 7. Динаміка коефіцієнта Джині для випадку розширеного відтворення капіталу 1,0188% за цикл товарообігу, X - кількість циклів товарообігу

### Висновки та перспективи подальших досліджень.

1. Розроблена математична модель товарообміну вільних товаровиробників в умовах розширеного відтворення на базі математичної моделі вільного ринку [5], моделі економічного зростання Солю [9] з урахуванням впливу науково – технічного прогресу по Тімбергену [10] і функціональній залежності показника науково – технічного прогресу відповідно до моделі [11].

2. Розроблено алгоритм для цієї математичної моделі товарообміну вільних товаровиробників, і він реалізований за допомогою програмного забезпечення MathCAD 14.

3. З розробленої моделі видно, що, при низьких темпах зростання розширеного відтворення, результати, мало відрізняються від результатів моделі нерозширеного відтворення [5], але при значних темпах зростання розширеного відтворення процес накопичення капіталу товаровиробниками проходить дві стадії: стадію конкурентної диференціації, коли

частина товаровиробників нарощують свій капітал за рахунок конкурентної боротьби, за рахунок капіталів інших товаровиробників, і наступну стадію, коли проходить процес конвергенції капіталів товаровиробників за рахунок інноваційного зростання капіталів товаровиробників і зменшення дисперсії капіталів в системі товаровиробників.

4. Розроблена математична модель інноваційної економіки, яка відтворює економічну систему з перманентною конкуренцією між товаровиробниками із спонтанною демонополізацією за наявності стійкого науково - технічного прогресу в економіці.

### Література

1. Отличия рыночного обмена от других форм обмена. [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/RINOK.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/RINOK.html)
2. Лившиц А.Я. Введение в рыночную экономику: Курс лекций.– М., 1991.– 248 с.

3. Самуэльсон П.Э., Нордхауз В.Д. Экономика. – М.: Вильямс, 2000. – 688 с.

4. Теплов С.Е. Исследование и разработка модели спекулятивной торговли и применение гипотезы фрактального рынка капиталов: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.13 / Теплов Сергей Евгеньевич, Москва, 2007. - 231 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dissland.com/catalog/256799.html>

5. Дубовиков Н.М. Математическая модель дифференцирования капиталов товаропроизводителей на свободном рынке // Моделирование и информатизация социально-экономического развития Украины. Сб. науч. раб., 2009 - №10. – С. 196 – 202.

6. Дубовиков М.М. Розробка алгоритму математичної моделі диференціювання капіталів товаровиробників на вільному ринку/ М.М. Дубовиков // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. – Луганськ: вид-во СЛУ ім. В.Даля, 2011-4(40). – с. 139-142.

7. The World Bank: World Development Indicators, 7 October 2009. - [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info>

8. Dubovikov N. M. Mathematical Model of the Open Market //Економічний вісник Донбасу, 2011, № 4 – с. 33 - 37

9. Солоу Р. Перспективы теории роста // Мировая экономика и международные отношения. 1996. № 8 – с. 25-32.

10 Тинберген Я., Бос Х. Математические модели экономического роста. Пер. с англ. – М.: Изд – во «Прогресс», 1967 – 176 с.

11. Дубовиков М. М. Визначення об'єктивного виду функції багатofакторної продуктивності праці//Часопис економічних реформ науково-виробничий журнал, 2012, № 4(8), с. 6 -10.

12.Макаров Е.Г. Инженерные расчеты в MathCAD.Учебный курс. СПб. – Питер, 2005 – 448с.

## References

1. Otlichija rynochnogo obmena ot drugikh form obmena. [http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye\\_nauki/ekonomika\\_i\\_pravo/RINOK.html](http://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/ekonomika_i_pravo/RINOK.html)

2. Livshic A.JA. Vvedenie v rynochnuju ehkonomiku: Kurs lekcij.– М., 1991.– 248 s.

3. Samuehl'son P.EH., Nordkhauz V.D. Ehkonomika. – М.: Vil'jams, 2000. – 688 s.

4. Teplov S.E. Issledovanie i razrabotka modeli spekuljativnoj trgovli i primenenie gipotezy fraktal'nogo rynka kapitalov: dissertacija ... kandidata ehkonomicheskikh nauk: 08.00.13 / Teplov Sergej Evgen'evich, Moskva, 2007. - 231 s. [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <http://www.diJAland.com/catalog/256799.html>

5. Dubovikov N.M. Matematicheskaja model' differencirovanija kapitalov tovaroproizvoditelej na svobodnom rynke. //Modelirovanie i informatizacija social'no-ehkonomicheskogo razvitija Ukrainy. Sb. nauch. rab. 2009. - №10. 196 – 202.

6. Dubovikov M.M. Rozrobka algoritmu matematichno modeljo diferencjojuvannja kapjotaljov tovarovirobnikjov na vjol'nomu rinku/ М.М. Dubovikov // Upravljonnja proektami ta rozvitok virobnictva: Zb.nauk.pr. – Lugans'k: vid-vo SNU jom.. V.Dalja, 2011-4(40). – s. 139-142.

7. The World Bank: World Development Indicators, 7 October 2009. - [Elektronnij resurs] – Rezhim dostupu: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-gni/rating-countries-gni-info>

8. Dubovikov N. M. Mathematical Model of the Open Market <[http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Evd/2011\\_4/3.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Evd/2011_4/3.pdf)>//vjosnik Donbasu , 2011, № 4 – с. 33 - 37

9. Solou R. Perspektivy teorii rosta // Mirovaja ehkonomika i mezhdunarodnye otnoshenija. 1996. № 8 – с. 25-32.



10 Tinbergen JA., Bos KH. Matematicheskie modeli ehkonomicheskogo rosta. Per. s angl. – M.: Izd – vo «Progress», 1967 – 176 s.

11. Dubovikov M. M. Vznachennja ob'ktivnogo vidu funkcjo bagatofaktorno produktivnostjo pracjo // Chasopys ekonomjochnikh reform naukovovirobnichij zhurnal, 2012, № 4(8), s. 6 -10.

12. Makarov E.G. Inzhenernye raschety v MathCAD.Uchebnyj kurs. Spb. – Piter, 2005 – 448 s.

**Дубовиков Н. М.**

**Математическая модель инновационной экономики**

Разработана математическая модель товарообмена свободных товаропроизводителей в условиях расширенного воспроизводства на базе математической модели свободного рынка, модели экономического роста Солоу с учетом влияния научно – технического прогресса по Тимбергену и функциональной зависимости показателя научно – технического прогресса в соответствии с моделью, когда показатель научно – технического прогресса есть, в общем случае случайной функцией и функционально зависит от функции накопления информации в экономической системе; разработан алгоритм для этой математической модели товарообмена свободных товаропроизводителей, реализованный при помощи программного обеспечения MathCAD 14.

*Ключевые слова:* показатель научно – технического прогресса, мультипликативная производственная функция, коэффициент адаптации информации, коэффициент применения информации, закон накопления информации, инновационная экономика.

**Dubovikov N.**

**Mathematical model of innovative economy**

The mathematical model of barter of free commodity producers is developed on the basis of mathematical model of open market, the neoclassical model of economic growth of Robert Solow, the influence technological progress on J. Tinbergen and the model of functional dependence of index technological progress when technological progress is the exogenous factor of economic growth and reflects the law of accumulation of information in the economic system. The algorithm and program are developed for this mathematical model of innovative economy of barter of free commodity producers by means of software MathCAD.

*Keywords:* index technological progress, multifactor productivity, coefficient of adaptation of information, coefficient of application of information, law of accumulation of information, innovative economy.

**Рецензент:** Колосов А. М. – доктор економічних наук, професор кафедри «Менеджмент та економічна безпека» Східноукраїнського національного університету імені В. Даля, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Kolosov A. – Professor, Ph.D of Economics, professor of Management and economic security Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* an-kolosov@mail.ru

*Стаття подана*  
08.05.2013 р.





## МЕНЕДЖМЕНТ НОВОВВЕДЕНИЙ В ИТ-СФЕРЕ НА ПРИМЕРЕ СОЗДАНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО БИЗНЕС-ИНКУБАТОРА «ЭВРИКА»

В статье рассматривается становление нового вида деятельности виртуальных бизнес-инкубаторов, которые помогут становлению инновационного бизнеса в России. В статье предложен новый механизм подготовки кадров для виртуальных бизнес-инкубаторов и разработана организационно-кадровая структура на примере Виртуального Бизнес-Инкубатора «ЭВРИКА». Акцентировано внимание на становлении виртуальных бизнес-инкубаторов в России, в частности – подготовке высокопрофессиональных профильных кадров в рамках инновационного менеджмента, способных не только воспроизводить бизнес-идеи, создавать малые предприятия, но и поддерживать их на всех стадиях становления.

**Ключевые слова:** виртуальный бизнес-инкубатор, бизнес-процессы, ИТ-сфера, Виртуальный Бизнес-Инкубатор «ЭВРИКА», менеджмент нововведений, инкубирование бизнеса, коучинг, резидент, бизнес-идеи, бизнес-проекты, внешние и внутренние виды деятельности.

**Постановка проблемы.** Развивается всемирная сеть Интернета. Интернет становится незаменим, он вытесняет радио, телевидение, прессу, предоставляя интерактивную возможность общаться, совершать покупки и оплачивать счета, а так же он позволяет людям работать и обучаться дистанционно.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В современном мире стал набирать популярность такой вид деятельности в интернете, как виртуальное инкубирование бизнеса и все чаще и чаще в различных статьях на тему интернет-предпринимательства, встречается такое понятие, как «бизнес-инкубатор» [11].

**Цель статьи.** Инкубирование бизнеса – это динамичный процесс создания и развития венчурного предприятия (резидента). Инкубаторы возвращают молодые фирмы, помогая им выживать и расти во время начального периода – "долины смерти" – когда фирмы наиболее подвержены рискам [2]. Цель бизнес инкубаторов – производить здоровые фирмы, которые создают новые рабочие места и ценности, укрепляют экономику, коммерциализуют новые технологии и оживляют общество и различные сферы деятельности человека (отрасли).

**Изложение основного материала исследования.** Современные бизнес инкубаторы оказывают следующие услуги [3]:

- коучинг (это искусство и практическое умение вдохновлять, заряжать энергией игрока, помогать ему самообучаться и саморазвиваться и содействовать росту его производительности) и практическая помощь в

венчурном управлении (венчурное управление, нацеленное на создание нового венчурного предприятия, фундаментально отличается от корпоративного менеджмента, нацеленного на выполнение годового плана) предприятием, включая написание бизнес-плана;

- доступ к венчурному финансированию;
- деловые и технические услуги поддержки;
- общее офисное пространство и оборудование.

При этом сейчас бизнес-инкубаторы в основном создаются государственными структурами в рамках программ помощи малому и среднему предпринимательству [1, 2, 4, 5]. Как, правило, они имеют жесткую привязку к администрациям субъектов российской федерации, университетам и крупных региональным технологическим кластерам. Такое создание предопределило приоритеты при отборе бизнес-проектов и привело к дополнительной бюрократизации процессов и усложнению процедуры создания и становления малых инновационных предприятий. Сейчас уже на наш взгляд в России требуется новый подход, базирующийся на современных обучающих технологиях и неординарных бизнес-решениях в инновационном пространстве.

При становлении виртуальных бизнес-инкубаторов (далее ВБ-И) в России одной из важнейших задач стала подготовка высокопрофессиональных профильных кадров в рамках инновационного менеджмента, способных не только воспроизводить бизнес-





идеи, создавать малые предприятия, но и поддерживать их на всех стадиях становления. В инкубаторах, создаваемых при ВУЗах, технологических кластерах и при административных структурах, как правило, работают «случайные» кадры (чиновники, работники предприятий и ученые), которые не всегда имеют требуемое образование (квалификацию) и выполняющие виды задач не соответствующие их компетенциям. На наш взгляд современная система российского непрерывного профессионального образования уже сейчас не отвечает требованиям при подготовке будущих бизнес-инкубаторщиков.

На рис. 1 приведена схема позволяющая оценить сколько лет потребуется для подготовки специалистов, способных создавать и работать в ВБ-И-ах. При этом во многих ВУЗах России до сих пор нет двуязыковой подготовки специалистов и отсутствует стажировка и практика за рубежом. При этом мы отмечаем, что ориентированная подготовка «рабочих специальностей» про-

водимых в колледжах для ВБ-И не дает ни какого результата и их нужно потом доучивать в ВУЗовской системе образования. Проанализировав этапы подготовки обучающихся в настоящее время мы сможем получить готового специалиста для ВБ-И (стоит отметить, что пока нет специализированных образовательных программ для данных специалистов) минимум 14 лет (школа+ВУЗ - бакалавр), 15 лет (школа+ВУЗ – специалист, данную систему Мин.обр.науки уничтожил), 16 лет (школа+ВУЗ+магистратура - магистр), 19 лет (школа+ВУЗ+аспирантура – кандидат наук) и 24 года (школа+ВУЗ+аспирантура+докторантура). В современных условиях это является не приемлемым для быстро развивающегося информационного рынка услуг, куда будут интегрированы ВБ-И. Предлагаемая Министерством науки и образования РФ «Современная концепция развития науки и образования» не успев быть реализованной для процессов бизнес-инкубирования уже устарела и требует скорейшего совершенствования.

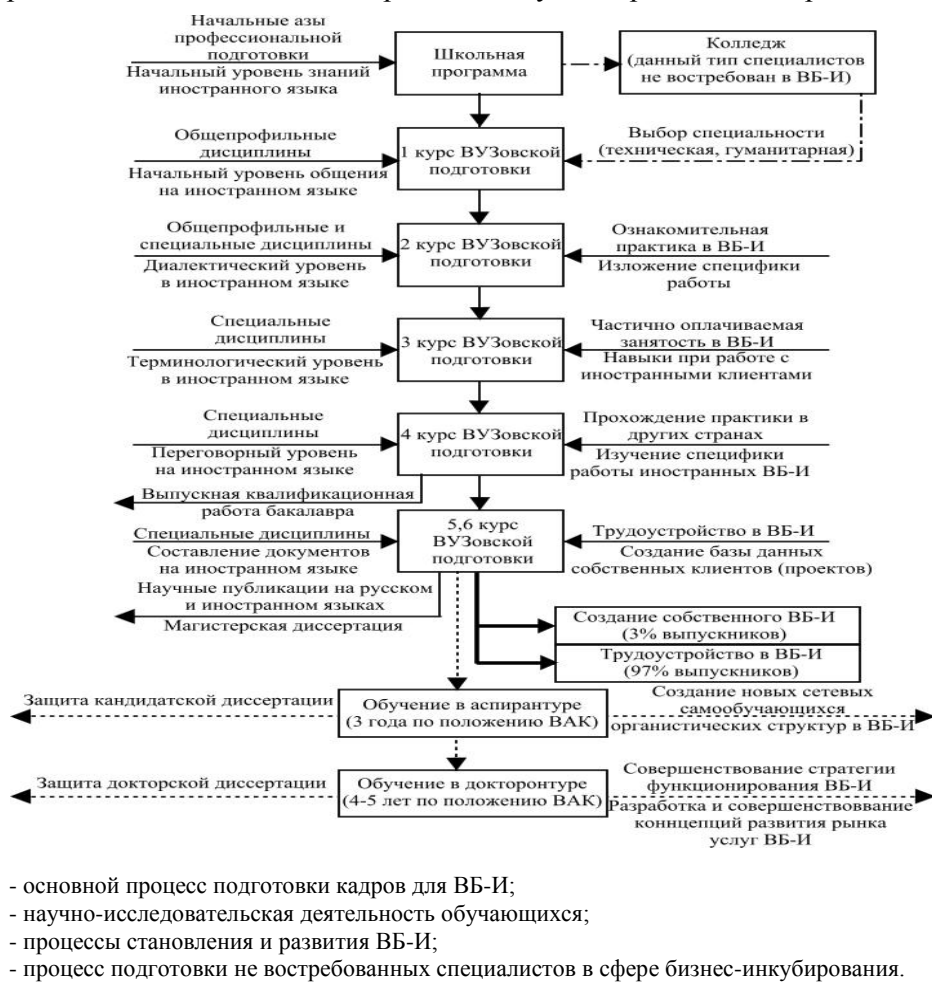


Рис. 1. Этапы комплексной подготовки специалистов отвечающих компетенциям пятого экономико-технологического уклада (востребованные в ВБ-И)

Предлагаем следующие этапы отбора проектов-резидентов, которые смогут быть реализованы на базе ВБ-И «ЭВРИКА». Основным преимуществом ВБ-И «ЭВРИКА» является возможность работы с клиентами со всего мира и привлечение специалистов так же со всего мира. Таким образом, недостатком у стационарных бизнес-инкубаторов является резко ограниченный контингент бизнес – клиентов и «узкий» рыночный сегмент оказываемых услуг.

Предлагаемые этапы отбора и развития будущих резидентов ВБ-И «ЭВРИКА»:

1. Рассмотрение и отбор резюме от потенциальных резидентов.
2. Проведение маркетингового анализа.
3. Составление бизнес-плана совместно с резидентом.
4. Закрепление проектов за кураторами.
5. Документальное и юридическое сопровождение и консультирование.

6. Обучение резидентов (медиативный и переговорный процесс).

7. Поиск партнеров, инвесторов, соучредителей, фондов, бизнес-ангелов, банков и др.

8. Защита интеллектуальной собственности (выбор оптимальной формы защиты).

9. Знакомство резидентов (проектов) с контактными аудиториями (будущие клиенты).

10. Информационное сопровождение проектов-резидентов.

11. Предоставление доступа к информационно-коммуникационным технологиям ВБ-И.

12. Документальное оформление бизнес-идеи с последующей регистрацией малого инновационного предприятия.

С учетом выше перечисленных этапов мы сформировали будущую организационно - кадровую структуру для ВБ-И «ЭВРИКА» (рис. 2).

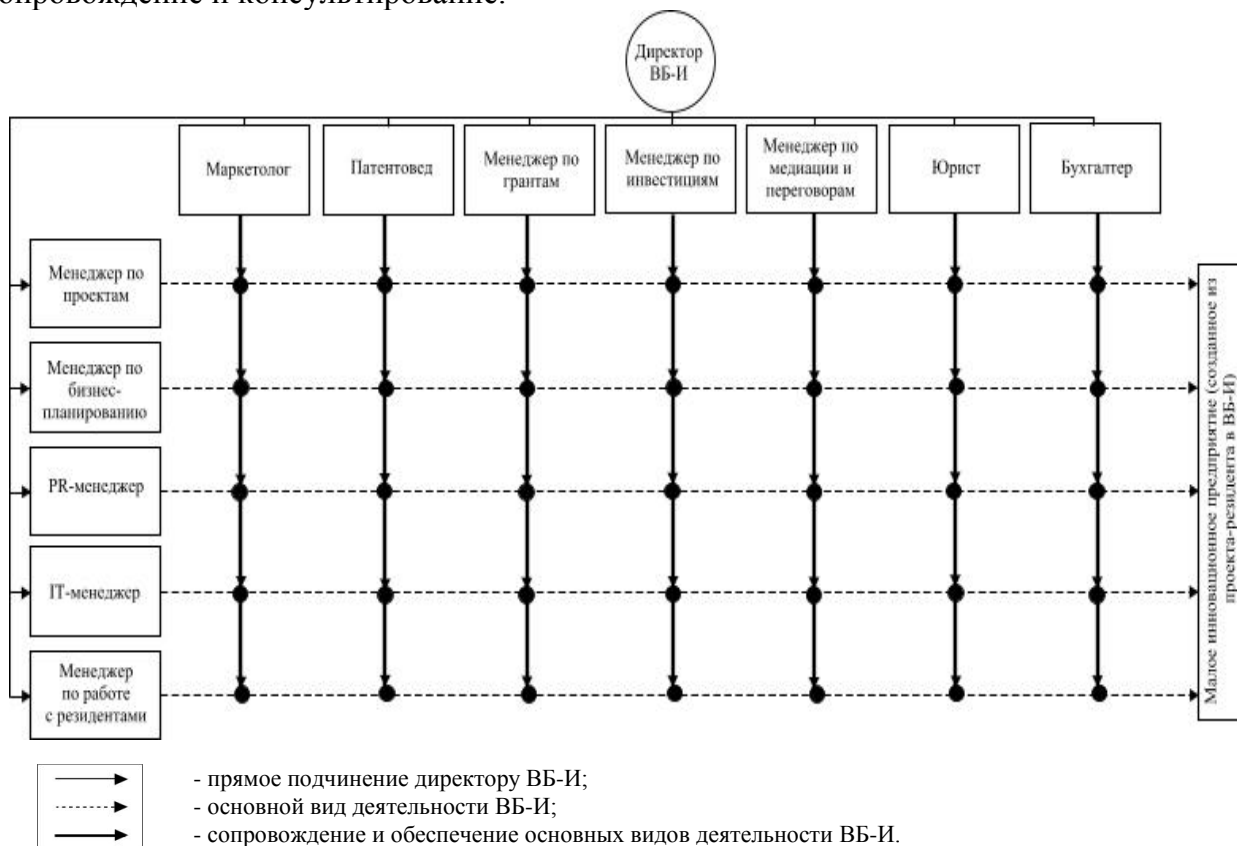


Рис. 2. Организационно-кадровая структура управления виртуальным бизнес-инкубатором «ЭВРИКА» матричного типа со встроенными центрами ответственности [12]





Приведем и рассмотрим основные и вспомогательные виды деятельности в рамках процесса виртуального бизнес-инкубирования, которые уже сейчас востребованы инновационным бизнес-сообществом. Для вновь создаваемого нами ВБ-И «ЭВРИКА» мы их разделили на внутренние (востребованные резидентами) и внешние (для сторонних организаций).

Основные внутренние виды деятельности ВБ-И «ЭВРИКА» (для резидентов) [13]:

- поиск, отбор и реализация бизнес-проектов и бизнес-идей;
- анализ, выявление и сегментирование рынков сбыта;
- написание бизнес-планов для будущих резидентов ВБ-И;
- отбор резидентов и их закрепление за куратором;
- юридическая консультация, оформление документов связанных с регистрацией компании;
- обучение резидентов (курсы повышения квалификации и переподготовки);
- работа с бизнес-ангелами, фондами, инвесторами и предпринимателями;
- регистрация ноу-хау, патентов, полезных моделей, свидетельства на научные открытия и свидетельств на интеллектуальную собственность;
- взаимодействие с контактными аудиториями (форумы, конференции, круглые столы, семинары, симпозиумы);
- PR-позиционирование проектов-резидентов и видов деятельности ВБ-И;
- информационная составляющая: новости, блоги, оповещение партнеров, создание банка данных, ссылки на тематические интернет-ресурсы;
- предоставление интернет пространства для проектов-резидентов, создание адреса электронной почты с привязкой к сайту ВБ-И.

Внешние виды деятельности ВБ-И «ЭВРИКА» (для сторонних организаций) [13]:

- проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности для различных организаций;
- аудиторские проверки организаций;
- оказание помощи при проведении процедуры банкротства;
- проведение процедуры медиации;
- осуществление поиска и переговоров с деловыми партнерами и инвесторами;
- проведение экспертизы по бизнес-планам, по научно-исследовательским проектам;
- предоставление отзывов, рецензий и заключений на научно-исследовательские, диссертационные и дипломные работы;
- реализация социальных проектов (интернет-волонтерство): помощь детям, помощь людям с ограниченными возможностями, конкурсы;
- фриланс (дистанционный поиск и предоставление работы, найм работников в интернет-среде);
- проведение маркетинговых исследований для различных организаций;
- проведение социологических исследований (анкетирование, опрос, обследование);
- подготовка резюме, экономического заключения по проектам и бизнес-планам;
- рекламная деятельность (размещение баннеров, ссылки на тематические сайты, реклама на научных мероприятиях, SMS-рассылка по собственной базе);
- проведение тренингов, консультаций, конференций, семинаров и симпозиумов;
- формирование ознакомительных видео-лекций, аудио-подкастов и тематических видео-роликов;
- пропаганда и популяризация видов деятельности связанных с бизнес-инкубированием.

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

Таким образом, современный рынок виртуальных бизнес-инкубационных

услуг быстро развивается и его становление связано с образовательной, научной, коммерческой и инновационной деятельностью, которая будет сформирована в рамках современных реформационных процессов проводимы Правительством России и самостоятельно отдельными гражданами или бизнес-сообществами [4, 9, 10, 13].

### Литература

1. Сайт Е-Муромец - всероссийский виртуальный бизнес-инкубатор для людей с иными способностями: [www.emuromets.ru](http://www.emuromets.ru)
2. Сайт Центра предпринимательского творчества и системных инноваций: [www.cecsi.ru/russia](http://www.cecsi.ru/russia)
3. Сайт цифрового инкубатора микробизнеса «Фримакс»: [www.friemaxx.ru](http://www.friemaxx.ru)
4. Сайт Пре Инкубатора МГУ для школьников <http://pre-inc.ru/>
5. Сайт Украинского бизнес-инкубатора (Киев): <http://www.vbi.com.ua/Pres/default.html>
6. Сайт Виртуального бизнес-инкубатора: <http://www.kt.kharkov.ua/VirtualBizInc.html>
7. Сайт инвестиционного виртуального бизнес-инкубатора: <http://www.vladinvest.ru/business-tools/biz-incubator/>
8. Сайт бизнес-инкубатора: <http://bizlog.ru/topic4008.html> - 07.08.05 12:08
9. Сайт виртуального бизнес инкубатора мама 2.0: <http://startupwomen.ru/novosti/start-raboty-virtualnogo-inkubatora-mama-2-0>
10. Стрелец И.А. Новая экономика и информационные технологии. М: Экзамен, 2003. - 236 с.
11. Темердашев З.А., Грицай В.В., Ратнер С.В. Использование информационных технологий в инновационном менеджменте // Сб. материалов семинара-совещания по итогам выполнения в 2003 году проектов Научно-технической программы Минобразования России "Инновационная деятельность высшей школы". М.: Ассоциация "Технопарк", 2004, с. 440-446.

12. Жариков В. В. Повышение качества машиностроительной продукции: резервы и механизмы (препринт) // Вестник Тамбовского государственного технического университета. Препринт. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та. 2006. Т. 12. №2. 68с.

13. Сайт Виртуального Бизнес-Инкубатора «Эврика»: [vb-i.ru](http://vb-i.ru)

### References

1. Sayt Ye-Muromets - vserossiyskiy virtual'nyy biznes-inkubator dlya lyudey s inymi sposobnostyami: [www.emuromets.ru](http://www.emuromets.ru)
2. Sayt Tsentra predprinimatel'sko-go tvorchestva i sistemnykh innovatsiy: [www.cecsi.ru/russia](http://www.cecsi.ru/russia)
3. Sayt tsifrovogo inkubatora mikrobiznesa «Frimaks»: [www.friemaxx.ru](http://www.friemaxx.ru)
4. Sayt Pre Inkubatora MGU dlya shkol'nikov <http://pre-inc.ru/>
5. Sayt Ukrainskogo biznes-inkubatora (Kiyev): <http://www.vbi.com.ua/Pres/default.html>
6. Sayt Virtual'nogo biznes-inkubatora: <http://www.kt.kharkov.ua/VirtualBizInc.html>
7. Sayt investitsionnogo virtual'-nogo biznes-inkubatora: <http://www.vladinvest.ru/business-tools/biz-incubator/>
8. Sayt biznes-inkubatora: <http://bizlog.ru/topic4008.html> - 07.08.05 12:08
9. Sayt virtual'nogo biznez inkubatora mama 2.0: <http://startupwomen.ru/novosti/start-raboty-virtualnogo-inkubatora-mama-2-0>
10. Strelets I.A. Novaya ekonomika i informatsionnyye tekhnologii. M: Ekzamen, 2003. - 236 s.
11. Temerdashev Z.A., Gritsay V.V., Ratner S.V. Ispol'zovaniye informatsionnykh tekhnologiy v innovatsionnom menedzhmente // Sb. materialov seminarasoveshchaniya po itogam vypolneniya v 2003 godu proyektov Nauchno-tekhnicheskoy programmy Minobrazovaniya Rossii "Innovatsionnaya deyatel'nost' vysshey shkoly". M.: Assotsiatsiya "Tekhnopark", 2004, s. 440-446.
12. V.V. Zharikov Povysheniye kachestva mashinostroitel'noy produktsii: re-zervy i



mekhanizmy (preprint) // Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Preprint. Tambov: Izd-vo Tamb. gos. tekhn. un-ta. 2006. T. 12. №2. 68 s.

13. Sayt Virtual'nogo Biznes-Inkubatora «Evrika»: vb-i.ru.

**Жариков В. В., Жариков А. Р.**

**Менеджмент нововведень в ІТ-сфері на прикладі створення віртуального бізнес-інкубатора «еврика»**

В статті розглядається становлення нового виду діяльності віртуальних бізнес-інкубаторів, які допоможуть становленню інноваційного бізнесу в Росії. У статті запропонований новий механізм підготовки кадрів для віртуальних бізнес-інкубаторів і розроблена організаційно-кадрова структура на прикладі Віртуального Бізнес-інкубатора «ЕВРИКА». Акцентовано увагу на становленні віртуальних бізнес-інкубаторів в Росії, зокрема - підготовці високопрофесійних профільних кадрів в рамках інноваційного менеджменту, здатних не тільки відтворювати бізнес-ідеї, створювати малі підприємства, але й підтримувати їх на всіх стадіях становлення.

*Ключові слова:* віртуальний бізнес-інкубатор, бізнес-процеси, ІТ-сфера, Віртуальний Бізнес-інкубатор «ЕВРИКА», менеджмент нововведень, інкубація бізнесу, коучинг, резидент, бізнес-ідеї, бізнес-проекти, зовнішній і внутрішній вигляд діяльності.

**Zharikov V., Zharikov A.**

**Case study of innovation management in it: creating a virtual business-incubator «Eureka»**

The article considers the creation of a new activity - virtual business incubators that help shape innovative businesses in Russia. This article proposes a new mechanism for training for virtual business-incubators and develops organizational and staff structure based on the Virtual Business-Incubator "Eureka". Attention is focused on becoming a virtual business incubators in Russia, in particular - the training of highly specialized training in the management of innovation that can not only play a business idea, start small businesses, but also to support them at all stages of development.

*Keywords:* virtual business incubator, business processes, Information Technology, Virtual Business-Incubator "Eureka", the management of innovation, business incubation, coaching, resident, business ideas, business plans, internal and external activities.

**Рецензент:** Гончаров В. М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економіка підприємства та трудові ресурси» Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Goncharov V. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Business economics and labor recourses Department Luhansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* vgonch@lnau.lg.ua

*Статья подана  
20.01.2013 г.*





## РАЦІОНАЛЬНИЙ ЕГОЇЗМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Надане авторське бачення раціонального егоїзму національних пріоритетів та суспільних цінностей України, означено критерії трактування раціонального егоїзму. Охарактеризовано протилежні позиції поведінки економічних суб'єктів – егоїзм та альтруїзм. Обґрунтовано потреба України в нових стандартах економічної поведінки за принципами морального зіставлення особистих інтересів та суспільних цінностей. Досліджено основні завади, які перешкоджають особистості обрати шлях розвитку через механізми раціонального егоїзму.

**Ключові слова:** егоїзм, раціональність, пріоритет, особистісні інтереси, сталий розвиток, суспільні цінності.

**Постановка проблеми.** У сучасному розумінні поняття «егоїзм» викликає лише негативні асоціації, пов'язані з виокремленням особистості, нехтуванням думкою інших, ставлення власних інтересів важливіше за будь-які. Однак, чи завжди досягнення цілей такими методами є негативними, яких сфер діяльності чи галузей виробництва це стосується і яким чином у підсумку впливає на кінцевий досягнутий результат?

Для України раціональний егоїзм означає, що країна має обрати модель активного позиціонування у світі, не відмовлятися від свого права бути гравцями на світових ринках та розвиватися як країна-виробник, а не країна - споживач чужих товарів і послуг.

Україна – молода, амбіційна держава, а всім молодим властивий підвищений егоїзм, ненаситність в освоєнні нового простору, готовність до пізнання світу й розкриття себе. І не треба цього соромитися. Активно впроваджені європейські цінності вже не є тією догмою, на яку треба рівнятися. Тисячолітня Росія змучилася в пошуках світової місії, а Європа наразі наочним взірцем як не треба управляти державою та які соціально-економічні наслідки стають результатом альтруїстичних державних важелів. Як досвідчені батьки, вони мають спрямовувати Україну та втішатися її ритмом життя й застосуванню креативних методів управління.

Колись могутні держави вже втратили темп розвитку, оскільки обважніли під тягарем догм і стереотипів: державного патерналізму – в Європі, гонки озброєнь – у США, імперських амбіцій – у Росії. Вони досягли своїх успіхів і зробили свої помилки. Одні – живуть розмірено й стабільно, інша – у постійній боротьбі з кимось і чимось. Молода Україна потребує нових стандартів, легкого і яскравого вбрання і високого ритму й темпу

життя. Молоді - креативні, діяльні й прогресивні, з ними весело й цікаво, з ними життя - вирує. В цьому - їхня сила й історична роль. Україна - надмолода держава. Отже, слід дотримуватися темпу й пріоритетів молодих. І не тільки дотримуватися, але й диктувати такі пріоритети.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Започаткування «раціонального егоїзму» варто пов'язувати з прихильниками філософії об'єктивізму. Філософія об'єктивізму була заснована американською письменницею Ейн Ренд [1]. Раціональний егоїзм Ренд пов'язує з особистою свободою, альтруїзм – з тоталітаризмом (коли від людини вимагають жертвувати собою заради інтересів держави, нації, заради світлого комуністичного майбутнього тощо). Егоїзм, на відміну від альтруїзму, передбачає існування людини, який самостійно забезпечує себе, не приносячи в жертву ні себе, ні інших.

Подібним чином американський економіст та філософ Артур Окун [2] інтерпретує словосполучення "цивілізований егоїзм". Він, зокрема, зазначає, що турбота про власні інтереси цілком сумісна з тим цивілізованим егоїзмом, із якого виростає відданість родині, спільноті, країні – вони сприймаються як утворення, що збагачують особу й розширюють коло її інтересів [2, с. 61]. На захист егоїзму він також наводить той аргумент, що ця людська властивість є добрим захистом від набагато небезпечної речі – сліпої довіри до політичного лідера чи держави.

Термін «егоїзм» має антонім – «альтруїзм» - абсолютно протилежне значення: людина повністю віддається оточуючим, допомагає всім кому може, і ніколи не відмовляє у проханні, часто на шкоду самому собі, своєму здоров'ю і особистому житті [3, с. 24].





Часто, альтруїст не користується особливою повагою у оточуючих, та і сам-то себе він не дуже поважає, виконуючи кожне прохання іноді і зовсім сторонньої людини. Життя таких людей навряд чи можна назвати щасливим, часто вони можуть і самі розуміти, що кажуть «так» передусім на шкоду самому собі. Звичайно, будь-яка людина може змінитися і навчитися говорити «ні», але це коштує чимало зусиль, бажання і сили волі. Однак, незважаючи на це, такі зміни підуть на користь, як даній людині, так і суспільству загалом.

Альтруїзм у своїх крайніх формах веде до моральної деградації, оскільки служінням загальному благу і вищим інтересам можна виправдати будь-який злочин проти окремої особистості. Історія знає тому безліч прикладів: криваві диктатори завжди виступали в ролі «батьків народів». До того ж альтруїзм – аморальна категорія, бо не дає людям отримувати за заслугами. Говорячи про необхідність справедливого розподілу, він карає успішних за їх успіх і забирає плоди їхньої праці – і при цьому нагороджує невдах за їх невдачі, даючи їм незаслужене добро. Альтруїзм систематично знищує творців і підприємців, формуючи заздрисних соціальних паразитів.

Егоїзм – явище раціональне, на відміну від ірраціонального альтруїзму. Оскільки ідеалу альтруїзму вкрай складно відповідати, в людині виникає глибоке почуття провини – і вона стає зручним об'єктом маніпуляцій.

Поняття «раціональний егоїзм» пов'язане з ідеєю ряду мислителів XVIII ст. про "невидиму руку", яка спрямовує переслідування індивідами особистих цілей на загальну користь суспільства. Ця ідея висловлювалася в працях Б. Мандевіля, Д. Юма, Дж. Такера, А. Фергюсона, Е. Берка, а концептуально довершеного вигляду набула в економічній теорії А. Сміта.

Значення цієї ідеї було величезним. Адже досі політичні мислителі найчастіше уявляли відношення між особистими та суспільними інтересами (або «інтересами держави») прямо протилежним чином. Переслідування індивідом власних інтересів вважалося таким, що ставить під загрозу інтереси суспільного цілого. Тому воно кваліфікувалося як «егоїстичне». Такі уявлення породжували проекти ідеального державного устрою, за якого вся життєдіяльність суспільства буде жорстко контрольованою добро-

чесними та мудрими правителями, а небезпечна спонтанність буде виключена [4].

Британські ліберальні мислителі XVIII ст. [2] запропонували зовсім інше бачення відношення між особистими та суспільними інтересами. Вони показали, що за певних інституційних умов суспільні інтереси можуть бути найкраще реалізовані на основі переслідування індивідами своїх особистих цілей. Як зазначає Фрідріх фон Гаск [2], вони намагалися “відшукати набір інститутів, що могли б спонукати людину за її власним вибором і на підставі мотивів, що направляють її звичайну поведінку, вносити максимально можливий внесок у задоволення потреб усіх інших; їх відкриттям стало те, що система приватної власності забезпечує такі спонуки набагато більшою мірою, ніж це уявляли досі”. Цей набір інститутів створює соціальну систему, функціонування якої не вимагає, пошуку добродесних людей для управління нею чи покращення всіх людей одночасно, але яка використовує людей у всій їхній розмаїтості та складності [2, с. 65].

**Мета статті** полягає у дослідженні основних засад раціонального егоїзму та обґрунтуванні доцільності його використання в якості шляху до сталого розвитку України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Але якщо всі люди будуть егоїстами - яким стане суспільство? Чи не перетвориться воно в арену нескінченної ворожнечі? Щоб побачити безпідставність цих побоювань, потрібно зрозуміти основний принцип взаємовідносин егоїстичних людей - принцип обміну цінностями.

Ті, хто живуть за принципом обміну, ніколи не віддають і не беруть нічого задарма. Це відноситься до всіх сфер їх життя: особистим і громадським, приватним і публічним. Люди, що ставлять принцип обміну на чільне місце, хочуть, щоб їх любили не за слабкості і недоліки, а за чесноти.

Таким чином, егоїстичні люди виключають зі своїх відносин усіх, хто не згоден жити за принципом обміну: паразити, жебраки, злодії, дикуни й розбійники не мають для людини ніякої цінності, так само вони не можуть отримати ніяких переваг від суспільства, яке стурбоване їхніми потребами.

Упередженість проти егоїзму вкрай сильна. Ось чому гідно поваги інтелектуальна мужність Ейн Ренд, яка зазначає, що поняття егоїзму не має бути віддано на поталу ворогам роду людського, так само як і без-



думному нерозумінню, спотворень, упередженням і страхам, властивим неосвіченим і нерозумним. Нападки на егоїзм - це нападки на людську гідність; відмовитися від одного - означає відмовитися і від другого [1].

Не можна стверджувати, що егоїзм є повністю позитивною рисою, але й кардинально негативною його складно назвати. Егоїсти звикли мало звертати уваги на стосунки з людьми, тому у них майже немає друзів, адже зацікавлені вони, перш за все, тільки в самому собі, іноді навіть намагаються маніпулювати людиною, з метою отримати те, що потрібно їм. Але, нарешті, отримуючи, егоїсти втрачають ще одного, можливо, потенційного друга. Головна їх відмінна риса - це те, що визнання у своєму егоїзмі від них можна й не чекати.

Філософи, які займаються психологічним питанням егоїзму, наводять цікаве поняття - «розумний егоїзм» [5, с. 124]. З одного боку така людина не приносить у жертву себе і свої сили, а з іншого абсолютно не вимагає тих же жертв від оточуючих людей. Тобто егоїст, який повністю задовольняє свої бажання і потреби, але іноді із задоволенням допомагає близьким йому людям. Саме до такий егоїзм здатен сьогодні привнести новий виток у спіралі соціально-економічного розвитку суспільства.

Розвиток за словарним тлумаченням - це процес, в наслідок якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого - вищого. При цьому це також і ступень освіченості, розумової здатності, духовної зрілості [3, с. 1234].

Отже, егоїзм як засіб, спрямований на особистісні зміни якісних параметрів будь-чого, виступає потужним важелем суспільного розвитку. У даному випадку починає діяти синергетичний ефекти від взаємодії таких егоїстів - кожен має за мету власні інтереси та власний розвиток, дії навипередки іншого, змагаючись за власну індивідуальність, але результати їхніх дій стають доробком суспільства, як позитивної сумарної дії особистісних факторів.

Отже, турбота про себе - це найголовніше, що повинна робити будь-яка людина, щоб відчувати внутрішню гармонію і спокій, а вже потім дбати про всіх оточуючих. Звичайно, в розумних межах. Як розрахувати таку межу, що брати а критерії «розумності»? Тут варто звернути увагу більше на раціона-

льне, ніж на дозволене чи прийняте сучасним суспільством.

Виходячи з того, що раціоналізм - напрям у теорії пізнання, який вважає розум єдиним джерелом і критерієм пізнання, розсудливе ставлення до життя, до вчинків [6, с. 634], раціональний - це той, що ґрунтується на вимогах розуму, спрямований на краще, розумне застосування чого-небудь, доцільний [3, с. 1203], а егоїзм - тенденція поводитися значною мірою заради власних інтересів [3, с. 336], то раціональний егоїзм - це вигідна розсудлива тактика поведінки для досягнення певних власних цілей.

Що ж сьогодні заважає людині бути раціональним егоїстом - приносити користь і собі, і діяти заради подальших інтересів суспільства в цілому?

Можна назвати багато причин, детальніше зупинимося на деяких. Вести життя, яка подобається іншим. Було б досить помилково стверджувати, що подібне життя не гідно людини. Справа в тому, що таке життя багатьох цілком задовольняє. Людям потрібні гарантії безпеки, і вони знаходять їх, додаючи себе до традицій, звичаїв суспільства, в якому знаходяться, слідуючи його правилами і роблячи все те, що від них вимагається.

Звичайно, вони відразу позбавляються будь-яких гарантій, якщо перестають грати відведену їм роль. Але з часом такі люди перестають проявляти ініціативу і звикають ототожнювати свої уявлення про життя з відповідністю вимогами оточуючих.

В якості компенсації за це їм пропонується задоволення їхніх запитів. Наприклад, лестоці щодо захоплення ретельністю, успіхами і всім тим, чого можна досягти за допомогою них. Навіть якщо насправді це нікому не потрібно. Більшість наших бажань і мрій, прагнень і потреб залишаються нереалізованими, тому що ми діємо в чужих інтересах.

З впевненістю можна сказати, що небагато людей прагнуть зробити зі свого життя щось більше, ніж дозволено суспільством. А ті, хто наважуються - зазнають невдачу в своїх прагненнях, оскільки не усвідомлюють перешкод, що стоять на їх шляху.

З одного боку це перешкоди, які нам готує суспільство, але з іншого боку - перешкоди, що сформувалися в нас самих. Це звички пристосовуватися, дотримуватися субординації. Це також вкорінені норми по-





ведінки, моральні кліше і постійний страх поставити на карту досягнутий престиж, визнання в очах інших.

Дефіцит часу, перевтома і тактовність стосовно інших є найчастішими відмовками для того, щоб відкласти вирішення власних проблем, поки вони з часом не перетворяться на могутні перепони, які спричиняють наше існування.

Наприклад, протягом життя мільйони людей роблять все для того, щоб занести своє здоров'я. Проте ж при появі серйозної недуги на допомогу повинні прийти лікарі. Лікарі, адвокати, банкіри, вчителі відносяться до тієї частини суспільства, від якої люди чекають негайної допомоги в проблемах, вирішення яких вони самостійно та свідомо уникали до останнього моменту.

Всі розуміють, що архітектору, будівельнику, механіку, лікарю необхідно три, п'ять, а може і десять років, щоб навчитися своєї професії. Так само і нам для отримання навичок розпізнавання власних бажань, вироблення тактики втілення їх у життя необхідний час. Час йде на те, щоб вивчити себе, пройти через невдачі і вистояти. Людина повинна навчитися приймати самостійні рішення і мобілізувати всі сили для їх реалізації.

Але набагато зручніше з самого початку перенести відповідальність за події на інших. І робити все для того, щоб потім, не досягнувши ніяких успіхів, мати виправдання свого провалу.

Більшість людей досить часто в тій чи іншій формі входять у конфлікт із самою собою – через жалість чи почуття такту. Ми висловлюємо захоплення, а відчуваємо протилежне почуття. Цілком можливо в цей момент людина починає й справді вірити у те, що вона захоплена. Це звичайно зручніше, ніж сказати комусь: «Послухайте, ви, звичайно, можете вважати свою ідею чудовою і намагатися переконати мене в її істинності. Мене ж вона абсолютно не турбує». Людина, яка почує це, напевно сильно здивується, можливо навіть позбавить співрозмовника свого розташування. Тому більшість людей все ж захоче зберегти його добрі почуття і продовжуватиме лицемірити й надалі, при цьому вже не розуміючи власних справжніх почуттів щодо цього.

Люди готові віддати все заради інших: свою енергію, здібності, здоров'я. Це забирає не тільки фізичні, а й моральні сили [7, с. 28].

У чому ж полягає основний оман в даному випадку? Люди думають, що якщо вони віддають повністю себе заради благополуччя інших, добробуту фірми, заради загальної рівності і благополуччя, то їм більше не потрібно щось робити особисто для себе.

Людина схильна ототожнювати себе з суспільством і вважати, що суспільне благо автоматично означає благо особисте. На жаль, це не так. Чим більше ми вкладаємо у процвітання, наприклад, фірми, тим менше залишаємо особистих ресурсів для власного розвитку.

Людина, яка задовольняється тим, що її хвалять, шкодують або ставлять у приклад, не може бути вільною, гармонійною і самореалізуватися. Вона добровільно потрапляє в суспільний вир, який вимагає все нові і нові жертви. Тому, якщо людина, не бажає закінчити своє життя на запасному шляху обманутою і забутою тими, заради кого вона жила, замученою докорами до себе самої, то їй необхідно мобілізувати всі свої сили на захист власних уявлень про життя, замість того, щоб приносити їх у жертву іншим.

Вражена гордість змушує людину здійснювати виняткові, геройські вчинки, що виходять далеко за межі наших здібностей. У прагненні домогтися визнання ми безцільно витрачаємо всі свої сили, але це як і раніше не має ніякого відношення до нашого особистого бажання.

Отже, егоїзм не лише реалізовує особисті спрямування, але дозволяє тримати в «правильному стані» і потрібних пропорціях рівень соціально-економічного розвитку (рис. 1). Не дозволяє їм розростися чи навпаки поєднатися саме тому, що займає між ними проміжне положення. У цьому випадку відрегульована діяльність егоїзму та суспільним укладом буде «ліками», а не «отрутою» для особистості.

Необхідність помірності й раціональності егоїзму обґрунтовано через душевну рівновагу та фізичне стан людини. Фізичний стан та душевна рівновага є необхідною умовою для прояву людини як особистості. Зрозуміло, що фізично тяжкохвора людина навряд чи зможе опанувати самореалізацію, а психічний розлад взагалі виводить людину за рамки будь-якої реалізації.

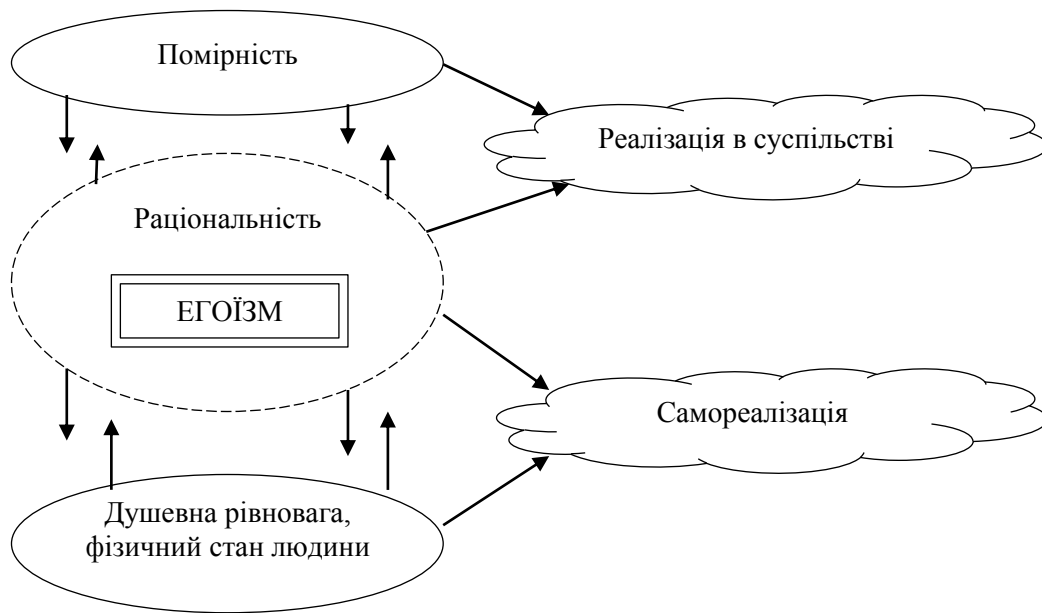


Рис. 1. Вплив егоїзму на можливості реалізації особистості

Помірність відповідає за взаємодію людини з навколишнім світом. При цьому помірність позитивно впливає на рівень її фізичного та морального стану, які, у свою чергу, стають джерелом прояву раціонального егоїзму. Одночасно з цим помірність завжди стоїть «на варті», готова обмежити зайві прояви егоїзму, якщо він випадково перейде допустимого, розумного межю. У той же час раціональний егоїзм створює зворотній зв'язок і породжує помірний оптимізм та покращує фізичний й душевний стан його носія.

Можна стверджувати, що інтереси особи та суспільства не тотожні, а співпадають лише інколи і частково. Безумовно, індивід зацікавлений у існуванні суспільства як передумові для реалізації його власних інтересів. Проте це не означає, що йому не може бути вигідним задовольняти свої інтереси за рахунок інших, тим самим послаблюючи суспільний порядок і збільшуючи загрозу руйнації суспільства.

Щоб пояснити, як це можливо, проаналізуємо питання про зацікавленість особи у підвищенні продуктивності праці в соціалістичному суспільстві, тобто в умовах, коли розмір винагороди за працю визначається не продуктивністю його власної праці, а загальною продуктивністю праці у суспільстві. Індивід в таких умовах зацікавлений в тому, щоб усі працювали краще, але сам він незацікавлений працювати краще, бо додаткові зусилля, які він докладає для цього, повніс-

тю лягають на нього, а додатково вироблений продукт розподіляється на усіх членів суспільства, а сам індивід отримує від цього лише мізерну частку.

Неважко побачити, що цей приклад є лише частковим випадком більш загального питання – питання про співвідношення інтересів індивіда та суспільства. З точки зору егоїстичних інтересів особи, корисно, щоб суспільство існувало і було якомога міцнішим, щоб усі діяли, враховуючи інтереси усіх. Проте, з точки зору тих же самих егоїстичних інтересів особи їй особисто може бути вигідно діяти у цілком протилежний спосіб, - враховуючи інтереси суспільства лише в тій мірі, в якій вона може очікувати від них дії у відповідь. Антисоціальна поведінка однієї людини не вплине на загальний стан суспільства настільки великою мірою, щоб сама ця людина відчула ці негативні наслідки на собі.

В оточенні сусідів, які страждають через високі податки, уряд України повинен створити систему оподаткування, яка зробить Україну "м'яким офшором Східної Європи" та максимально використати переваги нейтральної країни, що перебуває між різними митними союзами.

Першим важливим ресурсом України є статус транзитної держави. Модернізація та розширення, поліпшення параметрів експлуатації транзитних газових, нафтових, хімічних трубопроводів, мереж електропередач,





усіх видів вантажоперевезень і транспортних коридорів - не лише економічно вигідний проект, але й додаткова гарантія безпеки транзитної території, в чому зацікавлені численні учасники процесу.

Друга перевага пов'язана з певним відставанням суспільно-економічного розвитку країни. Це дає змогу розвивати одночасно три типи економіки - індустріальну, постіндустріальну та інформаційну. Це забезпечує підвищену витривалість економіки в цілому - з одного боку, і гармонізацію економіки з різними типами економік іноземних держав - з іншого.

Для індустріальної економіки головний продукт - товар, для постіндустріальної - послуга, для інформаційної - ідея [8].

Добрі позиції на традиційних ринках металу й металопродукції, хімічної та харчової промисловості, виробництва турбін, газового й електричного обладнання - основа для подальшого розвитку цих індустріальних галузей, за умови суттєвої модернізації виробництва.

Виробництво сільськогосподарської продукції за принципом "екологічного землекористування" - також суттєвий ресурс. Україна має родючі землі, придатні для екологічно чистого виробництва продуктів харчування. При всій складності продовольчої проблеми у світі і спокусі перейти на штучні продукти, розум бере своє. Людина повинна і буде харчуватися натуральними продуктами завжди і скрізь, де це дозволяють обставини.

Розвиток традиційних експортних галузей в індустріальному й сільськогосподарському секторах економіки дає змогу українським компаніям зберегти напрацьовані роками бізнес-контакти, ринки збуту і стати провідником продажу на експорт нових видів постіндустріальних товарів та послуг.

Відсутність великого запасу природної сировини змушує Україну до розвитку постіндустріальної економіки. Розвиток постіндустріальних виробництв та послуг стає максимально вигідним для України. Високий професійний рівень кадрів та наявність суттєвих досягнень у сфері виробництва програмного забезпечення, систем управління, біотехнологій, створення альтернативних джерел енергії - потужна основа для прориву в цих сферах до числа світових лідерів.

Україна не можемо залишатися осторонь від розвитку інформаційної економіки.

Її основа - наука і творчість. Істотно реформували інформаційні системи в державі в цілому, модернізували наукові установи і зробили акцент на розвитку творчості в системі освіти, Україна має підстави для створення бази потужної інформаційної економіки в Україні.

Третій ресурс - державне заохочення і лобіювання щодо створення українським бізнесом транснаціональних компаній та консорціумів, особливо у високотехнологічних чи капіталоемких сферах, у тому числі літако- та суднобудування, металургія, турбобудування, транспортні коридори, зв'язок тощо.

На наш погляд, економічний егоїзм має і негативні, і позитивні наслідки. Французький енциклопедист К. А. Гельвецій [9, с. 20], який вказує, що егоїзм властивий людині, виступає його природною властивістю і головним чинником суспільного розвитку. Але століттям раніше Б. Паскаль зазначав: "Люди ненавидять один одного, - така їх природа. І нехай вони намагаються поставити корисливість на службу суспільному благу, - ці спроби тільки лицемірство, підробка під милосердя, бо в основі основ все одно лежить ненависть [10, с. 182].

Отже, модернізація економічних відносин в Україні повинна охоплювати різні напрямки: не тільки технологічне та організаційно-правове, а й соціокультурне і гуманістичне. Неможливо створити соціальну державу, як це визначено урядом України, що не обравши гуманізацію в якості головного шляху розвитку економічних відносин в Україні. Для вирішення даної задачі треба використовувати інституціональний механізм досягнення раціонального рівня економічного егоїзму. Він являє собою систему регуляторів, що надають інституційне вплив з боку держави і суспільства на всю сукупність економічних відносин і соціальних залежностей, що складаються в ході відтворювального циклу. Необхідно сформулювати особливі поведінкові установки економічних суб'єктів, що забезпечують їх дотримання етичних норм.

Пропонуємо таке визначення критерію раціональності економічного егоїзму: економічний суб'єкт може прагнути до досягнення допустимими способами конкурентних переваг, але при цьому він не повинен обмежувати інтереси всіх інших контрагентів. Зрозуміло, якщо один учасник ринку за-





безпечити собі конкурентні переваги, то інші учасники втраять частину свого доходу, але масштаби втрат повинні бути розумними, чому і покликаний сприяти відповідний інституційний механізм.

Інституційний механізм впливає на вибір економічними суб'єктами стратегії ринкової поведінки. Умовою вибору найкращої стратегії, що відповідає критерію раціональності економічного егоїзму, виступає максимальна узгодженість внутрішніх мотивів економічної поведінки з зовнішніми інституційними етичними нормами. До останніх відносяться функціональні обмеження на вибір форм економічної поведінки, система стимулів та штрафів, які мають превентивний характер. З їх допомогою формуються соціальні установки, що розуміються як готовність економічного суб'єкта діяти відповідно до морально-етичними вимогами в конкретних економічних ситуаціях.

Мотивація такої поведінки суб'єктів економічної діяльності на стадіях виробництва, розподілу, обміну та споживання в значній мірі визначається їх моральною позицією. Ці моральні норми та етичні правила спільної життєдіяльності задаються соціально-економічними інститутами. Однак, відповідно до концепції моральної свідомості [11] жорстка нормативна регуляція поведінки особистості відповідає нижчого, не само-му ефективному рівню моральної поведінки.

**Висновки та перспектив подальших досліджень.** Головними провідниками у світову економіку для України має стати оновлена держава і транснаціональні компанії з українським капіталом. Глобальний економічний інтерес – по всьому світу. Однак, уряд України повинен робити все, що економічно вигідно українцям та Україні.

Моральна складова в економічних відносинах має стати керівництвом до дій, якщо соціальні установки будуть не просто прийняті як догми, а глибоко осмислені і перетворені на моральні переконання економічних суб'єктів. Наявність таких переконань і стійких звичок свідчить про моральної зрілості людини, що важливо для підвищення суспільної ефективності ринкових відносин. Як показує практика господарювання, з урахуванням короткостроковості багатьох підприємницьких починань можливість швидко отримати матеріальні блага без оглядки на моральні заборони призводить до поширення економічного егоїзму.

Безсумнівно, сутність ринку - конкуренція при задоволенні особистих і групових, егоїстичних за своєю природою потреб, тому економічний егоїзм іманентний ринку, і його на практиці повністю викоринити неможливо, але треба звести до допустимого мінімуму. Отже, потрібно говорити про раціональний економічний егоїзм, заснований на принципах взаємодопомоги, співробітництва і довіри між економічними суб'єктами, які при цьому не ігнорують почуття, інтереси і права інших суб'єктів заради досягнення власних цілей.

### Література

1. Rand Ayn The Virtue of Selfishness: A New Concept of Egoism. — New American Library, 1964.— 151 p.
2. Окун А. Рівність та ефективність: великий компроміс. — К.: Інститут демократії імені Пилипа Орлика, 1996. — 154 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К.; Ірпінь: ВТФ „Перун”, 2009. — 1736 с.
4. Платон. Законы // Платон. Государство. Законы. Политик. — М.: Мысль, 1998. — 798 с. — с. 688.
5. Франкл В. Человек в поисках смысла. — М.: Прогресс, 1990. — 368 с.
6. Новый словарь иностранных слов / О. М. Сліпущко. 20000 слів. — К.: Аконті, 2008. — 848 с.
7. Киршнер Дж. Искусство быть эгоистом; пер. с нем. С. Бернад. — СПб.: Питер, 2010. — 224 с.
8. Покрасс М. Л. Активная депрессия. Исцеление эгоизмом. — Самара: Изд. дом «Бахрах-М», 2006. — 576 с.
9. Гельвеций К. А. Об уме. — М.: Мир книги, Литература, 2007 — 560 с.
10. Паскаль Б. Думки / Бібліотека все-світньої літератури, серія I / Б. Паскаль. — М.: Художня література, 1974. — 282 с.
11. Gibbs J. C., Basinger K. S., Fuller D. Moral Maturity: Measuring the Development of Sociomoral Reflection. Hillsdale, NY: Lawrence Erlbaum Association, 1992.

### References

1. Rand Ayn The Virtue of Selfishness: A New Concept of Egoism. — New American Library, 1964.— 151 p.





2. Okun A. Rivnist' ta efektyvnist': velykyĭ kompromis. – K.: Instytut demokratii imeni Pylypa Orlyka, 1996. – 154 s. – s.61.

3. Velykyĭ tlumachnyĭ slovnyk suchasnoï ukrains'koï movy / Ukl. i holov. red. V.T. Busel. – K.; Irpin': VTF „Perun”, 2009. – 1736 s.

4. Platon. Zakony // Platon. Hosudarstvo. Zakony. Polytyk. – M.: Mysl', 1998. – 798 s. – s. 688.

5. Frankl V. Chelovek v poyskakh smysla. – M.: Prohress, 1990. – 368 s.

6. Novyĭ slovnyk inshomovnykh sliv / O. M. Slipushko. 20000 sliv. – K.: Akonit, 2008. – 848 s.

7. Kyrshner Dzh. Yskusstvo byt' éhoystom; per. s nem. S. Bernard. – SPb.: Pyter, 2010. – 224 s.

8. Pokrass M. L. Aktyvnaya depressyya. Ystselenye éhoizmom. – Samara: Yzd. dom «Bakhrakh-M», 2006. – 576 s.

9. Hel'vetsyĭ K. A. Ob ume. — M.: Myr knyhy, Lyteratura, 2007 – 560 s.

10. Paskal' B. Dumky / Biblioteka vsesvitn'oi literatury, seriya I / B. Paskal'. – M.: Khudozhnya literatura, 1974. – 282 s.

11. Gibbs J. S., Basinger K. S., Fuller D. Moral Maturity: Measuring the Development of Sociomoral Reflection. Hillsdale, NY: Lawrence Erlbawm Association, 1992.

### **Лихоносова А. С.**

#### **Рациональный эгоизм устойчивого развития Украины**

Представлено авторское видение рационального эгоизма национальных приоритетов и общественных ценностей Украины, отмечены критерии трактовки рационального эгоизма. Охарактеризованы противоположные позиции поведения экономических субъектов - эгоизм и альтруизм. Обоснована потребность Украины в новых стандартах экономического поведения на принципах нравственного сопоставления личностных интересов и общественных ценностей. Исследованы основные помехи, которые препятствуют личности выбрать путь развития с помощью механизмов рационального эгоиста.

*Ключевые слова:* эгоизм, рациональность, приоритет, личностные интересы, устойчивое развитие, общественные ценности.

### **Likhonosova G.**

#### **Rational egoism sustainable development of Ukraine**

Rendered author's vision of rational egoism national priorities and social values Ukraine illustrated interpretation criteria of rational egoism. Characterize opposing positions behavior of economic actors - egoism and altruism. Substantiates the need for Ukraine to new standards of economic behavior by comparing the moral principles of personal interests and social values. The basic obstacle that prevent the individual to choose the path of development through the mechanisms of rational egoists.

*Keywords:* selfishness, rationality, priority, personal interests, sustainable development, social values.

**Рецензент:** Гончаров В. М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економіка підприємства та трудові ресурси» Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Goncharov V. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Business economics and labour recourses Department Luhansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* vgonch@lnau.lg.ua

*Стаття подана  
12.05.2013 р.*

## ОПОДАТКУВАННЯ СТРАХОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ

У статті розглянуто особливості сучасного стану оподаткування страхової діяльності в Україні. Описано причини застосування особливого порядку оподаткування податком на прибуток доходів від страхової діяльності. Визначено найпроблемніші елементи оподаткування страхової діяльності та способи їх усунення. Запропоновано шляхи вирішення виявлених проблем оподаткування діяльності страхових компаній, означені перспективи подальших досліджень.

**Ключові слова:** оподаткування, страхування, корпоративний прибуток, страхова діяльність, страхова компанія.

**Постановка проблеми.** В умовах розбудови ринкової економіки поступова трансформація економічних та соціальних відносин зумовлює безліч проблем у фінансово-господарській діяльності страховиків. Особлива група фінансових проблем виникає у взаємовідносинах страховика з державою, оскільки на їх основі, через систему податків та інших платежів, здійснюється регулювання кінцевих результатів проведення процесу страхування. Система оподаткування страхової діяльності повинна забезпечувати збільшення вступів в бюджетну систему і сприяти оптимізації страхового ринку. У сучасних умовах дія податків як в першому, так і другому напрямі не можна визнати ефективним.

Відсутність чіткого визначення впливу особливостей страхової діяльності на форми оподаткування як страховиків, так і страхувальників, впровадження сучасних способів та методів податкового регулювання, які б гармонізували інтереси держави та суб'єктів страхової сфери, практична значущість та недостатня теоретична розробленість проблем, пов'язаних з удосконаленням податкового регулювання ринку страхових послуг, визначили вибір теми дослідження та її актуальність.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми оподаткування страхової діяльності були предметом дослідження багатьох видатних вчених зі світовим іменем, у тому числі лауреатів Нобелівської премії [1, с. 8], що одночасно свідчить і про їх актуальність, і про їх незавершеність. Вирішення питань у системі оподаткування страхових компаній знайшли висвітлення в публікаціях Л. В. Шіріняна [2], Ю. В. Іванцової [3], Г. Г. Козоріза [4], В. М. Стецюка [5] та інших.

Проте ряд питань податкового регулювання діяльності страхових компаній залишаються дискусійними, недостатньо вивченими вітчизняними фахівцями, недоведеними до рівня практичного використання, тому теоретичні засади і практика оподаткування суб'єктів страхової сфери потребують подальших досліджень та наукових розробок, адекватних сучасному рівню знань і результатам новітніх наукових досягнень.

**Метою дослідження** є визначення особливостей сучасного стану оподаткування страхових компаній та розробка пропозицій щодо оподаткування страхової діяльності в сучасних умовах функціонування економіки України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Поступовий процес трансформації економіки вимагає від системи оподаткування, як інструменту державного регулювання економічних і соціальних процесів, враховувати інтереси держави, підприємницьких структур та громадян. В той час практика свідчить про низький рівень ефективності вітчизняної моделі оподаткування страхових компаній, її неадекватність умовам функціонування ринкового господарства.

Зростання прибутковості й рентабельності роботи страхової організації досягається через постійну узгодженість її доходів та витрат в цілому по страховому фонду. Особливо привабливим є стабільне перевищення обсягів доходів над витратами, чим досягається фінансова стійкість всіх або переважної більшості страхових операцій. В основі її забезпечення лежать, насамперед, раціональні величини тарифних ставок (вигідні страховику й прийнятні для страхувальників), а також необхідний рівень концентрації коштів в страховому фонді. Саме при цій





умові досягається необхідне територіальне і в часі рознесення збитку.

На концентрацію засобів страхового фонду безпосередньо впливає постійно зростаюче число страхувальників й застрахованих об'єктів.

Забезпечення фінансової стійкості страхового фонду може аналізуватись з боку встановлення ймовірності недостатності коштів для страхових виплат в певному році та в аспекті співвідношення доходів й витрат страховика за звітний період.

Основним рушієм дискусії, навколо оподаткування страхових послуг, стала зростаюча тривога з приводу існуючих сьогодні широких можливостей для виведення за межі вітчизняної податкової системи масштабних коштів з використанням схем за участю страхових компаній. Система оподаткування страховиків істотно відрізняється від системи прийнятої для типового господарського товариства, що пов'язано з її особливим статусом. Через таку особливість страховий ринок несе податкове навантаження, яке не можна співвіднести з навантаженням інших галузей економіки. Зокрема, базою оподаткування страхових операцій є обсяг отриманих страховими компаніями премій, зменшений на розмір платежів, здійснених цими компаніями з метою перестраховування. До обрахованої таким чином суми застосовується ставка податку у розмірі 3% (крім операцій довгострокового страхування життя, які оподатковуються за ставкою 0%) [6, ст. 156]. Такий особливий податок був запроваджений з метою замінити звичайний – розрахований на основі валових доходів та валових видатків – податок на корпоративний прибуток.

Причиною застосування особливого порядку оподаткування податком на прибуток доходів від страхової діяльності вочевидь є ряд технічних складностей, що виникають при обрахуванні валових доходів та валових витрат страхової організації, оскільки її доходи та видатки суттєво рознесені в часі та припадають на різні звітні періоди [7, с. 241].

Будь-який альтернативний податок, запроваджений на заміну податку на корпоративний прибуток, повинен ставити страховий бізнес в умови, що є принаймні наближено рівними до умов роботи інших підприємницьких структур, а також забезпечувати еквівалентний набір економічних стимулів

для кожного із видів діяльності. У протилежному випадку створюватимуться потужні стимули для податкового арбітражу, тобто для штучного переведення прибутків із секторів в вищим податковим навантаженням до сектору із нижчим задля зменшення власних податкових зобов'язань.

Можна виділити два найпроблемніших елементи оподаткування страхової діяльності, що відкривають безпосередні можливості для податкового планування і відтак потребують вирішення. По-перше, це норма, яка дозволяє страховим компаніям списувати обсяги перестрахових виплат, а, по-друге, – власне рівень ставки податку та база, до якої вона застосовується. Усунути ці схеми можна двома способами – перевірши страхові компанії на загальну систему оподаткування або в межах існуючої системи, усунути можливість зменшення об'єкта оподаткування на перестраховування.

Ідеальний спосіб оподаткування страхового бізнесу полягає у стягненні податку безпосередньо з корпоративного прибутку страхової компанії [8, с. 114]. Така система ставила би страховий бізнес у рівні умови з іншими підприємницькими структурами і не створювала б економічних стимулів до податкового планування. Пряме оподаткування страхових прибутків покликане максимально точно зіставити валові доходи та витрати компанії з метою коректного підрахунку чистого прибутку. Попри те, що пряме оподаткування таких прибутків потребує надзвичайно кропіткої роботи з розробки адекватних податкових норм, воно все ж таки є можливим і його застосовують у багатьох країнах.

Більше того, у більшості розвинених податкових систем поширеною є практика паралельного застосування податку на прибуток страхових компаній із певною формою альтернативного податку на страхову діяльність (крім валового обсягу премій, альтернативною базою оподаткування можуть бути активи, капітал, обсяг страхових резервів або страхових трансакцій). Однак у багатьох цих країнах прямий податок співіснує з податком на валовий обсяг премій (щоправда, без зменшення його на обсяг перестрахових платежів), хоча причини для паралельного застосування цих інструментів відрізняються між країнами.

Складність податкового обліку страхової діяльності зумовила застосування в

Україні особливої системи оподаткування страховиків (3% оподаткування валових доходів), що призвело до використання страхування в «тіньових» схемах ухилення від оподаткування. З огляду на це, податкова політика у сфері страхової діяльності потребує подальшого реформування, яке полягає у переході від оподаткування валових премій до оподаткування прибутку страхових компаній [9, с. 108].

Страховики мають право створювати на території України та за її межами, з правами відокремлених підрозділів страховиків, представництва, а також філії, що здійснюють свою діяльність тільки на території України відповідно до чинного законодавства України. Статті про прибуток передбачають можливість сплати консолідованого податку. Страхові компанії не можуть застосувати метод консолідованого податку на прибуток, оскільки понесені страховиком витрати й амортизаційні відрахування не належать до об'єкта оподаткування страхової діяльності. Сума податку на прибуток філій за відповідний звітний (податковий) період визначається розрахунково, виходячи із загальної суми консолідованого податку, нарахованого платником податку та розподіленого пропорційно до питомої ваги суми валових витрат філій та амортизаційних відрахувань, нарахованих за основними фондами такого платника податку, які розташовані за місцезнаходженням філій, у загальній сумі валових витрат та амортизаційних відрахувань цього платника податку. Оскільки питома вага валових витрат у загальній сумі витрат незначна, а в більшості випадків взагалі її немає, то унеможлиблюється застосування механізму сплати консолідованого податку на прибуток. У цьому разі основний податковий тягар нестиме головне підприємство, тож втрачається сам сенс застосування механізму консолідованого податку. Отже, в оподаткуванні філій страховика є ще одна проблема.

Існування різних підходів до оподаткування реального сектора економіки та видів страхової діяльності призводить до стимулювання переведення доходів із секторів з вищим податковим навантаженням у сектор страхування, де воно значно нижче. Такий стан справ викликав занепокоєння як державних податкових органів, так і уряду. Адже саме різний рівень оподаткування є передумовою для запровадження фінансових схем

за участі страхових організацій з метою мінімізації податків.

Заслуговує на увагу той факт, що існуюче оподаткування в страховій галузі має багато протиріч. Основна операційна діяльність включає надходження та витрати, які оподатковуються за різними ставками й мають різний об'єкт оподаткування. Повернуті суми зі страхових резервів, відраховані в попередні періоди, були вже враховані в попередньому періоді при оподаткуванні валових страхових платежів, крім переданих у перестрахування резиденту. Після повернення зі страхових резервів у новому періоді держава знову оподатковує ці кошти за ставкою 19 % [6, ст. 151], враховуючи ці грошові надходження у складі валового доходу страховика. Однак, очевидно, що цей дохід було отримано за основною операційною діяльністю. Отже, це призводить до подвійного податкового навантаження на страховиків, хоча за логікою відсутності подвійного оподаткування цього не повинно бути [2, с. 81].

Іншим прикладом подвійного оподаткування є перестрахова діяльність резидента у страховика-нерезидента. Перший раз здійснюється оподаткування валових страхових платежів, оскільки зменшується сума таких платежів лише в разі перестрахування у резидента. Тому якщо страховик-резидент спрямує кошти до перестраховика-нерезидента, держава знову оподатковує такі кошти залежно від рейтингу фінансової надійності нерезидента.

Більшість учасників класичного страхового ринку України індиферентно ставляться до вибору системи оподаткування. Для побудови системи управління страховими податковими ризиками у страховій галузі важливо, щоб це була єдина ставка, а також було передбачено перехідний період як мінімум на два роки. Але підхід до питання оподаткування страхової діяльності повинен бути збалансованим, бо зростання ставки оподаткування може призвести до подорожчання страхових послуг та збільшить собівартість страхового поліса до невиправданих сум [3].

Виявлені проблеми оподаткування діяльності страхових компаній потребують вирішення за допомогою використання податкової оптимізації та вдосконалення податкової політики, оскільки в сучасних умовах це питання набуває особливої значимості.







Сутність концептуальних напрямів удосконалення податку з прибутку полягає у тому, щоб:

–об'єктом оподаткування обрати прибуток як підсумок роботи за звітний період;

–базу податку визначати як різницю між валовими доходами та валовими витратами й амортизацією;

–до бази оподаткування застосовувати звичайну ставку податку, встановлену для усіх платників податку.

Однією з альтернатив є запровадження змішаної системи оподаткування прибутку й валових доходів страховиків. Ставки податку слід диференціювати залежно від частоти реалізації ризику (чим вища ймовірність настання страхового випадку, тим меншою має бути ставка податку). Запровадження змішаної системи оподаткування поставить страхові компанії в рівні ринкові умови господарювання з іншими видами діяльності, зменшить ризик банкрутства більшості з них, а також дасть можливість зберегти існуючу тенденцію росту надходжень по податку прибуток страховиків у бюджет, істотно скоротить обсяги податкової оптимізації, дасть поштовх для розвитку класичного страхування, що є постачальником інвестиційних ресурсів на потребі розвитку економіки.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** У результаті виконаного дослідження є можливим зробити такі висновки:

1. Оподаткування прибутку страхових організацій має свої особливості, оскільки страхова діяльність виконує захисну функцію. Страхова організація може здійснювати страхову, інвестиційну, фінансову та іншу діяльність. Тому застосовується змішаний тип оподаткування прибутку від різних напрямів діяльності.

2. В сучасних умовах йдеться дискусія щодо переходу оподаткування прибутку страхових компаній на загальну основу, що є недоцільним, як вважають представники з боку страховиків. Застосування 19-ти % ставки призведе до поглиблення податкового навантаження на страхові компанії.

3. Оподаткування сфери страхових послуг має багато недоліків і проблем. Альтернативний податок на страхові премії, загальний податок на прибутки від іншої діяльнос-

ті спонукає страхових організацій до застосування схем ухилень від сплати, тобто призводить до порушень податкового законодавства.

4. Удосконалення механізму оподаткування підприємств у тому числі й страхових компаній повинно здійснюватися на державному рівні, тобто шляхом прийняття відповідних законів. Треба не тільки покращувати кількісно – технічні аспекти податків та зборів (знижувати ставки, розширювати податкову базу та ін.), а й модифікувати обліково-інформаційні аспекти, тобто вдосконалювати податкову звітність, максимально наближувати податковий та бухгалтерський облік, впроваджувати системи комп'ютеризовані програми сплати податків та зборів.

5. Досвід країн, що пережили досить важкий економічний стан, аналогічний тому, в якому сьогодні опинилася Україна, свідчить про те, що суспільство може вирішити цілу низку економічних, соціальних та політичних проблем за допомогою збільшення кількості об'єктів недержавного страхування, розширення спектру страхових послуг, що відповідно сприятиме вирішенню проблем оподаткування страхової діяльності.

### Література

1. Островерха Р.Е. Податкове регулювання ринку страхових послуг в Україні: автореф. на здобуття канд. екон. наук.: Р. Е. Островерха. – Національний університет ДПС України. – Ірпінь, 2007. – 17с.
2. Шірінян Л.В. Оподаткування страхових компаній України // Фінанси України. – 2010. – №5. – С. 76-85.
3. Іванцова Ю.В. Оподаткування страхової діяльності [Електронний ресурс] / Ю.В. Іванцова – Режим доступу: <http://intkonf.org/ivantsova-yuv-opodatkuvannya-strahovoi-diyalnosti/>.
4. Козоріз Г. Г. Аналіз змін в оподаткуванні та оцінка їх впливу на розвиток страхового ринку України // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. Вип. № 1(10), 2011. – с. 183-189.
5. Стецюк В.М. Асиметрія оподаткування страхових компаній. – Тернопіль. – 2011р.
6. Податковий кодекс України. – К.: ДП «ІВЦ ДПА України», 2010. – 336 с.
7. Бондаренко О.В. Особливості системи оподаткування страхових компаній //



Науковий вісник. – 2007. – вип.17.3. – С. 239-247.

8. Островерха Р.Е. Податкове регулювання попиту і пропозиції страхових послуг // Науковий вісник НУДПСУ (економіка, право). – 2009. – С. 114-121.

9. Турило А. М., Зінченко О. А. Показники і критерії оцінки якості прибутку на стадії його формування в системі менеджменту підприємства // Фінанси України. – 2008. – № 10. – с. 107-115.

### References

1. Ostroverkhova R.E. Podatkove rehulyuvannya rynku strahovykh poslug v Ukraïni: avtoref. na zdobuttya kand. ekon. nauk.: R.E. Ostroverkhova. – Natsional'nyy universytet DPS Ukraïny. – Irpin', 2000. – 17 s.

2. Shirinyan L.V. Opodatkuvannya strakhovykh kompaniy Ukraïny // Finansy Ukraïny. – 2010. – №5. – s. 76-85.

3. Ivantsova Yu.V. Opodatkuvannya strakhovoi diyal'nosti [Elektronnyy resurs] / Yu.V. Ivantsova – Rezhy m dostupu: [http://](http://intkonf.org/ivantsova-yuv-opodatkuvannya-strahovoi-diyalnosti)

intkonf.org/ivantsova-yuv-opodatkuvannya-strahovoi-diyalnosti.

4. Kozoriz H.H. Analiz zmin v opodatkuvanni ta otsinka ikh vplyvu na rozvytok strakhovoho rynku Ukraïny // Finansovo-kredytna diyal'nist': problemy teorii ta praktyky. Vyp. № 1(10), 2011. – s. 183-189.

5. Stetsyuk V. M. Asymetriya opodatkuvannya strakhovykh kompaniy. – Ternopil'. – 2011 r.

6. Podatkovyy kodeks Ukraïny. – K.: DP «IVTS DPA Ukraïny», 2010. – 336 s.

7. Bondarenko O.V. Osoblyvosti systemy opodatkuvannya strakhovykh kompaniy // Naukovyy visnyk. – 2007. – vyp.17.3. – s. 239-247.

8. Ostroverkhova R.E. Podatkove rehulyuvannya popytu i propozyziy strakhovykh poslug // Naukovyy visnyk NUDPSU (ekonomika, pravo). – 2009. – s. 114-121.

9. Turylo A. M., Zinchenko O.A. Pokaznyky i kryterii otsinky yakosti prybutku na stadii yoho formuvannya v systemi menedzhmentu pidpryyemstva // Finansy Ukraïny. – 2008. – №10. – S. 107-115.

**Калинеску Т. В., Децик Ю. Г.**

### Налогообложение страховой деятельности в Украине: современные проблемы и тенденции

В статье рассмотрены особенности современного состояния налогообложения страховой деятельности в Украине. Описаны причины применения особого порядка налогообложения на прибыль доходов от страховой деятельности. Определены самые проблемные элементы налогообложения страховой деятельности и способы их устранения. Предложены пути решения выявленных проблем налогообложения деятельности страховых компаний, указаны перспективы дальнейших исследований.

*Ключевые слова:* налогообложение, страхование, корпоративная прибыль, страховая деятельность, страховая компания.

**Calinescu T., Detsyk Y.**

### Taxation of insurance in Ukraine: modern problems and trends

In this article, it is presented the modern taxation of the State insurance, and its activities in Ukraine. Like that, it is described the causes of the special taxation on profit from the insurance activities. Also, it is defined the most problematic elements of the taxation in the insurance activities, and their solutions. For this reason, it has been suggested new ways to address the identified taxation problems of insurance companies, which will be expressed by the further research perspectives.

*Keywords:* taxation, insurance, profits, insurance activities, insurance company.

**Рецензент:** Заблодська І. В. – доктор економічних наук, професор, Директор Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень Національної академії наук України, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Zablodskaya I. – Professor, Ph.D. of Economics, Director of the Institute of economic and legal research Lugansk branch National academy sciences of Ukraine, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* zablodin@yandex.ru

Стаття подана  
27.03.2013 р.



## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН

В статті розглянуто соціально-психологічну структуру податкових взаємовідносин, яка являє собою складну систему, визначення якої залежить від цілей формування таких взаємовідносин, необхідність досягнення яких у свою чергу формує специфічні типи організаційних структур як з боку платника податків так і з боку Державної податкової служби України. Охарактеризовано варіанти формування податкових взаємовідносин, зокрема означено піраміду формування податкових взаємовідносин, яка передбачає дії за певним алгоритмом, проходження етапів та опанування позиції платників податків та працівників податкових органів.

**Ключові слова:** податкове регулювання, соціально-психологічна структура, податкові взаємовідносини, платники податків, моральна відповідальність.

**Постановка проблеми.** Соціально-психологічна структура податкових взаємовідносин являє собою складну систему, визначення якої багато в чому залежить від наявних цілей формування таких взаємовідносин, необхідність досягнення яких у свою чергу формує специфічні типи організаційних структур як з боку платника податків так і з боку ДПС.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблеми існування податкових конфліктів привертають увагу дослідників бюджетно-податкових відносин вже не перший рік [1, с. 18; 2, с. 56-78; 4, с. 195–202; 5, с. 425; 6, с. 275]. Однак, до теперішнього часу ще не напрацьовано достатньо матеріалу щодо соціально-психологічних аспектів формування податкових взаємовідносин.

Тільки тоді, коли існує чіткий проект, який визначає, чого хоче досягти як основного результату діяльності та чи інша організація, констатує Ю. М. Швалб [1, с. 68], коли існує розгорнута програма, яка фіксує те, яким чином це буде досягатися, і коли є детальний план, який встановлює часові рамки дій, можна розраховувати на створення потужної організації. Розгорнутий план визначає головний напрямок діяльності і являє собою керівний документ, який встановлює етапи на шляху до реалізації кінцевої мети. План має відображати реальні потреби, містити довгострокові та короткострокові цілі й зазнавати коригування не з примхи керівництва, а мірою дійсної зміни ринкової ситуації та місця організації в ній.

**Мета статті** полягає у визначення основних соціально-психологічних аспектів формування податкових взаємовідносин.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У найзагальнішому вигляді ціль – це образ погрібного майбутнього. У цьому образі поєднані бажання та потреби людей, з одного боку, та їхнє уявлення про можливе – з іншого. Коли у змісті цілі переважають бажання без урахування можливостей, то ми маємо справу з абстрактною метою, з проектом або навіть з мрією, яка найімовірніше ніколи не буде реалізована в житті.

У світовій практиці розроблено кілька варіантів процесу постановки цілей в організаціях. Перший зорієнтований на побудову піраміди планування. Тут з однієї загальної мети ієрархічно виводиться ланцюжок більш окремих цілей і завдань.

У другому варіанті, який має назву гетерархія цілей, передбачається, що існування організації має не один, а декілька рівнозначних, рівноцінних напрямків діяльності, і стосовно кожного мають бути сформульовані свої системи цілей.

Охарактеризуємо детальніше означені варіанти. Перший варіант – піраміда формування податкових взаємовідносин, передбачає дії за певним алгоритмом, основні етапи якого з позиції цілей та результатів формування податкових взаємовідносин висвітлені в табл. 1.

При правильній організації діяльності тактика розробляється нижчою ланкою керівництва, затверджується керівництвом середньої та вищої ланок, а впроваджується рядовими співробітниками під керівництвом управлінців нижчої ланки [2, с. 68]. У цьому випадку лінійний підрозділ та самі співробітники отримують можливість розподіляти свої зусилля найбільш ефективним чином. Окрім того, у такий спосіб вони перебирають на себе частину відповідальності за весь процес виробництва.



Таблиця 1

**Етапи формування податкових взаємовідносин**

Етапи	Ціль	Результат
1 етап	Обґрунтування мети формування й подальшого розвитку податкових взаємовідносин	Передбачення задоволення вимог певної категорії споживачів. Мета визначається носіями податкових правовідносин до початку господарської діяльності. Вона може дещо змінюватись протягом її діяльності, але її не можна змінювати часто. Зазвичай мета кардинально змінюється в разі переорієнтації діяльності платника
2 етап	Визначення принципів у сфері оподаткування	Засади організаційної культури, які стають підґрунтям діяльності платника податків, які не зазнають коригування на законодавчому рівні
3 етап	Визначення завдань податкової ситуації	Перспективна стратегія діяльності платника податків, яка визначає довгострокову спрямованість його існування
4 етап	Створення параметрів податкової ситуації	Кількісні результати, яких платник планує досягти в певний період свого існування
5 етап	Розробка стратегії податкової поведінки	Узгоджене розв'язання завдань, відповідальність за яких несе податковий менеджер та керівник організації
6 етап	Тактика податкових переговорів	Наближення до заданих параметрів ефективності податкових взаємовідносин. Це конкретні короткострокові податкові завдання, розраховані на один, максимум три роки (за умов нестійкої економіки "тактичний" період може скорочуватися до кількох місяців)

Отже, цикл планування, тобто процес постановки цілей і завдань, має охоплювати всі рівні – від організації загалом до конкретних співробітників. Найскладнішим і найвідповідальнішим моментом є етап взаємного узгодження запропонованих цілей у перспективні плани. Ускладнення випливають з того факту, що на кожному організаційному рівні завдання та проблеми виробництва бачаться співробітниками під різним кутом зору. Узгодження різних точок зору є доволі важким, але дуже важливим процесом. В результаті його успішного проходження усі співробітники організації отримують певні здобутки. По-перше, керівництво починає краще розуміти точку зору співробітників. По-друге, співробітники бачать вище керівництво у реальній діяльності. По-третє, така організація виключає можливість того, що "хтось там нагорі" розробить план і запропонує його для виконання. Після такої роботи кожний співробітник знає й розуміє важливість планування і знаходить своє місце у цій системі планів організації.

Керівники, які надають співробітникам право участі в управлінні організацією, дуже швидко помічають, як зростає продуктивність праці робітників, збільшується кількість їхніх пропозицій, спрямованих на поліпшення виробничого процесу, і взагалі підвищується відповідальність працівників.

Участь у справах організації фактично перетворює працівника на підприємця.

Другий варіант – гетерархія цілей. Цей підхід ґрунтується на уявленні, що організація реально включена одночасно в кілька процесів: власне виробництво, відносини зі споживачем, власними співробітниками тощо. Кожний з них не менш значимий, ніж саме виробництво. Ігнорування будь-якого з них призводить до зменшення загальної ефективності і навіть загрожує існуванню організації.

Виокремлюють сім головних сфер діяльності (або напрямів) [2, с. 78], які мають першорядне значення для життя будь-якої організації. Це – суспільна відповідальність, виробничі процеси, стиль управління, співробітники, клієнти, прибуток, організаційне зростання. За кожним з цих напрямів будується своя піраміда цілей. Причому правила та способи побудови кожної піраміди в принципі можуть бути такими самими, як і у першому варіанті, але кінцевий підсумок – це співвіднесеність і узагальненість всіх семи пірамід у цілісну концепцію організації.

Для того щоб платники податків та працівники органів ДПС справді включилися у постановку та реалізацію спільних цілей, мають бути створені відповідні передумови.

В усі підрозділи підприємства (виступає з боку платника податків) бажано залу-





чити активних і творчих співробітників. Їм необхідно забезпечити можливість вдосконалювати свої вміння та здібності через організацію постійних тренувальних програм і програм подальшого навчання для виходу на новий, більш високий рівень. Це особливо важливо в галузі економіки техніки, які особливо швидко прогресують сьогодні. Результати, гарні для сьогоднішнього дня, можуть бути перевищені завтра; тому кожен співробітник має постійно прагнути нових і кращих результатів.

Це має стати можливим для співробітників усіх відділів, які розуміють і приймають цілі та стиль управління підприємством. Керівники не тільки самі мають бути вмотивовані, але й повинні відшукати можливість надихнути своїх співробітників на досягнення цілей організації.

Організація має орієнтуватись на реалізацію своїх цілей у повному обсязі. Співробітники всіх її підрозділів повинні діяти виключно на підставі загально визначених як добре відомих усім правил ведення справ. На практиці це може забезпечуватись не тільки внутрішніми приписами. Дедалі більшу роль в налагодженні праці в організації має відігравати її цілісність і наступність виробничих традицій, які можуть передаватись від однієї генерації співробітників до іншої.

Навіть якщо усі співробітники організації будуть діяти відповідно до трьох зазначених вище головних передумов, цього не буде достатньо. Максимум ефективності організації і її суспільної користі буде досягнуто лише тоді, коли всі підрозділи та співробітники підприємства усвідомлено працюватимуть задля спільної мети.

Таким чином, постановка цілей є необхідною умовою ефективної взаємодії податкових органів та платників податків [2, с. 68]. Водночас не важко помітити, що сам спосіб планування (постановки цілей) є одним із визначальних соціально-психологічних чинників життєдіяльності кожної окремої організації. Повноцінне життя починається з участі всіх співробітників у проектуванні, програмуванні та плануванні виробничої діяльності.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, соціально-психологічні аспекти формування податкових взаємовідносин являє собою комплекс взаємозалежних внутрішніх та зовнішніх, соціальних, психологічних, виробничих і

управлінських функцій цивілізаційного суспільства, а також соціально-психологічних механізмів соціальної регуляції організаційної діяльності. Чітке виконання сторонами податкових правовідносин своїх функцій та розуміння й оптимальне використання керівництвом обох механізмів регуляції організаційної діяльності є запорукою ефективності їхньої роботи. Важливим чинником збільшення продуктивності податкових взаємовідносин є знання та використання їхніми носіями науково обґрунтованих законів функціонування сучасного партнерського підприємства та принципів соціальної відповідальності.

### Література

1. Філіпенко А. С. Економічний розвиток сучасної цивілізації: навч. посіб. – 3-є вид., перероб. і допов. / А. С. Філіпенко. – К.: Знання, 2006. – 316 с.
2. Власова О. І. Соціальна психологія організацій та управління : підручник / О. І. Власова, Ю. В. Никоненко. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 398 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ "Перун", 2009. – 1736 с.
4. Калінеску Т. В. Формування механізму податкової самодостатності регіону / Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова // Податкове регулювання в умовах депресивних регіонів: монографія / [Колектив авторів], [За наук. ред. Т.В. Калінеску]. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. – С. 195–202.
5. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи: монографія / П. В. Мельник, Л. Г. Тарангул, З. С. Варналій; за ред. З. С. Варналія. – К.: Знання України, 2008. – 675 с.
6. Податкова служба України: події та люди / Г. І. Бондаренко, Е. П. Єрмолаєва, В. І. Федько, О. В. Чуприна; Всеукр. громад. орг. "Асоц. ветеранів держ. податкової служби України". – К.: Фенікс, 2010. – 748 с.
7. Податкові конфлікти: особливості вирішення: навч. посіб. / Л. В. Трофімова та ін.; за заг. ред. Л. В. Трофімової, канд. юрид. наук, доц.; Держ. податк. адмін. України. – К.: КНТ, 2010. – 360 с.
8. Соціально-економічні каталізатори інноваційної активності підприємств : монографія / Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова, О.



Д. Кирилов, М. О. Наталенко. – Луганськ : вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2012. – 288 с.

### References

1. Filípenko A. S. Yekonomích-niy rozvitok suchasnoï tsivilízatsiï: navch. posíb. – 3-ê vid., pererob. í dopov. / A. S. Filípenko. – K.: Znannya, 2006. – 316 s.
2. Vlasova O. Í. Sotsiál'na psi-khologíya organízatsiy ta upravlinnya : pídruch-nik / O. Í. Vlasova, YU. V. Nikonenko. – K.: Tsentri uchbovoï literaturi, 2010. – 398 s.
3. Velikiy tлумachniy slovník suchasnoï ukraïns'koï movi / Ukl. í golov. red. V. T. Busel. – K.: Írpin': VTF "Perun", 2009. – 1736 s.
4. Calinescu T. V. Formuvannya mekhanizmu podatkovoi samodostatnosti re-gionu / T. V. Calinescu, G. S. Likhonosova // Podatkove reguluyuvannya v umovakh depresivnikh regioniv: monografiya / [Kolektiv avtoriv], [Za nauk. red. T.V. Kalinesku]. – Lugans'k: vid-vo SNU ім. V. Dalya, 2011. – S. 195–202.
5. Podatkova polítika Ukraïni: stan, problemi ta perspektivi: monografiya / P. V. Mel'nik, L. G. Tarangul, Z. S. Varnaliy; za red. Z. S. Varnaliya. – K.: Znannya Ukraïni, 2008. – 675 s.
6. Podatkova sluzhba Ukraïni: podii ta lyudi / G. Í. Bondarenko, Ye. P. Êrmolaeva, V. Í. Fed'ko, O. V. Chuprina; Vseukr. gromad. org. "Asots. veteraniv derzh. podatkovoi sluzhbi Ukraïni". – K.: Feniks, 2010. – 748 s.
7. Podatkoví konfliktí: osoblivostí virishennya: navch. posíb. / L. V. Trofimova ta ín.; za zag. red. L. V. Trofimovoi, kand. yurid. nauk, dots.; Derzh. podatk. admín. Ukraïni. – K.: KNT, 2010. – 360 s.
8. Sotsiál'no-yekonomichni katalizatori innovatsiynoi aktivnosti pídpriemstv : monografiya / T. V. Calinescu, G. S. Likhonosova, O. D. Kirilov, M. O. Natalenko. – Lugans'k : vid-vo SNU ім. V. Dalya, 2012. – 288 s.

**Кириллов О. Д.**

#### Социально-психологические аспекты формирования налоговых взаимоотношений

В статье рассмотрена социально-психологическая структура налоговых взаимоотношений, которая представляет собой сложную систему, определение которой зависит от целей формирования таких взаимоотношений, необходимости достижения которых в свою очередь формирует специфические типы организационных структур как со стороны налогоплательщика так и со стороны Государственной налоговой службы Украины. Охарактеризованы варианты формирования налоговых взаимоотношений, в частности отмечено пирамиду формирования налоговых взаимоотношений, которая предусматривает действия по определенному алгоритму, прохождение этапов и понимание позиций налогоплательщиков и работников налоговых органов.

*Ключевые слова:* налоговое регулирование, социально-психологическая структура, налоговые взаимоотношения, налогоплательщики, моральная ответственность.

**Kyrylov O.**

#### Social and psychological aspects oftax relations

The paper considers the socio-psychological structure of tax relations, which is a complex system, the definition of which depends on the purpose of forming such relationships need to achieve which in turn generates specific types of organizational structures of both the taxpayer and the State Tax Service of Ukraine. The characteristic variations formation of tax relations, including a pyramid formation is indicated fiscal relations, which includes action on a particular algorithm playing stages and mastering position of taxpayers and the tax authorities.

*Keywords:* tax regulations, socio-psychological structure, the relationship between tax, taxpayers, moral responsibility.

**Рецензент:** Гончаров В. М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економіка підприємства та трудові ресурси» Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Goncharov V. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Business economics and labour recourses Department Luhansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* vgonch@lnau.lg.ua

Стаття подана  
10.05.2013 р.





## МИТНА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ: СУТНІСТЬ І ФУНКЦІЇ

У статті митна політика розглядається у широкому та вузькому значенні. Досліджено національні митні інтереси України. Запропоновано складові митної політики як системи: нормативно-правове забезпечення; інституціональне забезпечення; інформаційно-аналітичне забезпечення; матеріальне та фінансове забезпечення; забезпечення висококваліфікованим кадрами; методи та інструменти митного регулювання. Розглянуто основні функції митної політики – захисну, фіскальну та регулятивну функції.

**Ключові слова:** митна політика, митні інтереси, митна безпека, конфлікт, функції, складові.

**Постановка проблеми.** Невід’ємною складовою фінансової політики держави є митна політика, яка набуває все більшого значення у зв’язку з інтеграційними процесами у всьому світі. Саме митна політика відображає правила взаємодії між державами, у прямій залежності від митної політики знаходиться ефективність зовнішньоекономічної діяльності країни. Неабияку роль формування митної політики України відіграє у забезпеченні економічної безпеки країни, особливо після набуття членства у СОТ, оскільки відкриття національних ринків так чи інакше пов’язане зі збільшенням конкуренції для українських товаровиробників і вірогідністю поставок неякісних товарів на українські ринки. При цьому митна політика може використовуватись і як стимулятор, і як дестимулятор економічного розвитку держави. Тож дослідження особливостей і функцій митної політики України в умовах інтеграційних процесів набувають ще більшої актуальності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У вітчизняних наукових роботах питання митної політики висвітлено у працях таких вчених, як І. Бережнюк, А. Стельмашук, Т. Калінеску, А. Єршов, П. Пашко, Н. Осадча, А. Луцик, О. Борисенко, В. Ченцов та інших вчених.

Як зазначає І. Бережнюк [1, с. 11], митна політика – це система поглядів, ідей та переконань, яка формує основні правові та економіко-організаційні принципи митної справи.

А. Стельмашук [2, с. 280] трактує митну політику як систему принципів і напрямів діяльності держави у сфері забезпечення своїх економічних інтересів та безпеки за допомогою митно-тарифних та нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі.

Вона реалізує як економічні, так і політичні цілі, які визначаються державним устроєм, існуючою законодавчою базою та соціально-економічним напрямом розвитку суспільства, які визначаються як одне ціле.

На думку Т. Калінеску та К. Баляба [3] митна політика – це система принципів та напрямів діяльності задля реалізації економічних інтересів та безпеки за допомогою митно-тарифних та нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі держави.

А. Єршов [4, с. 33-34] підкреслює, що усі відомі інтерпретації митної політики, залежно від підходу до цього поняття, можна об’єднати в чотири групи: владно-правовий, організаційно-інституціональний, економічний та психоетичний.

Владно-правовий підхід тлумачення митної політики орієнтується на висвітлення її основних положень через дії, спрямовані на здобуття, утримання та використання державної влади в сфері регулювання зовнішньоекономічної діяльності. У межах цього підходу митна політика трактується як система або комплекс заходів, правил регулювання зовнішньоекономічної діяльності, перш за все адміністративно-владного характеру або ж як упорядкованість та регулятивність у цій сфері – за допомогою нормативно-правової бази.

Відповідно до організаційно-інституціонального підходу митна політика формується через державні організації та інститути, в яких вона розробляється, визначається й реалізується. До таких державних інституцій у першу чергу належить Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України та інші органи виконавчої влади.

Економічний підхід до митної політики пов’язаний в основному з запровадженням у життя внутрішньої та зовнішньої еко-



номічної політики держави, заснованої на протекціонізмі, вільній торгівлі чи гармонійному поєднанні двох попередніх напрямів.

Психоетичний підхід до митної політики пов'язаний насамперед із тим, що політика – це своєрідна характеристика відносин, які складаються в процесі її розробки, прийняття та реалізації. Митна політика з психоетичних позицій – це сфера продуманих конфліктно-консенсусних кроків, маневрів, лавірувань, вимушених компромісів, погоджень, натисків та бар'єрів. Усі чотири складові митної політики взаємопов'язані та взаємозалежні, тому всі вони важливі й повинні мати рівносильне значення [4, с. 34].

У Митному Кодексі України державна політика у сфері державної митної справи визначається як система цілей, принципів, функцій, напрямів, засобів і механізмів діяльності держави, спрямованих на забезпечення національних митних інтересів та безпеки України, регулювання зовнішньої торгівлі та захист внутрішнього ринку, розвиток національної економіки та її інтеграцію до світової економіки, наповнення державного бюджету [5, ст. 5].

Проте, на думку П. Пашка та Н. Осадчої [6, с. 10] у діючому Митному кодексі України [5] існують певні правові колізії з Конституцією України та іншими законодавчими актами, що потребує уточнення його положень в частині використання термінів «митна політика» та «митна справа».

Визначення функцій митної політики є важливою складовою формування механізму забезпечення митної безпеки держави, що в умовах глобалізації та введення єдиних механізмів, які забезпечують реалізацію митної справи в різних країнах світу, будуть сприяти спрощенню та прозорості митних процедур, їх прискоренню, зменшенню кількості митних документів, їх уніфікації та використанню єдиних документів у різних країнах, обміну інформацією між митними адміністраціями країн, посиленню міжнародної боротьби з митним шахрайством і переходу на принципову, системну основу формування та реалізації митної політики держави [7, с. 11].

Дослідивши наукові праці в галузі митної політики, можна дійти висновку про відсутність єдиного підходу щодо визначення категорії «митна політика» та її функцій.

**Метою статті** є формулювання власного бачення категорії «митна політика», її функцій та особливостей здійснення в умовах інтеграційних процесів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проаналізувавши наведені вище визначення митної політики, можна говорити про багатоаспектність і неоднозначність даного поняття. Митна політика як економічна категорія може розглядатися у широкому і вузькому значеннях.

У широкому значенні митна політика представляє собою сукупність принципів засад, які є основою митної безпеки держави та складовою державної політики. У більш вузькому значенні митну політику можна представити як систему взаємопов'язаних елементів, яка покликана забезпечити національні митні інтереси в умовах інтеграційних процесів.

Інтерес у філософському розумінні трактується як [8, с. 213]:

1) реальна причина соціальних дій, подій, здійснень, яка стоїть безпосередньо за спонуканнями (мотивами, помислами, ідеями і т.п.) індивідів, які беруть участь у цих діях, соціальних груп, класів;

2) участь людини в якій-небудь події або факті, викликана як властивістю факту, так і схильностями самої людини.

Тобто інтереси є реальною причиною діяльності суб'єктів і спрямовані на задоволення певних потреб. Саме інтереси є стимулом до розвитку будь-якого суб'єкта. Проте, у Митному кодексі України [5, ст. 6] такі поняття, як «митні інтереси», «митна безпека», на жаль, не мають жодної конкретики та містять лише посилення один на одного.

На думку П. В. Пашка [9, с. 11] митні інтереси – це певний спектр (сукупність) національних інтересів держави, що пов'язані із їх забезпеченням і реалізацією виконання митної справи й задоволення яких сприяє забезпеченню ефективного функціонування, стійкого розвитку економічної системи, зменшенню загроз національній безпеці України, стабільності в суспільстві в сферах, що пов'язані з митною сферою та визначається поточним станом зовнішньоекономічних відносин, повнотою задоволення матеріальних потреб громадян, ступенями реалізації визначених стратегічних орієнтирів соціально-економічного розвитку й захисту культурного та інформаційного середовища держави,





станом зовнішньоекономічної та митної безпеки.

Тож на нашу думку національні митні інтереси України полягають перш за все, у забезпеченні митної безпеки держави; стимулюванні інтеграції вітчизняної економіки до системи світових господарських зв'язків; реалізації фіскальної функції митної політики; захисті інтересів внутрішнього ринку, інтелектуальної власності; підвищенні інвестиційної привабливості української економіки тощо.

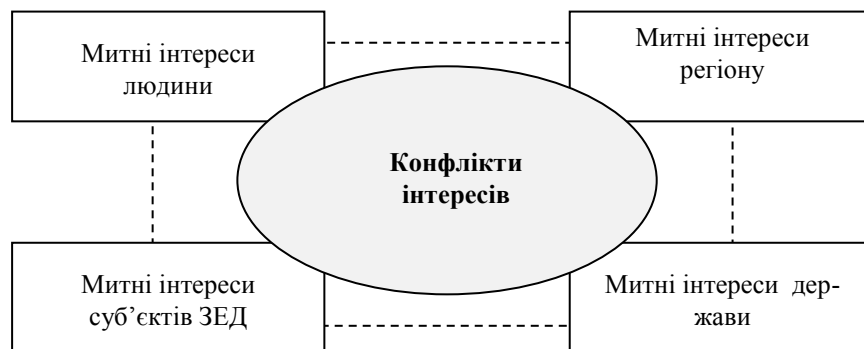


Рис. 1. Конфлікти в митному середовищі

Митні інтереси в більшості своїй викликають конфлікт інтересів (рис. 1), оскільки головним завданням суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності є максимізація прибутку (не завжди законним шляхом), а завданням митних органів – реалізація фіскальної функції шляхом збільшення платежів, підвищення ефективності регулювання ЗЕД. Тому призначенням митної політики є також запобігання та розв'язання конфліктів.

Митна політика як система містить наступні складові (рис. 2): нормативно-правове забезпечення; інституціональне забезпечення; інформаційно-аналітичне забезпечення; матеріальне та фінансове забезпечення; забезпечення висококваліфікованим кадрами; методи та інструменти митного регулювання.

Нормативно-правове забезпечення є основою створення необхідних умов для здійснення митної політики. Під інституціональним забезпеченням мається на увазі формування ефективної організаційної структури митних органів.

Інформаційно-аналітичне забезпечення можна визначити як комплекс заходів, засобів і методів, який забезпечує митні органи необхідною інформацією шляхом збору, реєстрації, передачі, зберігання, опрацювання і надання інформації для прийняття необхідних управлінських рішень.

Матеріальне та фінансове забезпечення є необхідним для належного функціонування усіх складових митної політики. Забезпечення висококваліфікованими кадрами, тобто керівниками і персоналом, які можуть взяти на себе відповідальність за розвиток і реалізацію нових ідей.

Методи та інструменти митного регулювання необхідні для реалізації функцій митної політики – тарифного та нетарифного регулювання.

Як зазначалося вище, головним завданням митної політики є забезпечення митної безпеки держави. Проте, окрім захисної функції, науковці ще виділяють фіскальну та регулятивну функції як основні. Фіскальна функція є однією з провідних, та полягає в поповненні доходної частини бюджету за рахунок сплати мита та інших митних платежів, які стягуються за митне оформлення предметів, осіб та транспортних засобів [10, с. 25].

Регулятивна функція полягає в здійсненні заходів державного впливу на суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за допомогою митно-тарифних і нетарифних методів з метою стимулювання або стримування зовнішньоекономічної діяльності. Основою реалізації регулятивної функції є ефективна організація митної справи, використання прогресивних технологій митного оформлення, достовірність обліку товарів, що ввозяться, та їх митного контролю.



Рис. 2. Складові митної політики як системи

Метою захисної функції є попередження та припинення порушень митних правил і контрабанди під час увезення товарів через митний кордон України. Тож неналежне виконання цієї функції погіршує імідж країни у світовому співтоваристві, підриває національну економіку та сприяє підвищенню рівня корупції.

Згідно з Концепцією реформування митної служби «Обличчям до людей» [11] функціями митної політики є: економіко-регуляторна; фінансова; інформаційно-статистична; міжнародно-комунікаційна; контрольно-організаційна та захисна. Ці функції більш детально відображають вище перелічені, є тісно взаємопов'язаними одна з одною, тому чітко розмежувати їх практично неможливо.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Митна політика є важливою складовою державного регулювання економіки, призначена забезпечувати національні митні інтереси країни. Питання, висвітлені в статті, є надзвичайно актуальними і потребують подальших наукових досліджень, зокрема щодо ролі митної політики у забезпеченні соціально-економічної безпеки держави, оскільки митна політика є основою митної безпеки держави.

### Література

1. Бережнюк. І. Теоретичні основи та сутність митної справи / І. Бережнюк // Вісник Академії митної служби України. – 2002. – № 3. – С. 3-17.

2. Стельмашук А.М. Підвищення ролі митної політики в системі захисту внутрішнього ринку / А. М. Стельмашук // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – №6. – 2011. – С.279–286.

3. Калінеску Т.В. Митна політика України та забезпечення економічної безпеки держави [Електронний ресурс] / Т.В. Калінеску, К.В. Баляба // Наукові вісті Далівського університету. – 2010. – №1. – Режим доступу: <http://archive.nbu.gov.ua/e-journals/20.htm>.

4. Ершов А.Д. Международные таможенные отношения: уч. пособие / А. Д. Ершов. – СПб.: ИВЭСЭП, С.-Петербургский филиал РТА им. В. Б. Бобкова, «Знание», 2000. – 207 с.

5. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.

6. Пашко П.В. Про термін «митна справа» / П. В. Пашко, Н. В. Осадча // Митна справа. – 2012. – №3 (81). – С. 5–10.

7. Пашко П. Реалізація функцій митної політики України в умовах глобалізації / П. Пашко // Вісник КНТЕУ. – 2009. – №4. – С. 5–11.

8. Философский энциклопедический словарь / [сост. А. А. Грицанов]. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.

9. Пашко П.В. Умови та чинники забезпечення митної безпеки / П. В. Пашко // Митна справа. – 2010. – №1 (67). – С. 5–16.

10. Філатов В.В. Напрямок сучасної митної політики України / В.В. Філатов // Митна справа. – 2009. – №4 (64). – С. 24–30.

11. Концепція реформування діяльності митної служби України «Обличчям до людей»:



Затверджена рішенням колегії Державної митної служби України 29 жовтня 2010 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.customs.gov.ua/d>.

### References

1. Berezhnjuk. I. Teoretychni osnovy ta sutnist' mytnoi' spravy / I. Berezhnjuk // Visnyk Akademii' mytnoi' sluzhby Ukrainy. — 2002. — № 3. — S. 3-17.

2. Stel'mashhuk A.M. Pidvyshhennja roli mytnoi' polityky v systemi zahystu vnutrishn'ogo rynku / A. M. Stel'mashhuk // Vseukrai'ns'kyj naukovo-vyrobnychyj zhurnal «Innovacijna ekonomika». — №6. — 2011. — С.279–286.

3. Kalinesku T.V. Mytna polityka Ukrainy ta zabezpechennja ekonomichnoi' bezpeky derzhavy [Elektronnyj resurs] / T.V. Kalinesku, K.V. Baljaba // Naukovi visti Dalivs'kogo universytetu . — 2010. — №1. — Rezhym dostupu: [http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/Nvdu/2010\\_1/10ktvebd.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/Nvdu/2010_1/10ktvebd.htm).

4. Ershov A.D. Mezhdunarodnye tamozhennye otnoshenija: uch. posobyje / A. D. Ershov. — SPb.: YVЭСЭР, S.-Peterburgskij fylyal RTA ym. V. B. Bobkova, «Znanye», 2000. — 207 s.

5. Mytnyj kodeks Ukrainy vid 13 bereznja 2012 roku № 4495-VI [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4495%D0%B0-17>.

6. Pashko P.V. Pro termin «mytna sprava» / P. V. Pashko, N. V. Osadcha // Mytna sprava. — 2012. — №3 (81). — S. 5–10.

7. Pashko P. Realizacija funkcij mytnoi' polityky Ukrainy v umovah globalizacii' / P. Pashko // Visnyk KNTEU. — 2009. — №4. — S. 5–11.

8. Fylosofskij encyklopedycheskij slovar' / [sost. A. A. Grycanov]. — M.: Sovetskaja encyklopedija, 1983. — 840 s.

9. Pashko P.V. Umovy ta chynnyky zabezpechennja mytnoi' bezpeky / P. V. Pashko // Mytna sprava. — 2010. — №1 (67). — S. 5–16.

10. Filatov V.V. Naprjamky suchasnoi' mytnoi' polityky Ukrainy / V.V. Filatov // Mytna sprava. — 2009. — №4 (64). — S. 24–30.

11. Koncepcija reformuvannja dijial'nosti mytnoi' sluzhby Ukrainy «Oblychchjam do ljudej»: Zatverdzhena rishennjam kolegii' Derzhavnoi' mytnoi' sluzhby Ukrainy 29 zhovtnja 2010 r. [Elektronnyj resurs]. — Rezhym dostupu: <http://www.customs.gov.ua/dmsu/control/uk/publi sh>.

**Недобега Е. А.**

### **Таможенная политика Украины в условиях интеграции: сущность и функции**

В статье таможенная политика рассматривается в широком и узком понимании. Исследованы национальные таможенные интересы Украины. Предложены составляющие таможенной политики как системы: нормативно-правовое обеспечение; институциональное обеспечение; информационно-аналитическое обеспечение; материальное и финансовое обеспечение; обеспечение высококвалифицированным кадрами; методы и инструменты таможенного регулирования. Рассмотрены основные функции таможенной политики – защитная, фискальная и регулятивная функции.

*Ключевые слова:* таможенная политика, таможенные интересы, таможенная безопасность, конфликт, функции, составляющие.

**Nedobiega O.**

### **Customs policy of Ukraine in the conditions of integration: essence and functions**

Customs policy is considered in the broad and narrow understanding in the article. National customs interests of Ukraine are investigated. The components of customs policy as system are proposed: normative-legal support; institutional support; informative and analytical support; material and financial support; providing highly skilled shots; methods and instruments of customs regulations. The basic functions of the customs policy are considered – safety, fiscal and regulatory functions.

*Keywords:* customs policy, custom interests, custom security, conflict, functions, constituents.

**Рецензент:** Гончаров В. М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та трудових ресурсів Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Goncharov V. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Department of Business economics and labour recourses of Luhansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* [vgonch@lnau.lg.ua](mailto:vgonch@lnau.lg.ua)

*Стаття подана 21.04.2013 р.*





## ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

У дослідженні основну увагу приділено ролі податкових пільг у регулюванні соціально-демографічної політики України. Охарактеризовано основні складові соціально-демографічної політики та обґрунтовано заходи впливу на них. Наведені способи реалізації соціально-демографічної політики за допомогою системи державних заходів. Окреслено механізм нарахування соціальних податкових пільг та визнано їх практичну значущість, зокрема у вирішенні проблем соціального розвитку держави. Запропоновано використовувати їх як інструмент, який є діючим регулятором соціально-демографічної політики України.

**Ключові слова:** податкові пільги, соціальна податкова пільга, соціально-демографічна політика, соціально-демографічна ситуація, природний рух населення.

**Постановка проблеми.** Різке посилення негативних соціально-демографічних тенденцій в Україні не можна зрозуміти поза контекстом глибокої соціально-економічної кризи. Вирішальне значення погіршення економічних умов для сучасного зниження демографічного становища визнають майже всі дослідники. Сучасна економічна ситуація, що склалася в країні, не є тим інтенсивним каталізатором, який є надійною запорукою розвитку демографічної політики в Україні, так і вкрай обмежено підтримує соціальні позиції в державі.

Тому, податкові пільги можна використовувати як один з найбільш широко розповсюджених інструментів сучасного податкового регулювання. Розмаїття податкових пільг дає можливість досить ефективно впливати на платників податків – юридичних і фізичних осіб, коригуючи їхню діяльність і розвиток у потрібному державі соціально-демографічної напрямку. Тому, що регулюючи підстави для надання податкових соціальних пільг, можна виокремити певну категорію громадян. Такий прошарок в подальшому буде складати основу суспільства, якому будуть притаманні риси певної соціально-демографічної політики, що буде потрібна державі для сталого розвитку в умовах глобалізації.

Демографічна політика включає заходи, що стимулюють народжуваність тими чи іншими соціально-економічними факторами, чи направлені на скорочення народжуваності. В структурі соціально-демографічної політики найбільш розпо-

всюджені допомоги та надбавки, а також податкові пільги, причому останні все більше уступають першість допомогам та надбавкам, список яких дуже різноманітний. До економічних засобів відносяться також різні непрямі пільги – транспортні, житлові тощо.

Засоби впливу на соціально-демографічну поведінку суспільства закладені у комплексі конкретних законодавчих, економічних, соціальних інститутів та факторів, розвиток системи яких продовжується.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Ряд учених визнає за потрібне використовувати засоби, які впливатимуть на рівень сучасної соціально-демографічної ситуації: можливість неповної трудової зайнятості жінки, гарантоване поновлення жінки на роботі, збільшення соціальної податкової пільги та ін. Також вони усвідомлюють те, що допомоги, надбавки, податкові пільги посприяють покращенню рівня добробуту населення.

Значний внесок у дослідження актуальних аспектів соціально-демографічних, соціально-економічних, організаційно-управлінських проблем регулювання системи податкових пільг відображено у таких публікаціях: З.І. Галушки [2], О.Д. Данилова [3], О.М. Десятнюк [4], Р.П. Жарка [5], Т.В. Калінеску [6], В.О. Меленюка [7], О.В. Ревенка [9], В.С. Стешенка [10], Н.П. Фліссаса [3] та ряду інших авторів. Незважаючи на значну кількість публікацій та проведених досліджень в цій сфері, все ж таки багато аспектів залишаються не пов-





ністю розкритими і потребують всебічного вивчення. Серед таких питань можна виділити, наприклад, такі, як залежність розвитку соціально-демографічної ситуації від податкової політики держави.

Тому **метою статті** є обґрунтування впливу податкових пільг як інструментів регулювання соціально-демографічної політики України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Соціально-демографічна політика держави є невід'ємною складовою соціальної структури суспільства. Вона пов'язує в собі як елементи соціального розвитку, так і включає демографічні складові, в результаті їх взаємодії є взаємовплив і взаємодія функціонування. Так, демографічна політика [10, с. 32] – це цілеспрямована діяльність державних органів та інших соціальних інститутів у сфері регулювання процесів відтворення населення. Вона покликана впливати на формування бажаного для суспільства режиму відтворення населення, збереження або зміни тенденцій у сфері динаміки чисельності й структури населення, темпів їх змін, динаміки народжуваності, смертності, сімейного складу, розселення, внутрішньої й зовнішньої міграції, якісних характеристик населення. Але, демографічна політика не може і не повинна підміняти собою соціальну політику [9, с. 3]. Спроби вирішувати соціально-економічні проблеми заходами демографічної політики ніколи не приводили до бажаних і ефективних результатів.

Соціальна політика [7, с. 103] – складова загальної політики, втілена в соціальні програми та різноманітні заходи, спрямовані на задоволення потреб та інтересів людей і суспільства. Зрозуміло, що метою соціальної політики держави є забезпечення стабільної, без заворушень і потрясінь, життєдіяльності суспільства, досягнення соціальної злагоди та соціальної цілісності, належного рівня добробуту людей.

Таким чином, демографічна політика є підґрунтям соціальної політики держави, і навпаки, без злагодженої та стабільної системи соціальних заходів не зможе покращитись демографічна ситуація в Україні.

Як свідчить досвід [6, с. 8-10], проведення тієї чи іншої соціально-

демографічної політики, зокрема щодо національних меншин, емігрантів та біженців, дозвіл чи заборона використання тих чи інших засобів планування сім'ї тощо можуть бути причиною як підйому економічного положення країни, так і слугувати фактором, що гальмує такі процеси.

Способами реалізації соціально-демографічної політики є система державних заходів, а саме [7, с. 105]:

1. Економічні (оплачувані відпустки, різні допомоги при народженні дитини, кредити, податкові та житлові пільги);

2. Адміністративно-правові (законодавчі акти, що регулюють вік вступу в шлюб, розлучення, ставлення до абортів і контрацепції, майновий стан матері і дітей при розпаді шлюбу, режим праці працюючих жінок);

3. Виховні, пропагандистські (формування громадської думки, норм і стандартів демографічної поведінки визначення ставлення до релігійних норм, традицій і звичаїв політика планування сім'ї статева освіта молоді).

Так, розвиток соціально-демографічної сфери здійснюється за рахунок як державних коштів, так і самого населення. Особливістю сьогодення є можливість держави за допомогою податкових інструментів, а саме пільгового оподаткування, підтримати і спрямувати у відповідне русло соціально-демографічну політику України.

Податкові пільги мають різноманітні форми і будуються для кожного податку з урахуванням пріоритетів національної фінансової політики. Пільги – це надання переваги, часткове або повне звільнення від виконання встановлених правил, обов'язків або полегшення умов виконання їх [2, ст. 30]. Податкові пільги – це звільнення від податків згідно з чинним законодавством [2, ст. 30]. Вони є одним із елементів податкової політики і переслідують як економічну, так і соціальну, демографічну цілі.

В Україні не існує спеціального пільгового оподаткування об'єктів соціальної спрямованості, тому мова йдеться про пільгове оподаткування певних категорій фізичних або юридичних осіб, які в свою чергу,

позитивно вплинуть на соціальну або демографічну ситуацію в країні.

Соціально-демографічна ситуація характеризує відтворення населення за його основними структурними елементами у просторовій і часовій визначеності. Забезпечення умов розвитку народонаселення в Концепції (основах державної політики) національної безпеки України розглядається як один з її пріоритетних національних інтересів [3, с. 18].

Внутрішня негативна соціально-демографічна ситуація в Україні щодо відтворення населення є каталізатором деструктивного впливу на стан безпеки держави. Так, природний рух населення у січні-листопаді 2011 – 2012 р. характеризу-

ється суттєвим перевищення кількості померлих над кількістю живонароджених: на 100 померлих – 79 народжених (табл. 1) [8].

Таким чином, податкові чинники мають стати одними із визначальних для забезпечення стабільного й безпечного розвитку соціально-демографічної політики держави, а проблеми оптимального демографічного розвитку слід розглядати як першочергові інтереси держави, та як фактор і водночас як результат його функціонування. За допомогою пільгового оподаткування певних верств населення можна буде спостерігати покращення демографічних показників щодо працездатного населення і, як результат, збільшення величини сукупного національного доходу.

Т а б л и ц я 1

### Природний рух населення у січні-листопаді 2012 року України (за даними [8])

Показники	Разом, тис.		січень–листопад 2011 р.	січень–листопад 2012 р. у % до січня-листопада 2011 р.	на 1000 осіб	
	Січень – листопад 2012р.	Січень – листопад 2011р.			Січень – листопад 2012р.	Січень – листопад 2011р.
Кількість народжених живими	481,6	460,5	471,4	104,6	11,5	11,0
крім того, кількість мертвонароджених	2996	2923	30462	102,5	6,2 <sup>3</sup>	6,3
Кількість померлих	606,6	609,6	644,0	99,5	14,5	14,6
у т.ч. дітей віком до 1 року	4068	4119	43952	98,8	8,6	9,1
Природне скорочення населення	125,0	149,1	172,6	83,9	3,0	3,6

На сьогодні в Україні використовується лише частина заходів пільгового оподаткування, які є підґрунтям розвитку соціально-демографічної політики держави. Так, згідно із абз.8 п.1 р. XIX ПКУ з 01.01.2011 р. до 31.12.2014 р. Податкового кодексу України (ПКУ) [2] податкова соціальна пільга дорівнює 50 % розміру прожиткового мінімуму для працездатної особи (у розрахунку на місяць), встановленої законом на 1 січня звітного податкового року, – для будь-якого платника податку (табл. 2).

Податкова соціальна пільга застосовується до доходу, нарахованого на користь платника податку протягом звітного податкового місяця як заробітна плата (інші прирівняні до неї відповідно до законодавства виплати, компенсації та винагороди), якщо

його розмір не перевищує суми, що дорівнює розміру місячного прожиткового мінімуму, діючого для працездатної особи на 1 січня звітного податкового року, помноженого на 1,4 та округленого до найближчих 10 гривень (абз.1 пп.169.4.1 ПКУ [2]). При цьому граничний розмір доходу, який дає право на отримання податкової соціальної пільги одному з батьків у випадку та у розмірі, передбачених пп. 169.1.2 ПКУ [2], визначається як добуток суми, визначеної в абз. 1 пп. 169.4.1 ПКУ [2], та відповідної кількості дітей.

Використовуючи податкові пільги, держава регулює певні демографічні процеси і забезпечує соціальний захист окремих видів діяльності та груп населення.



**Розмір податкової соціальної пільги у 2013 році (за даними [2])**

Граничний розмір доходу, який дає право на отримання податкової соціальної пільги, грн.	Прожитковий мінімум (ПМ), грн.	Розмір пільги, % ПМ	Сума податкової соціальної пільги, грн.		
			100 % для осіб, визначених у пп. 169.1.1 та пп. 169.1.2 ПКУ	150 % для осіб, визначених у пп. 169.1.3 ПКУ	200 % для осіб, визначених у пп. 169.1.4 ПКУ
1610,00	1147,00	50	573,50	860,25	1147,00

Так, податкові пільги можна використовувати як цільовий поштовх до свідомості певних верств населення, що в майбутньому обернеться покращенням результативності соціально-демографічної ситуації країни.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** На основі проведеного дослідження податкових пільг, слід сказати, що цей інструмент є діючим регулятором соціально-демографічної політики. Соціальні податкові пільги сприяють зростанню реальних доходів населення, і таким чином зниженню проблем в соціально-демографічній сфері (стабілізація показника народжуваності, зменшення показника смертності). Названі тенденції впливають на кількісно-якісний склад трудового потенціалу, продуктивність суспільної праці. Таким чином, розгалужена система податкових пільг впливає на розвиток не тільки на певних категорій населення, а і забезпечує соціальну підтримку окремим галузям: освіти, культури, спорту та іншим.

Подальші наукові дослідження можуть бути спрямовані на розробку інструментарію моніторингу за використанням податкових соціальних пільг та формування інноваційних підходів в соціальній сфері економіки держави.

**Література**

1. Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року № 5180-VI.
2. Галушка З.І. Нова роль держави в сучасній економіці: соціосинергетичний погляд / З.І. Галушка // Економіка та держава. - 2009. - № 1. - с. 103-106.
3. Данілов О.Д. Податкова система та шляхи її реформування: Навч. посібник / О.Д. Данілов, Н.П. Фліссак – К.: Парламентське вид-во, 2001. – 216 с.
4. Десятнюк О. Відхід від сплати податків: сутність та соціально-економічні на-

слідки / Оксана Десятнюк, Ігор Федун // Економічний аналіз: зб. наук. праць каф. екон. аналізу і статистики. – Тернопіль, 2011. – Вип. 9, ч. 3. – С. 94-99.

5. Жарко Р.П. Обґрунтування функцій податків на сучасному етапі розвитку продуктивних сил // Фінанси України. – 2004. – № 6. – С. 98-99.

6. Калінеску Т.В. Проблеми формування ефективних інструментів податкового регулювання в умовах інтеграції держав. / Т.В. Калінеску // Вісник Київського нац.ун-ту ім. Т.Шевченка. Економіка. – № 111, 2009. – С. 8 – 10.

7. Меленюк В.О. Вдосконалення механізмів державного регулювання соціального розвитку України / Меленюк В.О.// Економіка та держава. - 2009. - № 2. - С. 103-106.

8. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

9. Ревенко О.В. Дослідження впливу податкової політики на розвиток соціальної інфраструктури в Україні / О.В. Ревенко, Т.В. Ревенко // Теорія та практика державного управління. Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку. – 2011. – Вип. 4(35). – С. 1 – 9.

10. Стешенко В.С. Деякі демографічні наслідки кризи в Україні / В.С. Стешенко // Демоекономічне дослідження. – К.: Знання, 2008. – 470 с.

**References**

1. Podatkovyj kodeks Ukraïny vid 6 lypnya 2012 roku № 5180-VI.
2. Halushka Z.I. Nova rol' derzhavy v suchasniy ekonomitsi: sotsiosinerhetychny pohlyad / Z.I. Halushka // Ekonomika ta derzhava. - 2009. - № 1. - s. 103-106.



3. Danilov O.D. Podatkova systema ta shlyakhy її reformuvannya: Navch. posibnyk / O.D. Danilov, N.P. Flissak – K.: Parlament s'ke vyd-vo, 2001. – 216 s.

4. Desyatnyuk O. Vidkhid vid splaty podatkiv: sutnist' ta sotsial'no-ekonomichni naslidky / Oksana Desyatnyuk, Ihor Fedun // Ekonomichnyy analiz: zb. nauk. prats' kaf. ekon. analizu i statystyky. – Ternopil', 2011. – Vyp. 9, ch. 3. – S. 94-99.

5. Zharko R.P. Obruntuvannya funktsiy podatkiv na suchasnomu etapi ro-zvytku produktyvnykh syl // Finansy Ukraïny. – 2004. – № 6. – S. 98-99.

6. Kalinesku T.V. Problemy formuvannya efektyvnykh instrumentiv podatkovoho rehulyuvannya v umovakh intehratsii derzhav. / T.V. Kalinesku // Visnyk Kyïvs'-koho nats.un-tu im. T.Shevchenka. Ekonomika. – № 111, 2009. – S. 8 – 10.

7. Melenyuk V.O. Vdoskonalennya mekhanizmiv derzhavnogo rehulyuvannya sotsial'noho rozvytku Ukraïny / Melenyuk V.O. // Ekonomika ta derzhava. - 2009. - № 2. - S. 103-106.

8. Ofitsiynyy sayt Derzhavnogo komitetu statystyky Ukraïny [Elektronnyy resurs] - Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

9. Revenko O.V. Doslidzhennya vplyvu podatkovoi polityky na rozvytok sotsial'noi infrastruktury v Ukraïni / O.V. Re-venko, T.V. Revenko // Teoriya ta praktyka derzhavnogo upravlinnya. Derzhavne rehulyuvannya protsesiv ekonomichnoho i sotsial'noho rozvytku. – 2011. – Vyp. 4(35). – S. 1 – 9.

10. Steshenko V.S. Deyaki demografichni naslidky kryzy v Ukraïni / V.S. Steshenko // Demoekonomichne doslidzhennya. – K.: Znannya, 2008. – 470 s.

**Романовская Ю. А., Сыровая Д. С.**

**Налоговые льготы как инструмент регулирования социально-демографической политики Украины**

В исследовании основное внимание уделено роли налоговых льгот в регулировании социально-демографической политики Украины. Охарактеризованы основные составляющие социально-демографической политики и обоснованы мероприятия влияния на них. Приведенные способы реализации социально-демографической политики с помощью системы государственных мероприятий. Очерчен механизм начисления социальных налоговых льгот и доказано их практическое значение, в частности в решении проблем социального развития государства. Предложено использовать их как инструмент, который является действующим регулятором социально-демографической политики Украины.

*Ключевые слова:* налоговые льготы, социальная налоговая льгота, социально-демографическая политика, социально-демографическая ситуация, естественное движение.

**Romanovska J., Surovay D.**

**Tax deductions as instrument of adjusting of social demographic politics are in Ukraine.**

In research basic attention is spared to the role of tax deductions in adjusting of social demographic politics of Ukraine. The basic constituents of social demographic politics are described and the measures of influence are reasonable on them. The brought methods over of realization of social demographic politics by means of the system of state measures. The mechanism of extra charge of social tax deductions is outlined and they are confessed practical meaningfulness, in particular in the decision of problems of social development of the state. It is suggested to use them as an instrument that is the operating regulator of social demographic politics of Ukraine.

*Keywords:* tax deductions, social tax deduction, social demographic politics, social demographic situation, natural motion.

**Рецензент:** Заблодська І. В. – доктор економічних наук, професор, Директор Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень Національної академії наук України, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Zablodskaya I. – Professor, Ph.D. of Economics, Director of the Institute of economic and legal research Lugansk branch National academy sciences of Ukraine, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* zablodin@yandex.ru

*Стаття подана  
10.03.2013 р.*





УДК 336.22:336.71

GONCHAROV V., RAKHMETULINA ZH.

## FINANCIAL FUNDING OF RISKS WITHIN THE PROGRAM OF SELF-INSURANCE

The article substantiates the necessity of self-insurance program development of companies, providing the delegation set of activities to ensure sustainable and financial development in the context of uncertainty and risk. Self-insurance risks of business are carried out to maintain the level of business activity that the organizational and legal structure plans to maintain after manifestations of natural disasters, occurrence of force majeure circumstances and the effects of other adverse factors contributing to substantial losses.

**Keywords:** business risks, risk-management, self-insurance, financial funding.

**Formulation of the problem.** The risk factor in business and the need to cover possible damage causes the need for insurance, an increase in efficiency of risk management by preventing the excess insurance and encourage insurers to improve the quality of risk management. The emphasis is on the methods associated with risk-taking for themselves, one of which is self-insurance.

Development of effective mechanisms of risk management in business, can ensure competitiveness of enterprises, contribute to the creation of a competitive environment in the real sector of economy.

**Analysis of the latest research and publications.** Significant contribution to the development of theory of risk insurance was made by the Western economists D.O.Graham and J.H.Juffs (2008), A.Doyle and R.V.Ericson (1948), A.N.Harrington (2003), H.Schmeiser and J.Wagner (2012) and others. The works of L.F.Dogil (2005), D.A.Endovitskii and A.N.Isaenko (2007), S.V.Ermasov and N.B.Ermasova (2008), D.A.Lapchenko (2007), V.F.Palii (2001) are devoted to the problem of insurance in business.

**The main objectives of the study.** To identify and justify the perspectives for the development of insurance and financial funding of risks in a business.

**The main material research.** In the system of protection mechanisms and risk management in business, the emphasis is on the methods associated with risk-taking for themselves. One such method is the self-

insurance - a mechanism, through which the company insures itself, self-accumulating funds to cover any losses. "The mechanism of this trend of neutralizing the financial risks is based on the reservation of the part of financial resources by a company, which allows to overcome the negative financial impact on those financial transactions in which these risks are not associated with the actions of counterparties" (Ermasov, Ermasova, 2008).

Self-insurance risks of business are carried out to maintain the level of business activity that the organizational and legal structure plans to maintain after manifestations of natural disasters, occurrence of force majeure circumstances and the effects of other adverse factors contributing to substantial losses.

Using the mechanism of funding, it should be noted that the insurance provisions in all forms, although allows to quickly recover the financial losses incurred by the company, "freezes" a sufficiently appreciable amount of financial resources. As a result, the effectiveness of the company's equity reduces, it's dependence on external sources of financing increases. This determines the need to optimize the amount of reserved financial funds from a position to use them to neutralize only certain types of risks (Ermasov, Ermasova, 2008).

An important factor in the organization of self-insurance, based on the financial funding is, in our view, the determination of volume of the necessary financial resources. In this context, for the validity of channeling resources into reserve funds, it is expedient to



approach qualitatively to the issue of setting the volume. The validity of determining the value of the resources that are concentrated in the reserve funds, provides the actuarial calculations.

With the aim of successfully self-insuring risks, increasing liability for damages, it is reasonable to develop a special program (Figure 1).

This program provides the delegation of a set of activities to ensure sustainable financial development in the context of uncertainty and risk-farm unit, where sanctions of individuals on the places for excess of damages and exceeding the allowable loss, are clearly stipulated.

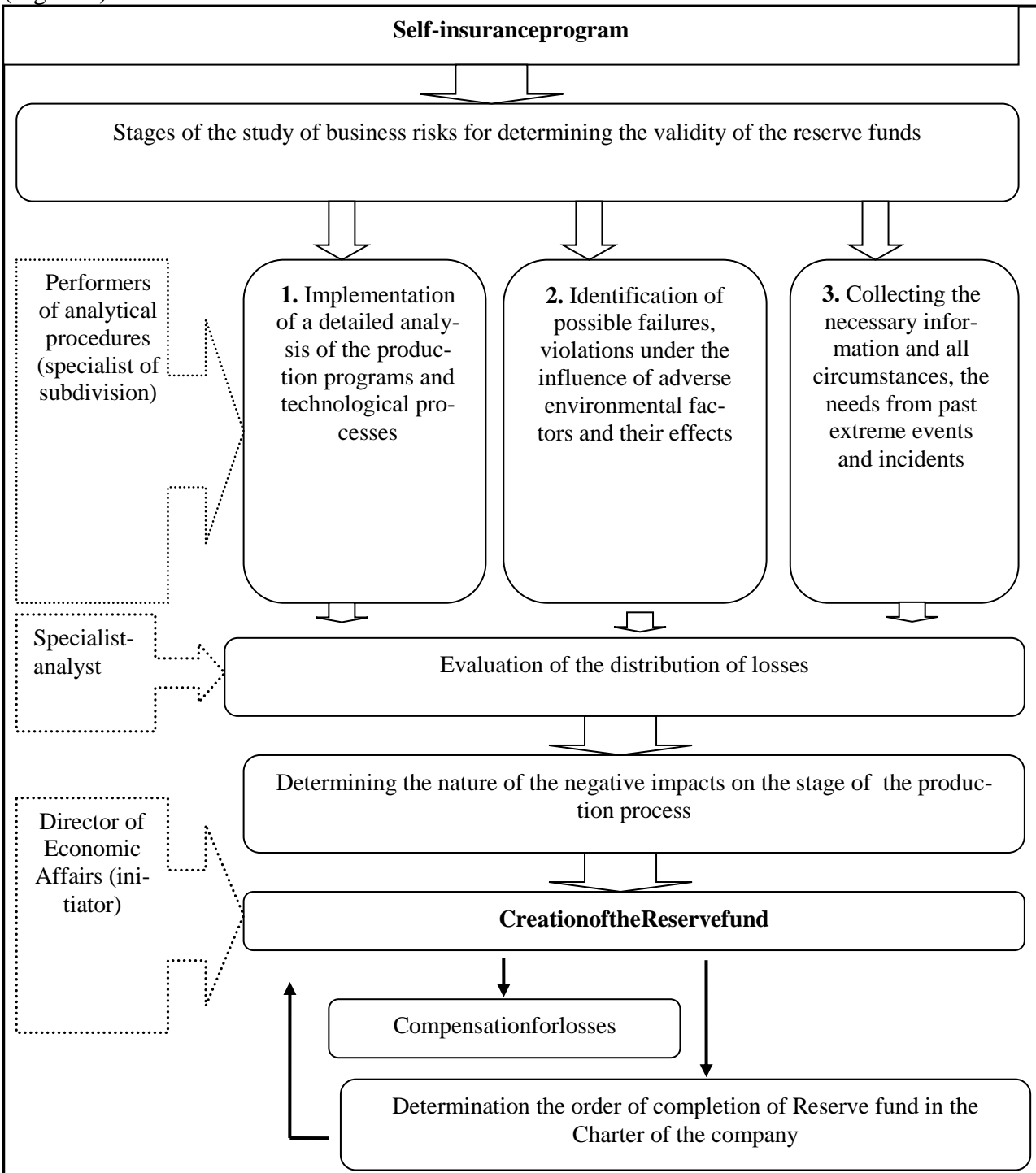


Fig. 1. The financial funding of risks within the program of self-insurance  
Developed by the authors





In the organizations of SMB, an initiator of analytical works in the reserve fund formation should be the chief accountant of the firm, who delegates the authority to organize to a specific accounting analyst or leaves it behind himself.

In a large industrial enterprise a single economic unit, within which accounting, etc. have a linear subordination to the head (financial director, etc.), should be an initiator of analytical works in the reserve fund formation.

For the full argumentation of sufficiency of funds, which can ensure the sustainable development of the company after the impact of unfavorable factors of the external environment, a group of experts from different departments and services is formed, the research should be conducted under the guidance of a manager or risk manager. If necessary, dealers and consultants are introduced in to the group.

Research on the implementation of the self-insurance program should be carried out in a number of complex ways. Phases of this research can be summarized as follows:

- implementation of a detailed analysis of the production programs and technological processes that may be related to the subject of self-insurance;
- identification of possible failures, violations under the influence of adverse environmental factors and their effects;
- collecting the necessary information and all circumstances, the needs from past extreme events and incidents.

With the aim of precise organization and implementation, following recommendations should be adhered.

During the collection of information, close attention should be paid to the data on the number of accidents, extreme events, the value of claims, insurance premiums, material and moral losses that are not fully reimbursed in a timely manner.

The analysis should be conducted for the maximum extended period. Long-term dynamics of events, evaluation of financial losses will allow to identify the consistent trends.

At the first stage, the efficiency of a reserve fund formation to manage risk in comparison with alternative methods of control

should be substantiated by the performers. This involves calculations of the basic indicators (liquidity, etc.) and then the calculation of the ratio of its calculated value for the financial reserve with the result for alternative methods. If this ratio is less than 1, the organizer is recommended to regulate risks using an alternative method.

Financial ratio analysis is a prerequisite for the analysis of the effectiveness of the reserve funds formation. In the process of analytical works, following should be evaluated: coefficients of coverage risks; coefficients of evaluation the liquidity reserve; indicators of absolute and relative prices of reserve cover.

The program of self-insurance risks provides one or more of the alternative methods of covering the potential losses. The desire of a business entity to reduce the risks, almost always leads to costs of significant resources compared to planned expenses. Therefore, for the financing of the program of self-insurance risks, the additional internal and external funds are created, which cover the losses in adverse situations.

Analysis of the scientific literature suggests that in the works of scientists, the risk management system of entrepreneurship is paying attention insufficiently to the measures that carry preventive nature. As a primary preventive measure, we consider the creation of reserve funds in the company, concentrating resources to neutralize the negative effects of risks.

After the adoption of the Law of Kazakhstan "On Joint Stock Companies" (2003) in the practice of Kazakh enterprises, the reserve fund formation is not required. At the same time, the legislation of a number of CIS countries the reserve funds are mandatory. However, their value and the formation order depend on several factors, primarily on the ownership form and organizational and legal forms of a business. The reserve fund is part of the company's equity and is recognized in the relevant section of the balance sheet.

Ensuring the stability of functioning of enterprises, reducing their dependence to the impact of unfavorable factors of internal and external environment, the desire for continuity of the reproduction process, we considered as the objective prerequisites of the develop-



ment of the Reserve fund in enterprises of all forms of ownership.

Expediency of a mandatory forming the Reserve fund by business entities of Kazakhstan is determined by several factors:

- the creation of the Reserve fund will allow the entrepreneur to always have the resources available for covering possible losses;
- the presence of the Reserve fund in enterprises increases equity capital of the company, therefore, really strengthens its financial stability in an unstable market environment;
- efficient allocation of resources of the Reserve fund will allow entrepreneurs to obtain an additional income from their efficient allocation in the absence of risk situations.

The founders of the company are interested in continuity implementation of the production activity. Creation of the Reserve fund and the mechanism for its replenishment, which enshrined in the Charter of the company, will help to increase the effectiveness of business regulation by the State.

In our opinion, the size of the Reserve fund should be determined by the enterprise independently. Although in a market economy conditions, the State is not responsible for the activities of economic entities, as the use of direct methods of State regulation is limited, we believe that the State should not be eliminated from the need to protect entrepreneurship against the risks. Perhaps the option of indirect state regulation will be the alignment of the Reserve fund to the value of the charter capital. The State may set a minimum bar of the Reserve fund volume, in our opinion, the minimum value of the Reserve fund is 20% of the Authorized fund of enterprises.

We propose as one of the methods of replenishment of the Reserve fund – a 5% of the income from ordinary activities before tax (it is the sum of the company's revenue from operating and non-operating activities). This will allow to reduce the amount of taxable income, and, therefore, will contribute to some reduction in the tax burden.

An important aspect of the Reserve fund formation is a mechanism for storing cash. We propose to focus these amounts in second-tier banks in special accounts. As a result, banks will add the value to its resource base, the fundamental importance has the use of

these funds. In our view, all aspects through appropriate agreements should be carefully considered. Banks should develop a flexible portfolio of strategies, which allows entrepreneurs to obtain additional income. This conclusion is based on the fact that entrepreneurs, who have managed to avoid risky situations as a result of careful monitoring and management, should be rewarded.

Thus, creation of a system of reserves of industrial enterprises will allow to have the available funds and the elements of the funds of production in order to ensure the continuity of the reproduction process. Conserving its temporarily free resources, the company is seeking to use them in crisis situations. Inventory system is, above all, the means of production and consumption, which are temporarily removed from the production process and returned to it at the adverse effects of random factors and contingencies. However, the amount of reserves should be severely limited, which otherwise would lead to higher costs for warehouse space (in the case of material resources), or withdrawal of funds from the market (in the case of financial resources). Based on the foregoing, we believe that under current conditions the financial funding of business risks and insurance, are an effective way to neutralize them.

### References

1. Закон РК «Об акционерных обществах» от 13.05.2003г. № 415-П (с изменениями и дополнениями по состоянию на 13.02.2009г.)// [www.damu.kz/430](http://www.damu.kz/430)
2. Догиль, Л.Ф. Управление хозяйственным риском. – Минск: Книжный дом Мисанта, 2005. – 224 с.
3. Ендовицкий, Д.А., Исаенко, А.Н. Финансовые резервы организации: анализ и контроль.- М.: КноРус, 2007.- 300с.
4. Ермасов, С.В., Ермасова, Н.Б. Страхование.-М.:Высшее образование,2008.- 613с.
5. Лапченко, Д.А. Оценка и управление экономическим риском: теория и практика. - Минск: Амалфея, 2007.- 148с.
6. Палий, В.Ф. Финансовый учет.- М.: ИД ФБК-Пресс, 2001. - 664 с.
7. Oliver, G.D. and Juffs, J.H. (2008). Reserve Fund Essentials. 3rd edition.137 p.



8. Doyle, A., Ericson, R.V. (1948). *Uncertain Business: Risk, Insurance, and the Limits of Knowledge*. 311 p.

9. Harrington, S.E. and Niehaus, G.R. (2003). *Risk management and insurance*. 2<sup>nd</sup> edition. 704 p.

10. Schmeiser, H. and Wagner, J. (2012). The impact of introducing insurance guaranty schemes on pricing and capital structure. *The Journal of Risk and Insurance*. 36 p.

### References

1. Закон РК «Об акционерных обществах» от 13.05.2003г. № 415-Р (с изменениями и дополнениями по состоянию на 13.02.2009г.) // [www.damu.kz/430](http://www.damu.kz/430)

2. Dogil', L.F. *Управление хозяйственным риском*. – Минск: Книжный дом Мисанта, 2005. – 224 с.

3. Yendovitskiy, D.A., Isayenko, A.N. *Финансовый резерв организации: анализ и контроль*. – М.: KnoRus, 2007. – 300 с.

4. Yermasov, S.V., Yermasova, N.B. *Strakhovaniye*. – М.: Vyssheye obrazovaniye, 2008. – 613 с.

5. Lapchenko, D.A. *Otsenka i upravleniye ekonomicheskim riskom: teoriya i praktika*. – Минск: Amalfeya, 2007. – 148 с.

6. Paliy, V.F. *Finansovyy uchet*. – М.: ID FBK-Press, 2001. – 664 с.

7. Oliver, G.D. and Juffs, J.H. (2008). *Reserve Fund Essentials*. 3rd edition. 137 p.

8. Doyle, A., Ericson, R.V. (1948). *Uncertain Business: Risk, Insurance, and the Limits of Knowledge*. 311 p.

9. Harrington, S.E. and Niehaus, G.R. (2003). *Risk management and insurance*. 2<sup>nd</sup> edition. 704 p.

10. Schmeiser, H. and Wagner, J. (2012). The impact of introducing insurance guaranty schemes on pricing and capital structure. *The Journal of Risk and Insurance*. 36 p.

**Гончаров В. Н., Рахметулина Ж. Б.**

#### **Финансовое фондирование рисков в рамках программы самострахования**

В статье обоснована необходимость разработки программы самострахования предприятий, предусматривающей делегирование комплекса мероприятий по обеспечению устойчивого финансового развития в условиях неопределенности и риска. Самострахование рисков бизнеса осуществляется для поддержания уровня деловой активности, организационно-правовая структура направлена сохранить после проявления стихийных бедствий, возникновения форс-мажорных обстоятельств и других неблагоприятных факторов, влияющих на значительные убытки.

*Ключевые слова:* предпринимательские риски, риск-менеджмент, самострахование, финансовое фондирование.

**Гончаров В. М., Рахметуліна Ж. Б.**

#### **Фінансове фондування ризиків у рамках програми самострахування**

У статті обґрунтована необхідність розробки програми самострахування підприємств, що передбачає делегування комплексу заходів щодо забезпечення стійкого фінансового розвитку в умовах невизначеності і ризику. Самострахування ризиків бізнесу здійснюється для підтримки рівня ділової активності, організаційно-правова структура планується спрямована зберігати після прояву стихійних лих, виникнення форс-мажорних обставин та інших несприятливих факторів, що впливають на значні збитки.

*Ключові слова:* підприємницькі ризики, ризик-менеджмент, самострахування, фінансове фондування.

**Рецензент:** Родіонов О. В. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри «Аудит та контролінг» Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Rodionov A. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Audit and Controlling Department Lugansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* rodionov@lnau.lg.ua

*Стаття подана*  
07.02.2013 р.



## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ДЕПОЗИТНОЇ БАЗИ ВІТЧИЗНЯНИХ БАНКІВ

У роботі здійснено аналіз сучасного стану депозитної бази вітчизняних банків. Висвітлено причини, які гальмують розвиток ресурсної бази комерційних банків. Запропоновано основні методи удосконалення організації депозитних операцій вітчизняними банками. В сучасних умовах розвитку банківської системи при формуванні ресурсної бази, банківські установи повинні швидко реагувати на потреби клієнтів з метою залучення коштів фізичних та юридичних осіб, спираючись на практику діяльності провідних банків світу у сфері розширення банківської діяльності й за рахунок нетрадиційних депозитних операцій та послуг.

**Ключові слова:** депозити, депозитні операції, ресурсна база, комерційний банк.

**Постановка проблеми.** Загальновідомо, що залучення ресурсів для банку є основою його діяльності, пріоритетним завданням, яке історично відіграє первинну і визначальну роль відносно його активних операцій. Вкладні кошти є найбільш вагомою частиною ресурсної бази банків, яка в кілька разів перевищує його власні кошти. Частка залучених коштів в різних банках коливається від 75% і вище. Одним із пріоритетних напрямів розвитку діяльності банків та вітчизняної економіки в цілому на сучасному етапі є підтримка ресурсної бази банків на достатньому для їх ефективного функціонування рівні. При цьому дуже важливим залишається питання залучення оптимального обсягу депозитних ресурсів на оптимальний строк. Саме ці факти дають змогу стверджувати, що дослідження та вдосконалення депозитної політики банків є безумовно актуальними на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки [1, с.17].

**Аналіз останніх досліджень та публікацій** свідчить [1- 6], що над дослідженням депозитних операцій банку та процесів управління ними працюють багато вітчизняних учених-економістів, таких як Врублевський О. С., Васюренко О.В, Герасимович А. М., Галько О.П., Дребот Н. П., Лагутін В. Д., Коробова Г. Г., Орлюк О. П., та інші. Проте політична та економічна нестабільність в державі, вплив світової фінансової кризи на вітчизняну банківську систему та безліч внутрішньобанківських чинників зумовлюють поглиблення аналізу депозитної бази вітчизняних банків як ос-

новного фактора фінансової стабільності банківської системи.

З огляду на вищесказане, основною **метою статті** є аналіз сучасного стану депозитної бази вітчизняних банків і формування відповідних рекомендацій щодо збільшення їхньої ресурсної бази.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Здійснення депозитних операцій – одна з найважливіших економічних передумов для організації діяльності комерційного банку. Поряд з цим ефективне функціонування ринку депозитів неможливе без забезпечення, з одного боку, відповідних зовнішніх умов на рівні централізованого захисту коштів і, з другого боку, зваженої депозитної стратегії на рівні окремого комерційного банку. Дослідження сучасного стану депозитних операцій дозволить виявити причини, які призвели до зменшення депозитної бази комерційних банків, а також визначити перспективні методи організації депозитних операцій [2].

Аналізуючи сучасний стан депозитних ресурсів вітчизняних банків упродовж 2008-2012 років, необхідно сказати, що у 2009 році відбулось значне скорочення обсягу депозитів як юридичних так і фізичних осіб, а саме на 22841 млн. грн. та 19941 млн. грн. відповідно. Таке зменшення характеризується підвищенням недовіри до банківської системи з боку населення, у зв'язку із пануванням кризових явищ в економіці. За підсумками 2009 року продовжувався спад обсягів залучених коштів юридичних осіб, який на 01.01.2010р. становив 50511 млн. грн. [3,с.58].





За таких умов Національний банк був змушений вжити додаткові заходи, один із яких – введення заборони на дострокове повернення строкових депозитів, запроваджене постановою Правління Національного банку України 11.10.2008 р. № 319, що уповільнило процеси відпливу коштів, але не зупинило їх. Масове зняття депозитів населенням, незважаючи на мораторій Національного банку України, тривало до квітня 2009 року. В квітні відплив депозитів припинився і почався зворотній процес – приріст вкладів, який становив 0,9%. Позитивна тенденція збереглася і надалі [3, с.58].

Наслідком відпливу депозитів у 2008-2009 роках можна вважати погіршен-

ня ліквідності як окремих вітчизняних банків, так і банківської системи в цілому та запровадження Національним банком України тимчасових адміністрацій.

Проте починаючи із 2010 року прослідковується тенденція до збільшення обсягів депозитів і на 01.01.2011 року вони становили 804363млн. грн. Упродовж 2011 і 2012 років спостерігається стрімке зростання як строкових коштів фізичних осіб так і строкових коштів юридичних осіб. При цьому майже на третину таке зростання у 2012 році було забезпечене за рахунок припливу депозитних вкладів від населення (рис.1).

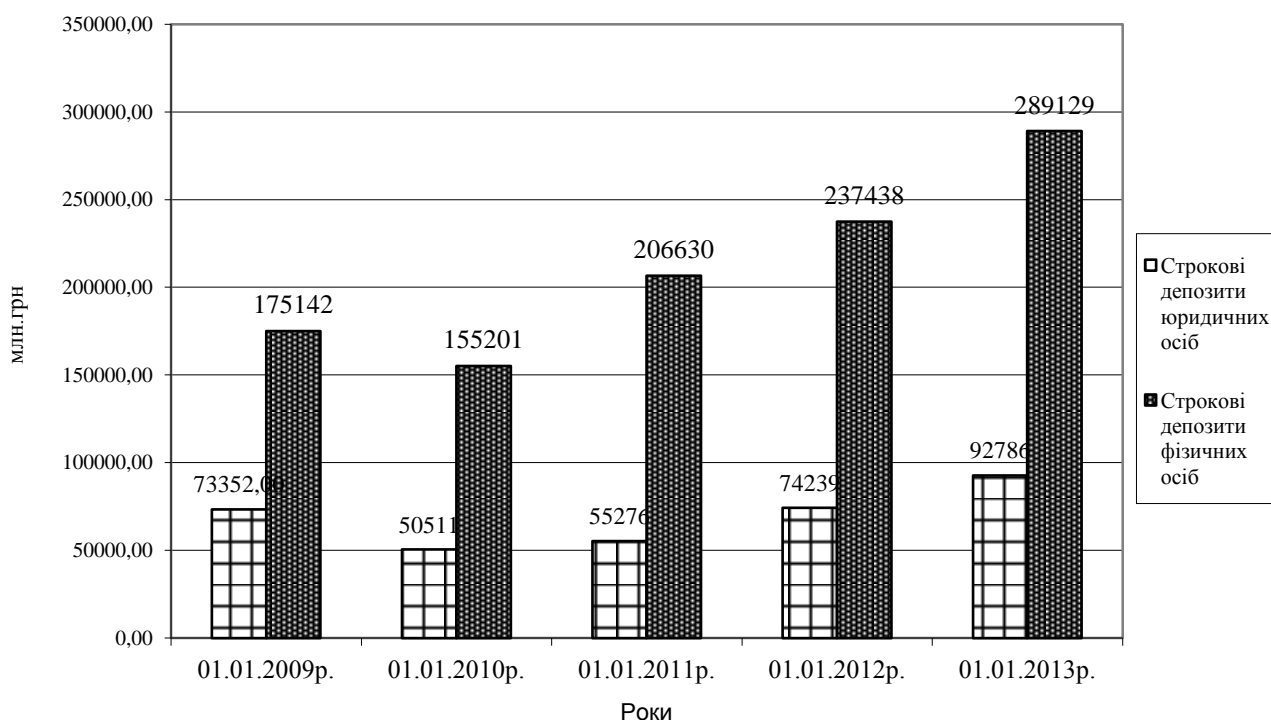


Рис.1. Обсяг депозитів, залучених банками України у 2008-2012рр.[7]

Із рис.1 бачимо, що обсяги депозитів юридичних осіб за аналізований період є у 2-3 рази меншими, ніж депозити фізичних осіб. Така ситуація, як, вже було зазначено, пов'язана зі зменшенням довіри юридичних осіб у зв'язку із політичною нестабільністю в державі та наслідками фінансової кризи. Для того, що підвищити довіру до банківської системи необхідно:

- стабілізувати та поліпшити політичну ситуацію в країні;

- ефективно використовувати можливості держави щодо рекапіталізації проблемних банків;

- створити достовірний об'єктивний централізований інформаційний ресурс, в якому буде постійно оновлена інформація про реальний стан справ в економіці України та її галузях;

- відновити довіру населення до національної грошової одиниці України – гривні, стабілізувавши її курс;

- вжити заходів щодо поліпшення якості банківського капіталу;
- знизити рівень проблемних активів;
- запровадити жорсткі санкції до банків, що здійснюють неповернення депозитів і затримку платежів клієнтів;
- створити нові вигідніші для вкладників пропозиції удосконалюючи тим самим власні банківські послуги, тощо.

Розширення пасивів банків саме за рахунок вкладів населення – явище позитивне, оскільки такі депозити є здебільшо-

го строковими (на відміну від депозитів юридичних осіб). Це, у свою чергу, може створити надійнішу та передбачувану базу для кредитної діяльності комерційних банків, адже, загальновідомо, що саме в активні операції банк розміщує кошти, сформувавши ресурсну базу. З огляду на вищесказане розглянемо динаміку обсягів кредитних операцій вітчизняних банків за відповідний аналізований період (табл.1., рис. 2).

Т а б л и ц я 1

**Динаміка складу і структури споживчих кредитів вітчизняних банків  
в розрізі валют у 2008-2012 рр.**

Показники	01.01.2009 р.		01.01.2010 р.		01.01.2011 р.		01.01.2012 р.		01.01.2013 р.		Відхилення 2012/2008, (+,-) в сумі, млн. грн.
	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	
Разом споживчих кредитів	186088	100	137113	100	122942	100	126192	100	125011	100	-61077
в тому числі: 1. Надані споживчі кредити в національній валюті	66693	35,8	52190	38,06	52478	42,7	71091	56,3	85384	68,3	+18691
2. Надані споживчі кредити в іноземній валюті	119395	64,2	84923	61,94	70464	57,3	55101	43,7	39627	31,7	-79786

Джерело: складено на основі [7]

Дані табл. 1. свідчать, що за аналізований період обсяг споживчих кредитів вітчизняних банків зменшувався і на 01.01.2013 року становив 125011 млн. грн., що на 61077 млн. грн. менше, ніж у 2008 році. Якщо проаналізувати динаміку споживчих кредитів у розрізі валют, то позитивним є те, що за 2008-2012 роки їхній обсяг наданих споживчих кредитів в національній валюті збільшився і якщо порівняти із 2008 роком, то збільшення відбулося на 18691 млн. грн. Зовсім протилежною є ситуація із споживчими кредитами, які надані в іноземній валюті: упродовж 2008-2012 років спостерігаємо поступове зниження обсягів цього виду кредиту і на

01.01.2013 року він становив 39627 млн. грн, що на 79786 млн. грн. менше, ніж на початок аналізованого періоду. Це є позитивний момент у вітчизняному споживчому кредитуванні, адже збільшення кредитів у національній валюті свідчить про довіру населення України до національної валюти.

Цікавим, на нашу думку є аналіз структури наданих споживчих кредитів. Якщо протягом 2008-2010 років частка кредитів у іноземній валюті була більшою у загальному обсязі наданих споживчих кредитів, то уже у 2011-2012 роках вона знизилася до 43,7% і 31,7% відповідно.



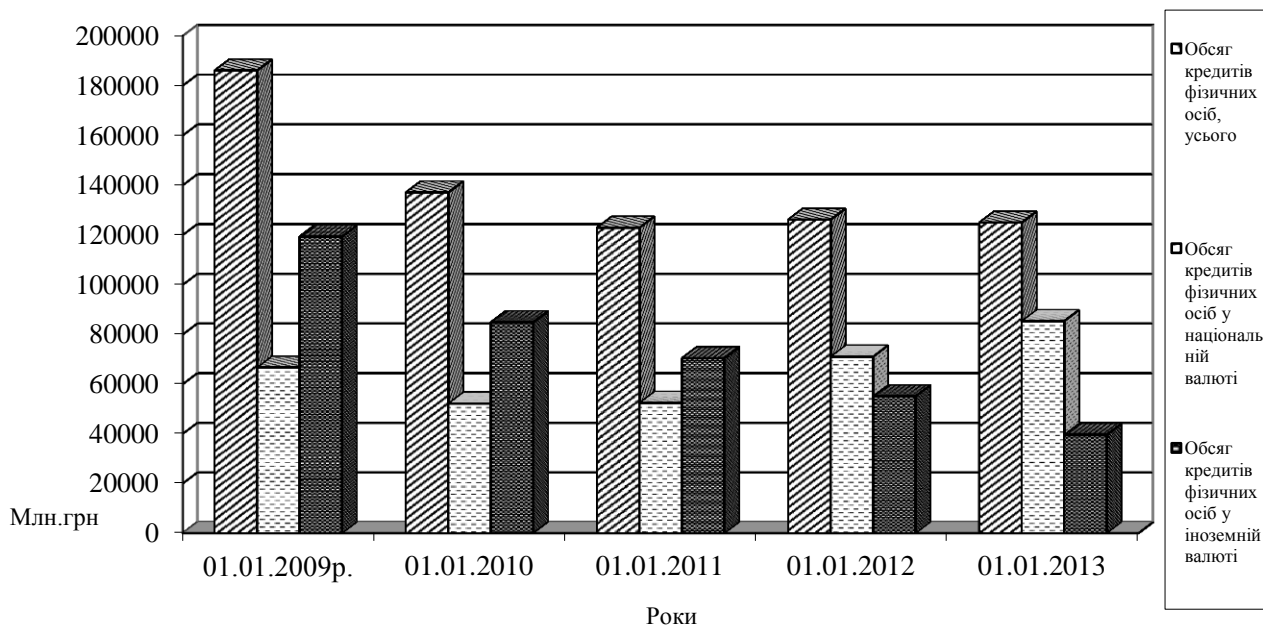


Рис. 2. Динаміка наданих споживчих кредитів банками України 2008-2012 рр.[7]

Нині важливим аспектом формування ресурсної бази банків є оптимізація її валютної структури. Обмежені можливості банків щодо надання валютних кредитів містять потенціал зменшення попиту банків на валютні ресурси, в першу чергу, з боку банків з іноземним капіталом.

З метою оптимізації депозитного портфеля та для забезпечення більшого надходження коштів на депозити можна рекомендувати спрощення режиму функ-

ціонування відповідних рахунків, тобто порядку зарахування коштів на вклади, видачі та перерахування з депозитних рахунків.

У середньостроковій перспективі, зважаючи на потребу банків у валютних ресурсах для обслуговування своїх зобов'язань та існуючий розрив між валютними кредитами та депозитами, приплив коштів на валютні депозити й надалі заохочуватиметься (табл. 2, рис. 3).

Т а б л и ц я 2

**Динаміка складу і структури депозитів фізичних осіб в розрізі валют у 2008-2012 рр.**

Показники	На 01.01.2009 р.		На 01.01.2010 р.		На 01.01.2011 р.		На 01.01.2012 р.		На 01.01.2013 р.		Відхилення 2012/2008, (+,-)	
	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	сума млн. грн.	питома вага, %	в сумі, млн. грн.	питома вага, %
Усього депозитів фізичних осіб	359740	100	334953	100	416650	100	491756	100	572342	100	212602	-
в тому числі:												
1. В національній валюті	201835	56,2	173091	51,7	239302	57,4	280440	57,00	320268	56,0	118433	-0,2
2. В іноземній валюті	157905	43,8	161862	48,3	177348	42,6	211316	43,00	252074	44,0	94169	0,2

Джерело: складено на основі [7]





Тепер, за даними багатьох експертів, сучасний клієнт доволі непогано обізнаний з різноманітними фінансовими продуктами, що пропонують банки, однак він не є лояльним до свого банку. За таких умов інтенсифікація маркетингових зусиль на банківському ринку набуває неабиякої актуальності.

Залучення заощаджень населення банківським сектором для фінансування інвестицій у виробничому секторі є проблематичним. З одного боку, громадяни

вважають банківський сектор досить ризикованим, тому залучення коштів можливе лише під достатньо високі відсотки. Разом з тим, інвестування виробництва при недосконалому законодавстві та високому ризику неповернення кредиту потребує підвищення ставок за кредити. Таким чином, кредит стає недоступним для переважної більшості підприємств, які неспроможні забезпечити достатній рівень прибутковості інвестицій.

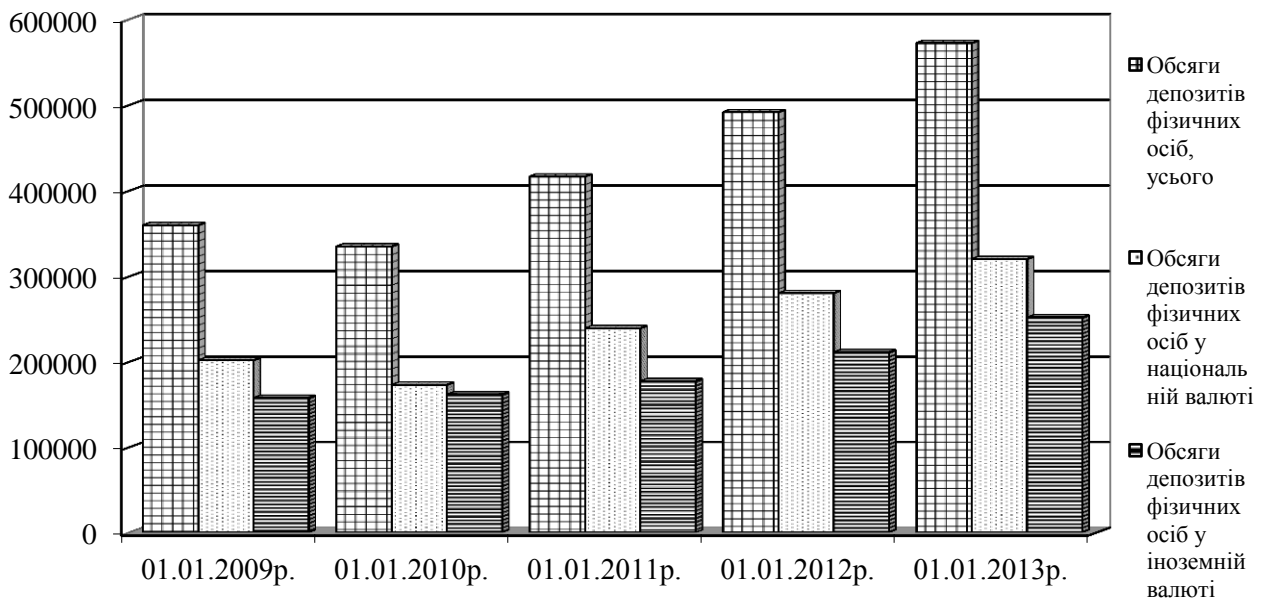


Рис. 3. Обсяги депозитів фізичних осіб у т.ч. в іноземній валюті [7]

Із даних табл.2 і рис.3 бачимо, що хоч і відбувається повільними темпами зростання депозитів фізичних осіб, цього недостатньо для створення стійкої та ефективної ресурсної бази для виконання в повному обсязі активних операцій банку, саме тому, необхідно застосовувати комплексне обслуговування клієнтури, постійно розширювати діапазон послуг, знижувати їх вартість, поліпшувати якість кредитно-розрахункового та касового обслуговування тощо.

Перспективними методами удосконалення організації депозитних операцій комерційних банків є [2]:

- застосування нових видів вкладів, зокрема, використовуючи досвід зарубіжних країн: pow-рахунки та удосконалений їх різновид - superpow-рахунки; депозитні рахунки грошового ринку з пла-

ваючою ставкою відсотка; конверсійні, а також святкові, відпускні, податкові, дитячі;

- випуск банками нетрадиційних депозитних інструментів: чекових депозитів, банківських векселів;

- активне використання відсоткової політики як методу стимулювання розміщення коштів на різні види депозитів;

- розширення обсягу строкових депозитів шляхом використання коштів спеціального призначення, які знаходяться на рахунках підприємств;

- удосконалення системи страхування депозитів та створення достатніх страхових резервів.

Слід підкреслити, що розвиток банківського обслуговування населення в Україні знаходиться під впливом протилежних економічних інтересів населення





і банків. У розвинутих банківських системах створені механізми максимального узгодження цих інтересів. Для захисту інтересів вкладників створені ефективні механізми гарантування депозитів населення, а для захисту інтересів банків сформувалися могутні структури, що спеціалізуються на обслуговуванні населення, створюють особливу ощадну систему, яка забезпечує їм вигідність роздрібних депозитних операцій. Україна вже розпочала формування механізму, що захищатиме інтереси вкладників, створивши Фонд гарантування вкладів фізичних осіб [4,с.15].

Підсумовуючи вищеподаний матеріал, слід сказати, що в сучасних умовах розвитку банківської системи при формуванні ресурсної бази, банківські установи повинні швидко реагувати на потреби клієнтів з метою залучення коштів фізичних та юридичних осіб, спираючись на практику діяльності провідних банків світу у сфері розширення банківської діяльності й за рахунок нетрадиційних депозитних операцій та послуг. Адже фінансова стабільність комерційного банку залежатиме від постійного аналізу коштів, які знаходяться на депозитних рахунках, постійній роботі з клієнтами, гарному обслуговуванні, а також потрібно враховувати і досліджувати зарубіжний досвід страхування депозитів, бо це ще один із важливих елементів, який сприятиме покращенню діяльності вітчизняних банків на ринку депозитних послуг.

Отже, запропоновані вище методи удосконалення організації депозитних операцій комерційних банків, на нашу думку, дадуть можливість керівництву вітчизняних банківських установ комплексно підійти до активізації його депозитної діяльності, а відтак сприятимуть примноженню доходності від даного виду операцій.

### Література

1. Врублевський О.С. Громадянин і банк: депозитні операції / О.С. Вруб-

левський. – К.: ТОВ „ІКЦ Леста”, 2005. – 44 с.

2. Лазоряк О.В., Федішин М.П. Сучасний стан депозитних операцій комерційних банків / О.В. Лазоряк, М.П. Федішин // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://readbookz.com/book/129/3556.html>. <http://intkonf.org/lazoryak-ov-fedishin-mp-suchasniy-stan-depozitnih-operatsiy-komertsiynih-bankiv/>

3. Шварц О. Регулювання ліквідності банківської системи України в період кризи / О. Шварц // Вісник НБУ, квітень 2010. – С. 56-61.

4. Данилова Т. Н. Применение финансовых моделей для исследования кредитно-депозитных стратегий деятельности коммерческого банка / Т. Н. Данилова, А. В. Решетов // Финансы и кредит. – 2008. – № 32. – С.4-30.

5. Дребот Н. П., Галько О. П. Стратегія банківської установи на ринку депозитних послуг / Н. П. Дребот, О. П. Галько // Регіональна економіка. – 2008. – №4. – С.125-131.

6. Козьменко, С. М. Стратегічний менеджмент банку : навч. посіб. / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 374 с.

7. Офіційний сайт Національного банку України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.

### References

1. Vrublevs'kyū O.S. Hromadya-nyn i bank: depozytni operatsii / O.S. Vrublevs'kyū. - K.: TOV „IKTS Lesta”, 2005. - 44 s.

2. Lazoryak O.V., Fedyshyn M.P. Suchasnyū stan depozytnykh operatsiū komertsiūnykh bankiv / O.V. Lazoryak, M.P. Fe-dyshyn // [Elektronnyū resurs]. - Rezhym dostupu: <http://readbookz.com/book/129/3556.html>. <http://intkonf.org/lazoryak-ov-fedishin-mp-suchasniy-stan-depozitnih-operatsiy-komertsiynih-bankiv/>

3. Shchvarts O. Rehulyuvannya likvidnosti bankivs'koї systemy Ukraїny v period kryzy / O. Shvarts // Visnyk NBU, kviten' 2010. – S. 56-61.

4. Danylova T. N. Prymenenye finansovykh modeley dlya yssledovannya kre-dytno-depozytnykh stratehyi deyatel'nosti kommercheskoho banka / T. N. Danylova, A. V. Reshetov // Fynansy y kredyt. – 2008. – № 32. – S. 4-30.

5. Drebot N. P., Hal'ko O. P. Stratehiya bankivs'koї ustanovy na rynku

depozytnykh posluh / N. P. Drebot, O. P. Hal'ko // Rehional'na ekonomika. – 2008. – №4. – S.125-131.

6. Koz'menko, S. M. Stratehichnyy menedzhment банку : navch. posib. / S. M. Koz'menko, F. I. Shpyh, I. V. Voloshko. – Sumy : VTD «Universytet-s'ka knyha», 2003. – 374 s.

7. Ofitsiynyy sayt Natsional'noho банку Ukraїny. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.bank.gov.ua/>

### **Костак З. Р.**

#### **Анализ современного состояния депозитной базы отечественных банков**

В работе осуществлен анализ современного состояния депозитной базы отечественных банков. Освещены причины, тормозящие развитие ресурсной базы коммерческих банков. Предложены основные методы усовершенствования организации депозитных операций отечественными банками. В современных условиях развития банковской системы при формировании ресурсной базы, банковские учреждения должны быстро реагировать на потребности клиентов с целью привлечения средств физических и юридических лиц, опираясь на практику деятельности ведущих банков мира в расширении банковской деятельности и за счет нетрадиционных депозитных операций и услуг.

*Ключевые слова:* депозиты, депозитные операции, ресурсная база, коммерческий банк.

### **Kostak Z.**

#### **Analysis of the current state of the domestic deposit base of banks**

The paper analyzes the current state of the domestic deposit base of banks. The reasons that hinder the development of the resource base of commercial banks. The basic methods for improving the organization of deposit operations of domestic banks. In the current conditions of the banking system during the formation of the resource base, banks must respond quickly to customer needs in order to attract funds from individuals and legal entities, based on the practice of the leading banks in the world in the field of banking and expansion through alternative deposit operations and services.

*Keywords:* deposits, deposit operations, resource base, the commercial bank.

**Рецензент:** Аніловська Г. Я. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Фінанси та економічна безпека» Львівського державного університету внутрішніх справ, м. Львів, Україна.

**Reviewer:** Anilovska G. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Finance and Economic security Department Lviv state university of internal affairs, Lviv, Ukraine.

*e-mail:* [kf@lvduvs.edu.ua](mailto:kf@lvduvs.edu.ua)

*Стаття подана*  
*06.05.2013 р.*



УДК 659.182/187

ЛИСЕНКО І. О.

## СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОМПЛЕКСІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

У статті підкреслено важливість реклами як складової маркетингової системи комунікацій підприємства й інструмента забезпечення ефективної його роботи, розглянуто функції реклами: основні й додаткові. Дослідження показало, що реклама є потужним інструментом в системі маркетингових комунікацій та її всеохоплюючий характер зумовив наявність великої кількості різновидів реклами, слід зазначити, що при класифікації розглядаються два поняття: реклама як процес і реклама як кінцевий результат діяльності.

**Ключові слова:** система маркетингових комунікацій підприємства, функції реклами, позиціонування, інформування, просування, рекламна діяльність, класифікаційні ознаки.

**Постановка проблеми.** Розвиток ринкових процесів в Україні, створення передумов для її успішної інтеграції у світове економічне співтовариство потребують суттєвих перетворень у визначенні пріоритетних форм, методів і напрямів господарської діяльності. У цій ситуації значний інтерес для вітчизняних науковців і підприємців галузі становлять сучасна маркетингова концепція, передові методи та форми маркетингового впливу на формування ринкового попиту, конкурентної позиції підприємства. За таких умов ключовим чинником забезпечення конкурентоспроможності підприємств стає дієва система маркетингових комунікацій, вже замало просто створити конкурентоспроможний або інноваційний по функціональним властивостям продукт, важливим аспектом його економічного успіху є стратегія просування продукту та його інформаційна складова. Тобто рішуче значення мають питання правильного позиціонування, та донесення інформації до цільової аудиторії.

Одним із способів надання інформації є реклама. Причому реклама не у вузькому сенсі, як інформація про певний виріб, а у найширшому значенні цього поняття – як засіб інформування, переконання, впливу і маніпуляції. Через рекламу її творці намагаються не тільки представити товар, а й нав'язати його, не тільки інформувати суспільство, а й керувати ним.

Як показує досвід розвинутих країн, ринкова економіка не може функціонувати без інституту реклами, тобто реклама – це

внутрішньо притаманний ринковий елемент, один з найважливіших рушіїв його розвитку. Реклама – це чи не найдорожчий інструмент маркетингу, вона збільшує ціну товару, тому одні виробники або торгові посередники мало користуються рекламними комунікаціями, а інші – витрачають на рекламу значну частину фінансових ресурсів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасних виданнях із маркетингу та реклами розглянуто загальні підходи до визначення етапів маркетингової комунікаційної кампанії, вказано послідовність рекламної кампанії, заходи зі стимулювання збуту, зв'язків із громадськістю та інших форм маркетингових комунікацій, визначено закономірності, ефекти, принципи, правила. Маркетингові комунікації вивчали багато вітчизняних авторів, серед яких Н. Бородіна, А. Войчак, В. Євдокименко, Т. Лук'янець, А. Павленко, В. Сахаров, Т. Примак та ін. На нашу думку, серед вітчизняних науковців найбільший вклад в розвиток та вивчення реклами здійснив Є. В. Ромат, що досліджував усі етапи зародження реклами, її особливості, функції, класифікації видів, планування та реалізації рекламної політики підприємства [10]; щодо зарубіжних науковців, то слід відмітити звичайно напрацювання Ф. Котлера [5] – основоположника маркетингу.

Водночас у науковому просторі [1 – 20] виникають безліч новітніх досліджень, аналіз яких дозволяє пролити світ на визначену проблему.



**Мета статті.** Оскільки задане питання є актуальним і недослідженим у повному обсязі, головною метою даної статті є дослідження основних і додаткових функцій реклами, їх класифікація за виділеними ознаками та характеристика різновидів реклами в системі маркетингових комунікацій підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В умовах насиченого ринку недовідомо розробити новий якісний товар, встановити на нього оптимальну ціну і вибрати ефективні канали розподілу. Дедалі більшого значення набуває така складова комплексу маркетингу, як маркетингові комунікації. Їх система спрямована на інформування, переконування, нагадування споживачам про товар фірми, підтримку його збуту, а також створення позитивного іміджу компанії.

Комплекс заходів по просуванню товару формує маркетингову політику комунікацій. Вона складається з шести етапів: визначення завдань, виявлення цільової аудиторії та бажаної зворотної реакції, вибір звернення, вибір засобів поширення інформації, вибір засобів впливу, формування каналів зворотного зв'язку [1, с. 179].

Комплекс маркетингових комунікацій складається з чотирьох основних засобів впливу: реклама; пропаганда; стимулювання збуту; особистий продаж [3; 6]. Але ця класифікація в дійсності є дуже спрощеною, кожний із елементів підрозділяється далі, хоча деякі не підходять ні під одну з цих категорій. Звичайно, що такий процес є логічним і зрозумілим, адже світ змінюється і розвивається. Такий розвиток спричиняє зміну потреб споживачів. Як результат висувуються нові вимоги перед підприємствами.

У 90-х рр. ХХ ст. відбувається перехід від класичного розуміння маркетингових комунікацій як сукупності окремих інструментаріїв до прийнятого в західному світі поняття – комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), що став відповіддю теорії маркетингу на ускладнення просування товарів і послуг на сучасному ринку. Еволюція інтегрованих маркетингових комунікацій відбувається

також і в ХХІ столітті. Вона трансформувалась у принцип TTL-реклами [5; 6; 17; 20].

TTL (through the line – крізь лінію) сучасне трактування теорії інтегрованих маркетингових комунікацій, який формується завдяки ATL- (above the line – над лінією) та BTL-реклами (below the line – під лінією). Розподілення на ATL- та BTL-рекламу відбулося так: одна з провідних компаній на ринку FMCG (fast moving consumer goods) – Procter&Gamble, спланувала загальну суму рекламного бюджету, стала розподіляти засоби – на телебачення, журнали, зовнішню рекламу на вулицях. В результаті отримала суму меншу, ніж запланований обсяг рекламного бюджету, але вкласти більше в рекламу в ЗМІ було недоцільно. Маркетологи «провели лінію» і під нею написали залишок, який було вирішено направити на роздачу зразків, проведення лотерей. Таким чином, частина засобів, відведених на масову рекламу, опинилася над лінією, а гроші на заходи зі стимулювання споживачів – під лінією [18, с. 269].

ATL (above the line – над лінією) – це традиційний односторонній (прямий) вплив на свідомість споживача без включення його в діалог із продавцем товару, виробником або торговою організацією з виконанням платних рекламних замовлень за посередництвом преси, радіо і телебачення, кіно та зовнішньої реклами. BTL (below the line – під лінією) – рекламна діяльність і заходи з просування, які включають стимулювання збуту, прямий маркетинг, зв'язки з громадськістю, участь у виставках, реклама в інтернеті [19, с. 612]. Традиційно до BTL фахівці відносять демонстрації та дегустації продуктів, масові заходи у вигляді презентацій, семінарів, прес-конференцій, вечірок тощо, а також лотереї, конкурси, стимулювання продажу товарів, спонсорінг, сувенірну продукцію, дизайн упаковки, мерчендайзинг, рекламу в інтерактивних засобах комунікації (інтернет тощо), використання нетрадиційних рекламних носіїв і всі дії, які сприяють просуванню товарів на ринок [20, с. 27].

Проте, на нашу думку, в сучасних умовах реклама є найбільш поширеним







засобом впливу, який використовується в процесі маркетингової комунікації. За допомогою реклами у свідомості потенційного покупця формується образ товару. Реклама за кордоном давно вже становить головну і невід'ємну частину маркетингу, її використовують як важіль конкурентної боротьби та впливу на виробництво і збут [2].

Без реклами неможливе формування широких ринків товару, перетворення потенційно існуючих потреб на попит, збільшення обсягів реалізації продукції, підвищення цікавості споживачів до новостворених товарів [3, с. 121]. В умовах конкурентної ринкової пропозиції основним фактором нецінкової мотивації відгуку покупців є реклама товару або фірми, що пропонує товар.

Величезну роль у збереженні і зміцненні позицій фірми на ринку грає реклама. Небагато підприємств сьогодні можуть успішно вести справи без реклами в тому чи іншому її вигляді. З однієї сторони, майже всі галузі народного господарства відчують справжню потребу в оперативному сповіщенні споживачів. І цю потребу задовольняє ціла мережа різних по структурі й можливостях рекламних організацій. А з іншого боку, досить широко існує вельми скептичне ставлення до реклами. Але з самого початку слід пам'ятати, що рекламні оголошення, які ми бачимо і чуємо, є кінцевими продуктами цілого ряду досліджень, стратегічних планів тактичних рішень, конкретних дій та інших складових рекламного процесу [4, с. 158-165]. «Місією реклами може бути: інформування, переконання, нагадування чи підкріплення рішення про покупку. При випуску нового товару вам потрібно інформувати чи переконувати споживачів», – відзначає Ф. Котлер в одній зі своїх останніх праць з маркетингу [17, с. 152].

Існує багато визначень реклами. У 1948 р. реклама була визначена Американською Асоціацією Маркетингу як «будь-яка форма неособистого представлення і просування комерційних ідей, товарів чи послуг, оплачуваних чітко встановленим замовником». На думку Ф. Котлера, реклама – це платне, односпрямоване і неосо-

бисте звернення, здійснюване через засоби масової інформації й інші види зв'язку, що агітує на користь якогось товару, марки, фірми [5, с. 114].

Деякі фахівці розглядають рекламу «як форму комунікації, що намагається перекласти якості товарів і послуг, а також ідеї на мову нестатків і запитів споживача». Як підкреслює російський учений А. Романов, поняття «реклама» почало викликати вельми широке коло асоціацій економічного, соціального і політичного характеру [6, с. 4]. К. Л. Бове та У. Ф. Аренс надають наступне визначення: «Реклама – ознайомлення споживача з товаром або послугою, яку пропонує дане виробниче, торгове або інше підприємство» [16, с. 23]. І. О. Гольман та Н. С. Добробабенко визначають: «Реклама – платне, односпрямоване і неособисте звернення, здійснюване через засоби масової інформації й інші види зв'язку, агітація на користь якогось товару або послуги» [17, с. 14]. А. Дейян говорить про те, що реклама – неособисті форми комунікацій, здійснювані через платні засоби розповсюдження інформації з вказівкою джерела [15, с. 8].

Діюче законодавство (Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 року) дає наступне визначення даного поняття: реклама – це спеціальна інформація про осіб чи продукцію, поширювана в будь-якій формі та будь-яким чином у цілях прямого або опосередкованого отримання прибутку [7, с. 181]. Нова редакція закону № 1121-IV від 11. 07. 2003 р. визначає: реклама – інформація про особу чи товар, поширена в будь-якій формі та будь-яким способом і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес до таких осіб чи товару [8, с. 62]. Взагалі, існує безліч визначень терміну «реклама», хоча всі спеціалісти погоджуються з тим, що даний засіб маркетингової комунікаційної політики є одним з найбільш дієвих.

Слід підкреслити, що відповідно до ЗУ «Про рекламу» реклама є об'єктом авторського права. До основних принципів рекламної діяльності відносяться: дотримання законності, точності і достовірності реклами; використання державної мови і



інших мов в строгій відповідності до законодавства України. Форми, методи і засоби реклами не повинні заподіювати її споживачам моральний, психічний або фізичний збиток. Законом заборонена несумлінна реклама, тобто реклама, що містить неточні або недостовірні відомості і порушує вимоги законодавства, загальнолюдські етичні норми, що може ввести в оману споживача, заподіяти шкоду окремим особам або державі.

Лише невеликий відсоток тих, хто бачить рекламні повідомлення, дійсно реагує негайно. Звичайно необхідно прийняти певні важливі кроки для того, щоб запевнити покупця зробити покупку [9, с. 36-41]. Реклама дуже широке, багатогранне та синтезоване явище, що зумовило наявність великої кількості функцій, які доцільно було б класифікувати за відповідними ознаками. У-першу чергу, функції реклами визначаються її метою та завданнями. З огляду на це можна визначити наступні основні функції реклами: формування попиту, інформування покупців, просування виробу та його виробника.

У залежності від цілей, які визначаються конкретною ринковою ситуацією, реклама може ефективно вирішувати наступні завдання:

1) інформування (формування обізнаності та знань про новий товар, конкретну подію, про фірму й т.ін.);

2) повідомлення (послідовне формування переваг, які відповідають сприйняттю споживачем образу фірми та її товарів, переконання споживача купити товар, мотивація покупки й ін.);

3) нагадування (підтримка обізнаності, утримування в пам'яті споживачів інформації про товари в проміжках між покупками, нагадування, де можна придбати даний товар);

4) позиціонування товару / фірми-комунікатора (тобто розробка, створення або забезпечення товарів чи фірмі чітко відокремленого від інших товарів / фірм місця на ринку й у свідомості цільових споживачів);

5) утримування покупців, лояльних до марки, яка рекламується;

б) створення «особистого образу» фірми, який би відрізнявся від конкурентів [10, с.123].

Слід також згадати й інші (додаткові) функції реклами: контролюючу та корегуючу, оскільки за допомогою використуваних у процесі вивчення ринку анкет, опитувань, аналізу процесу реалізації товарів підтримується зворотній зв'язок між ринком та споживачем і все це дозволяє контролювати просування товарів на ринок, створювати та закріплювати у споживача стійку систему переваг до них, а у випадку необхідності – корегувати процеси збутової та рекламної діяльності. Використовуючи можливості прямого впливу на визначені категорії споживачів, реклама не тільки формує попит, а й виконує функцію управління попитом. Дана функція є складовою частиною системи маркетингу й стає специфічною ознакою сучасної реклами. Практика засвідчує, що будь-який стан споживацького попиту може бути змінений маркетинговими діями, що включають цілеспрямовані рекламні заходи у відповідності з можливостями підприємства та його збутовою політикою.

Реклама може передавати суспільні, політичні та благодійні ідеї й тим самим ставати частиною громадського життя. Тому деякі вчені та фахівці розглядають дев'ять функцій реклами, які можна класифікувати за ознакою сфери дії: інформативну, маркетингову, економічну, комунікативну, управлінську, політичну, культурну, суспільну та освітню.

Інформативна функція реклами полягає в забезпеченні споживачів направленим потоком інформації про виробника, його товари, зокрема про їхню споживчу вартість. Ця функція є ключовою, особливо для нових підприємств, що нещодавно з'явилися на ринку.

Маркетингова функція проявляється як засіб формування попиту та стимулювання продажу товарів і реалізується наданням найменувань торгового ряду та диференціацією окремих марок товарів; повідомленням про товар; стимулюванням зацікавленості потенційних покупців щодо нових товарів та підтримкою повторних купівель і формуванням постійної клієнту-





ри; оптимізацією продажу товарів, а також забезпечення прихильнішого ставлення до даного товару, ніж до товару конкурента, або принаймні лояльності до нього.

Однією з важливих функцій реклами є комунікативна функція. Цю функцію реклама реалізує, підтримуючи зворотній зв'язок із ринком споживачів та ринком продавців (конкурентів). Рекламна комунікація має на меті вплинути на свідомість покупця (споживача), змусивши його купити цей товар або хоча б побажати його купити в майбутньому.

Управлінська функція реклами полягає в тім, що реклама як складова маркетингового менеджменту виконує функцію управління попитом. Економічно грамотно визначивши потреби в певному товарі, реклама може сформувати попит і керувати ним як у просторі, так і в часі за допомогою календарного медіа-планування, тобто показу певній аудиторії з певною частотою та в певний проміжок часу рекламного звернення в засобах масової інформації.

Політична функція реклами виявляється у двох аспектах. По-перше, реклама є складовою маркетингової політики комунікацій, і тоді термін «політика» означає спосіб дій, спрямованих на досягнення мети, яка повністю відповідає функціям реклами, а саме її головному завданню – активній діяльності на ринку, у ринковому середовищі конкурентів та потенційних споживачів. По-друге, як визначають фахівці у сфері рекламного бізнесу, політичну рекламу пов'язують із популяризацією певної особи, політичної партії чи ідеї.

Освітня функція реклами полягає в тім, що в процесі впровадження нових товарів і технологій вона сприяє поширенню знань про різноманітні сфери людської діяльності та новітні досягнення науки, прищеплюючи споживачам практичні навички використання сучасних товарів та технологій.

Суспільна функція реклами визначається її здатністю формувати підвищені потреби й суспільні стандарти споживання та певного стилю життя, на який потрібно орієнтуватися, намагаючись його досягти [11].

Культурна функція реклами зумовлена тим, що вона є своєрідним продуктом художньої творчості, певним витвором мистецтва, а отже, впливає на формування смаків та загальний культурний розвиток цільової аудиторії споживачів. І не тільки споживачів, а й конкурентного середовища, яке активно використовує всі сучасні та перспективні методи впливу на потенційних покупців. Особливо значною є роль реклами в естетичному вихованні нації, формуванні певного її менталітету.

Однією з основних функцій реклами є її економічна функція. Інформуючи про нові товари, послуги або ідеї, розкриваючи їхні переваги та схилиючи потенційних споживачів до пробної, а згодом – і до повторної купівлі цих товарів, реклама обґрунтовує вигідність таких дій для споживачів («помірна ціна за високої якості»), активізує продаж відповідних товарів і розкриває торгівлю як галузь, не кажучи вже про виробництво з його основною метою – отримати якомога більший прибуток.

У наш час реклама є основним фактором розвитку фактично будь-якого бізнесу. Вона значною мірою визначає наш образ і стиль життя [12, с. 17-27]. При створенні бізнесу приймаються ряд важливих рішень щодо мети й основних напрямків діяльності, організації роботи, контролю та аналізу діяльності. В першу чергу від того, які рішення будуть прийняті залежить ефективність вашого бізнесу, прибутковість, рівень рентабельності. Відповідно, на результати діяльності також впливають і рішення стосовно рекламної діяльності.

Для того, щоб реклама стала ефективним фактором програми маркетингу та розвитку бізнесу необхідно дотримуватись таких умов:

- рекламна інформація має бути новою і неочікуваною;
- особливо активно рекламу слід використовувати на стадіях упровадження товару на ринок і зростання обсягу продажу;
- реклама має підкреслювати ті особливості товару, які відрізняють його від аналогів;

- реклама найефективніша при зростаючому попиті; реклама має бути систематичною, оптимальним є щотижневий контакт із потенційними покупцями, максимально припустимий – шокквартильний [13, с. 16-24].

Таким чином, можна визначити такі основні риси реклами:

- неособистий характер: комунікаційний сигнал надходить до потенційного покупця не особисто від продавця рекламованого товару, а через різного роду посередників (ЗМІ, різноманітні рекламні носії);

- одностороння спрямованість рекламного звернення від продавця до покупцеві. Відповідна реакція може запізнюватися на значні проміжки часу;

- невизначеність із точки зору вимірювання ефекту реклами. Це якість є логічним продовженням попереднього. Зворотній зв'язок в комунікації носить імовірнісний і невизначений характер. Факт покупки залежить від маси факторів, які не мають прямого відношення до реклами, що носять суб'єктивний характер;

- громадський характер. Передбачається, що рекламований товар є законним і загальноприйнятим;

- в рекламному оголошенні чітко визначений спонсор, рекламодавець, суб'єкт, за чий рахунок і від чийого імені здійснюється реклама. Джерело рекламної комунікації – це той, хто її оплачує;

- помітність і здатність до умовляння. Багаторазове повторення рекламних доводів робить певний психологічний вплив на споживача і підштовхує його до покупки [14, с. 49-55].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Вивчивши та проаналізувавши світовий досвід розробки і формування комунікативних маркетингових технологій, можна зробити висновок, що зарубіжними та вітчизняними вченими-економістами розроблена велика кількість різноманітних підходів щодо формування маркетингової комунікаційної політики. Але на даному етапі немає єдиних підходів щодо використання засобів маркетингової комунікаційної політики. Проте можна констатувати, що реклама та рекламна дія-

льність – неодмінна складова маркетингових комунікацій – комплексу заходів, які використовує фірма (товаровиробник, посередник) для інформування, переконання чи нагадування споживачам про свої товари чи послуги. Даний вид діяльності охоплює увесь маркетингово-комунікаційний процес – від визначення потреби в рекламі до створення рекламного продукту, його виготовлення та публікації в засобах масової інформації. Результати дослідження показали, що реклама є універсальним інструментом ринкової економіки і виконує велику кількість функцій, які в загальному вигляді направлені на популяризацію фірми, торгової марки, продукції, стимулювання реалізації продукції та отримання економічних вигод, тобто вона є важливим і вагомим елементом системи маркетингових комунікацій підприємства.

Не менш важливим напрямком дослідження є планування рекламних компаній підприємствами та визначення ефективності проведених заходів, вивченню саме цих питань будуть присвячені послідовні наукові праці. Інший напрямок стосується удосконалення концепції комунікацій, шляхом об'єднання теоретичних підходів до комунікацій із практичним управлінням комунікаційною діяльністю на українських підприємствах.

### Література

1. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент / А.В. Войчак. – К. : КНЕУ, 1998. – 268 с.
2. Рогожина В. В. Реклама як особливий вид комунікації: аспекти дослідження / В. В. Рогожина // Інформаційне суспільство. – 2010. – Вип. 11. – С. 34 – 37.
3. Герасимчук В. Г. Маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища школа, 1994 р. – 327 с.
4. Данайканич О. В. Реклама в системі маркетингових комунікацій підприємства / О. В. Данайканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2010. – Вип. 31. – С. 158 – 165.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – 4-е европейское издание. М.: ООО «И.Д. Вильямс». – 2007. – 1200с.





6. Романов А. А. Реклама: между социумом и маркетингом / А. А. Романов : монография. – М.: Маркет ДС, 2002.

7. Закон «Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» від 11.07.2003, ВВР. – 2004. – №8. – С.62.

8. Закон України «Про рекламу»: Прийнятий 3 липня 1996 р. № 270 / 96-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – С. 181.

9. Скорodelов К. В. Планирование рекламной кампании рекламным агентством / К. В. Скорodelов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 3. – С. 36 – 41.

10. Ромат Е. В. Реклама. / Е. В. Ромат. – Киев; Харьков : НВФ "Студцентр", 2000. – 480 с.

11. Лук'янець Т. І. Рекламний менеджмент: навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.

12. Бородин В. Ю. Реклама в системе социальной регуляции межличностных отношений // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. –1999. – № 1. – С.17-27.

13. Данаїканич О. В. Особливості управління та розвитку рекламної діяльності / О. В. Данаїканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2009. – Вип. 27. – С. 16 – 24.

14. Данаїканич О. В. Теоретико-гносеологічні підходи до визначення категорії «реклама» / О. В. Данаїканич // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2010. – С. 49–55.

15. Крилов І. В. Маркетингові комунікації: світовий досвід / І. В. Крилов. – К. : Знання, 2009. – 267 с.

16. Добробабенко Н. С. Маркетинговые коммуникации / Н. С. Добробабенко. – М. : Экономика, 2008. – 210 с.

17. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. / Ф. Котлер ; пер. с англ. под ред. Т.Р. Тэор. – СПб. : Нева, 2003. – 224 с.

18. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій [Текст] : навч. посіб. / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид. доп. і переробл. – К. : КНЕУ, 2004. – 524 с.

19. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации : интегрированный подход / Дж. Бернет, С. Мориарти ; пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2001. – 864 с.

20. Климин А. Медиапланирование своими силами / А. Климин. – М. ; СПб : Питер, 2007. – 192 с.

## References

1. Voŷchak A. V. Marketynhovyŷ menedzhment / A.V. Voŷchak. – K. : KNEU, 1998. – 268 s.

2. Rohozhyna V. V. Reklama yak osobly-vyŷ vyd komunikatsii: aspekty doslidzhennya / V. V. Rohozhyna // Informatsiŷne suspil'st-vo. – 2010. – Vyp. 11. – S. 34 – 37.

3. Herasymchuk V. H. Marketynh: teoriya i praktyka: navchal'nyŷ posibnyk / V. H. Herasymchuk. – K. : Vyshcha shkola, 1994 r. – 327 s.

4. Danaŷkanych O. V. Reklama v systemi marketynhovykh komunikatsiy pidpryyems-tva / O. V. Danaŷkanych // Naukovyŷ visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Ekonomika. – 2010. – Vyp. 31. – S. 158 – 165.

5. Kotler F. Osnovy marketynha / F. Kotler. – 4-e evropeŷskoe yzdanye. M.: OOO «Y.D. Vyl'yams». – 2007. – 1200s.

6. Romanov A. A. Reklama: mezhdusotsyuumom y marketynhom / A. A. Romanov : monohrafyya. – M.: Market DS, 2002. 7. Zakon «Pro vnesennya zmin do Zako-nu Ukraïny «Pro reklamu» vid 11.07.2003, VVR. – 2004. – №8. – S.62.

8. Zakon Ukraïny «Pro reklamu»: Pryŷnyatyŷ 3 lypnya 1996 r. № 270 / 96-VR // Vidomosti Verkhovnoï Rady Ukraïny. – 1996. – № 39. – С. 181.

9. Skorodelov K. V. Planirovaniereklamnoŷ kampany reklamnym ahent'st-vom / K. V. Skorodelov // Markteynh v Ros-syy y za rubezhom. – 2000. – № 3. – S. 36 – 41.

10. Romat E. V. Reklama. / E. V. Romat. – Kyeve; Khar'kov : NVF "Studtsentr", 2000. – 480 s.

11. Luk'yanets' T. I. Reklamnyŷ menedzhment: navch. posibnyk / T. I. Luk'yanets'. – 2-he vyd., dop. – K. : KNEU, 2003. – 440 s.

12. Borodyna V. YU. Reklama v systeme sotsyal'noŷ rehulyatsyy mezhlychnostnykh otnoshenyŷ // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10. Zhurnalystyka. –1999. – № 1. – S.17-27.

13. Danaŷkanych O. V. Osoblyvosti upravlinnya ta rozvytku reklamnoï diyal'no-sti / O. V. Danaŷkanych // Naukovyŷ visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Ekonomika. – 2009. – Vyp. 27. – S. 16 – 24.

14. Danaŷkanych O. V. Teoretyko-gnoseolohichni pidkhody do vyznachennya kate-horiŷ «reklama» / O. V. Danaŷkanych //



Na-ukovyĭ visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. – 2010. – S. 49–55.

15. Krylov I. V. Marketynhovi komunikatsii: svitovyĭ dosvid / I. V. Krylov. – K. : Znannya, 2009. – 267 s.

16. Dobrobabenko N. S. Marketynhovye komunykatyy / N. S. Dobrobabenko. – M. : Ekonomyka, 2008. – 210 s.

17. Kotler F. Marketynh ot A do YA. / F. Kotler ; per. s anhl. pod red. T.R. Téor. – SPb. : Neva, 2003. – 224 s.

18. Luk'yanets' T. I. Marketynhova polityka komunikatsiy [Tekst] : navch. posib. / T. I. Luk'yanets'. – 2-he vyd. dop. i pererobl. – K. : KNEU, 2004. – 524 s.

19. Bernet Dzh. Marketynhovye komunykatyy : yntehyrovannyĭ podkhod / Dzh. Bernet, S. Moryarty ; per. s anhl. pod red. S. H. Bozhuk. – SPb. : Pyter, 2001. – 864 s.

20. Klymyn A. Medyaplanirovanye svoymy sylamy / A. Klymyn. – M. ; SPb : Pyter, 2007. – 192 s.

**Лысенко И. А.**

**Сущность и значения рекламной деятельности в комплексе маркетинговых коммуникаций предприятия**

В статье подчеркивается важность рекламы как составной части маркетинговой системы коммуникаций предприятия и инструмента обеспечения эффективной его работы, рассмотрена функции рекламы: основные и дополнительные. Исследование показало, что реклама является мощным инструментом в системе маркетинговых коммуникаций, ее всеохватывающий характер обусловил наличие большого количества разновидностей рекламы, следует отметить, что при анализе разных классификаций рассматриваются два понятия: реклама как процесс и реклама как конечный результат деятельности.

*Ключевые слова:* система маркетинговых коммуникаций предприятия, реклама, функции рекламы, позиционирование, информирование, продвижение, рекламная деятельность, классификационные признаки.

**Lysenko I.**

**Essence and sense of promotional activity in the complex of enterprise’s marketing communications**

The author made a conclusion, that native and foreign economist scientists developed a big amount of different approaches to marketing policy formation. But at the present stage, there is no single approaches according the usage of means of marketing policy communication. Besides we can state that advertisement and promotion activity is integral part of marketing communications and of the complex actions that are used by the firm (commodity producer, facilitator) for information, over persuasion or reminding about its service and production. The results of research point out that advertisement is a universal instrument of marketing economics and administrates a lot of functions that are directed to the firm’s popularization, brand name, production, stimulation of realization production and obtaining the economics profits, it means that it is the weighty element of enterprise’s marketing communications.

*Keywords:* marketing system of enterprise’s communications, advertisement, advertisement functions, positioning, information, progression, promotion activity, graded features.

**Рецензент:** Максимова Т. С. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Маркетинг» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Maksimova T. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Marketing Department Volodymyr Dahl East Ukrainian national university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* marketing@snu.edu.ua

*Стаття подана*  
*06.04.2013 р.*





## ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ: ПРЕВЕНТИВНИЙ ЗАХИСТ В СИСТЕМІ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті обґрунтовано доцільність забезпечення превентивного захисту в системі загроз економічної безпеки підприємства. Сформульовано і проаналізовано характеристики превентивного захисту, встановлено ознаки і проведена класифікація загроз, визначено експертні оцінки загроз. Розглянуто структурні елементи економічної безпеки, юридичні і економічні передумови рейдерства, американську модель реагування при виявленні шахрайства. Запропоновано прийоми економічного захисту і способи імплементації. Виділено комплекс напрямів і механізми щодо локалізації загроз. Використані методи дослідження, аналізу, синтезу, порівняння, опису.

**Ключові слова:** превентивний захист, економічна безпека, загрози, активна і пасивна адаптація, імплементація, інкорпорація, трансформація, відсилання, гринмейл, шахрайство, обтяження активів.

**Постановка проблеми.** У сучасних умовах агресивності конкурентного середовища найбільш актуальним є забезпечення системи економічної безпеки підприємства, особливо її превентивного захисту. Багато зарубіжних і вітчизняних учених у своїх наукових дослідженнях ставлять акцент на підвищенні рівня економічної безпеки підприємства. Один з пріоритетів наукових досліджень у сфері економіки – підвищення рівня превентивного захисту економічної безпеки підприємства.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** Дослідженню економічної безпеки на різних рівнях економіки присвячені публікації вітчизняних і зарубіжних учених, таких як: А. Барановський [1]; А. Кириченко, В. Сидак, С. Лаптев [2]; А. Козаченко, В. Пономарьов, А. Ляшенко [3]; С. Шкарлет [4]; В. Крутов [5], та ін. В той же час недостатньо дослідженими залишаються питання забезпечення превентивного захисту економічної безпеки підприємства на основі використання зовнішніх і внутрішніх можливостей, у тому числі й управління взаємодією підприємств із зовнішнім і внутрішнім середовищем, а також можливими загрозами, які виникають при цій взаємодії.

**Мета статті.** Визначення змісту превентивного захисту в системі загроз економічної безпеки підприємства і створення механізмів по локалізації загроз.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз підходів до визначення і характеристики превентивного захисту в системі загроз економічної безпеки суб'єктів господарювання свідчить про відсутність єдиного розуміння їх змісту, значна розбіжність в поглядах на суб'єкти, об'єкти системи, принципи формування та ін. Обмеженням є стале розуміння головного завдання превентивного захисту в системі загроз, як захисту від зовнішніх і внутрішніх загроз, що передбачає пасивну адаптацію до змін зовнішнього середовища.

Економічна безпека підприємства в повноцінному вигляді є комплексом напрямів щодо локалізації загроз: правове, технічне, організаційно-управлінське й інформаційно-аналітичне. Завжди існує загроза матеріальному становищу, інтелектуальній власності підприємства, нанесення збитків, що обмежує контроль власника над бізнесом або права на нього.

У сучасних ринкових умовах актуальним для забезпечення безпеки підприємства стає проведення активної адаптації до загроз, використання реальних можливостей від продуктивної взаємодії із зовнішнім середовищем для реалізації стратегічних інтересів підприємства.

У середині підприємства можуть виникати проблеми, пов'язані з порушенням законодавства, з помилковими рішеннями керівництва і діями персоналу, з порушеннями пунктів договорів, що також



завдає непоправної шкоди економічній діяльності компанії. Зовнішня складова економічної безпеки підприємства відбиває його здатність організувати взаємодію із зовнішнім середовищем так, щоб забезпечити превентивний захист від існуючих і потенційних загроз, а також реалізувати можливості підвищення рівня економічної безпеки.

Основна мета превентивного захисту в системі загроз економічній безпеці підприємства – мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз економічному стану підприємства (фінансовим, матеріальним, інформаційним і кадровим ресурсам) на основі розробленого комплексу заходів економіко-правового й організаційного характеру, що реалізовується.

Завдання превентивного захисту в системі загроз економічній безпеці: прогнозування можливих загроз безпеці підприємства; організація діяльності з метою попередження можливих загроз (превентивні заходи); виявлення, аналіз і оцінка виниклих реальних загроз безпеці підприємства; ухвалення рішення й організація діяльності по реагуванню на загрози, які виникли на підприємстві.

Незважаючи на потенційну загрозу, більшість українських підприємств не приділяють превентивному захисту належної уваги і звертаються по допомогу до фахівців тільки тоді, коли загроза втрати бізнесу стає очевидною. У той же час, створення оборонних перешкод дозволяє максимально ефективно протидіяти захопленню або поглинанню і мінімізувати втрати на їх створення.

У зв'язку з цим, комплекс превентивних заходів розробляється індивідуально для кожного підприємства, з урахуванням його специфіки, стосується усіх аспектів оборони - юридичної, фінансової, економічної, соціальної й ін., що дозволяє виключити або істотним чином зменшити вірогідність його захоплення або поглинання. Ось лише деякі з економічних прийомів економічного захисту, які активно використовуються: консолідація пакетів акцій (долі), обтяження активів підприємства, внесення змін до засновницьких документів, зниження привабливості підприємства,

що поглинається, і багато чого іншого. Обтяження активів використовується для того, щоб ускладнити розпорядження ними у разі корпоративного захоплення компанії. Основними способами обтяження активів з метою профілактики корпоративного захоплення є запорука й оренда. Вказані обтяження істотно ускладнюють завдання щодо виведення активів підприємства, що знижує його привабливість для корпоративних нападників.

У сучасних ринкових умовах головним для забезпечення безпеки підприємства стає проведення активної адаптації, використання можливостей продуктивної взаємодії із зовнішнім середовищем для реалізації стратегічних інтересів підприємства.

Під загрозами економічної безпеки підприємства слід розуміти потенційні або реальні дії фізичних або юридичних осіб, що порушують стан захищеності суб'єкта підприємницької діяльності, які здатні привести до припинення його діяльності або до економічних та інших втрат. Також треба вважати, що не всі дії, які мають негативні наслідки, можуть бути загрозою економічній безпеці підприємства.

Нині ідея обов'язкового створення на підприємстві системи забезпечення економічної безпеки практично не викликає жодних заперечень. Система безпеки підприємства представляє сукупність таких структурних елементів, як: наукова теорія безпеки, політика і стратегія безпеки, засоби і методи забезпечення безпеки, концепція безпеки. Економічна безпека підприємства забезпечується дієвістю нормативних, організаційних і матеріальних гарантій, а також своєчасним виявленням, попередженням і дієвим припиненням посягань на підприємство, його фінанси, майно, або інтелектуальну власність, ділові зв'язки, технологію, інформацію. Дії, які визначаються як загрози, свідомо спрямовані на отримання будь-якої вигоди від економічної дестабілізації підприємства, від посягань на його економічну безпеку. Загрози, як правило, припускають порушення законодавчих норм (тієї або іншої галузі права - цивільного, адміністратив-





ного, кримінального) і певну відповідальність осіб, що їх здійснюють.

Таким чином, можна виділити три ознаки, які характеризують загрози економічної безпеки підприємства: свідомий і корисливий характер; спрямованість дій на збитковість суб'єктів підприємництва; протиправний характер. Бувають різноманітні загрози, які можуть бути одночасно віднесені до різних груп класифікації. Існують експертні оцінки загроз підприємницької діяльності в сфері економіці: а) економічне пригнічення: зрив договорів та інших угод; паралізація діяльності фірм із використанням повноважень державних органів, засобів масової інформації; компрометація діяльності підприємства; шантаж, компрометація керівників й окремих співробітників; б) фізичний тиск: пограбування і розбійний напад на офіси, склади; загрози фізичних розправ; наймані вбивства; в) промислове шпигунство: підкуп співробітників, передача документів і розробок; копіювання програм і даних; проникнення в персональні комп'ютери; підслуховування переговорів та ін.; г) фінансове пригнічення; д) психологічний тиск.

Аналізуючи наведені класифікації, слід визнати наступні класифікаційні ознаки і види загроз у системі економічної безпеки: загрози об'єктам безпеки, що виходять від внутрішніх і зовнішніх джерел небезпеки, які визначають зміст діяльності щодо забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки; загрози реальні і потенційні, такі, що визначають зміст діяльності щодо забезпечення превентивного захисту, тобто прогнозуванню загроз, визначенню і реалізації найбільш ефективних заходів з метою їх локалізації. Можна констатувати, що економічна безпека підприємства забезпечується реалізацією двох механізмів: що попереджує загрози (превентивного) і що реагує на загрози (оперативного). Звідси виходить, що основою організації, планування і реалізації заходів забезпечення превентивного захисту безпеки в різних сферах виробничої діяльності є прогностичний аналіз й експертна оцінка характеру реальних і потенційних внутрішніх і зовнішніх загроз, кризових ситуацій, а також інших несприятливих чинників, що пере-

шкоджають досягненню поставлених цілей і є небезпекою життєво важливим інтересам підприємства.

Таким чином, мета превентивного захисту в системі загроз економічної безпеки підприємства – мінімізація зовнішніх і внутрішніх загроз економічному стану підприємства (фінансовим, матеріальним, інформаційним і кадровим ресурсам) на основі розробленого комплексу заходів економіко-правового, економічного і організаційного характеру, що реалізується.

У системі загроз економічної безпеки можна виділити наступні завдання превентивного захисту: а) прогнозування загроз; б) організація діяльності щодо попередження можливих загроз (превентивні заходи); в) виявлення, аналіз і оцінка виниклих реальних загроз безпеки підприємства; г) ухвалення рішення і організація діяльності по реагуванню на виниклі загрози; д) постійне вдосконалення системи забезпечення економічної безпеки підприємства. Ключовим завданням системи безпеки є розробка й імплементація механізмів превентивного захисту. Імплементація (строге виконання) комплексу основних захисних заходів істотно знижує вірогідність загроз. У цьому контексті розглядаються превентивні заходи. Без їх імплементації не варто покладати великі надії на успішний захист із застосуванням оперативних заходів. Імплементація (англ. implementation - «здійснення», «виконання») - фактична реалізація міжнародних зобов'язань на внутрішньодержавному рівні, а також конкретний спосіб включення міжнародно-правових норм у національну правову систему. Головна вимога імплементації - суворе наслідування цілей і змісту міжнародного встановлення. Способами імплементації є: інкорпорація; трансформація; загальне, приватне або конкретне відсилання. При інкорпорації міжнародно-правові норми відтворюються в законах імплементуючої держави без яких-небудь змін. При трансформації відбувається певна переробка норм відповідного міжнародного договору перенесенням їх у національне законодавство (за необхідністю обліку національних правових традицій і стандартів юридичної техніки). У разі за-

гального, приватного або конкретного відсилання міжнародно-правові норми безпосередньо не включаються в текст закону, в останньому міститься лише згадка про них. Таким чином, при імплементації шляхом відсилання застосування національної правової норми стає неможливим без безпосереднього звернення до першого джерела - тексту відповідного міжнародного договору. У ряді держав ратифіковані міжнародні договори автоматично стають частиною національного законодавства.

Одним з аспектів недружного поглинання підприємства слід враховувати дуже популярний на заході гринмейл (корпоративний шантаж), який проявляється в різних заходах міноритарного акціонера (учасника) з метою змусити суспільство купити його акції (долю) за ціною, що істотно перевищує ринкову вартість. Українським компаніям слід вчасно реагувати на подібні дії, оскільки при певних обставинах гринмейл може перерости в повноцінну рейдерську атаку. З іншого боку, невдала рейдерська атака може перетворитися на гринмейл, що спрямований на повернення рейдером витрачених на невдалу атаку грошей [6]. У країнах Заходу недружні поглинання у більшості випадків є легальним явищем, яке може навіть схвалюватися суспільством як чинник підвищення конкуренції й економічного зростання. В Україні така діяльність часто має нелегальні підстави, або ґрунтується на зловживанні правом, або маніпуляціях, не передбачених законодавством (квазізаконна діяльність). Таким чином, недружні поглинання в Україні, як правило, супроводжуються перерозподілом власності, ґрунтуються на незаконних або квазізаконних діях.

Що стосується рейдерства в Україні, то воно має свої юридичні і економічні передумови. Серед перших слід, в першу чергу, відзначити недосконалість законодавства і низький рівень правової культури. При цьому розвиток пострадянської економіки (у докризовий період) сприяв зосередженню великої кількості вільних грошей в руках нових «українських капіталістів», які, як і властиво етапу первинного накопичення капіталу, не звертали

особливої уваги на етичні аспекти ведення бізнесу. В умовах вітчизняної правової реальності «українські капіталісти» витрачали вільні гроші не на розвиток власного бізнесу, а на захоплення готових бізнес-проектів, що було набагато легше і більш корисно.

Забезпечення превентивного захисту припускає застосування конкретних процедур і виконання конкретних дій з метою створення умов безпеки суб'єкта підприємництва. Враховуючи, що система превентивних заходів це – діяльність по вивченню контрагентів, аналіз умов договорів, дотримання правил роботи з конфіденційною інформацією, захист комп'ютерних систем та ін., то така діяльність здійснюється регулярно і безперервно, забезпечуючи безпеку бізнесу на основі постійно діючої системи організаційних й економічних заходів [7-10]. Проте навіть найкраща система превентивних заходів не може передбачати, а тим більше подолати несподівано виникаючі нестандартні загрози, здатні заподіяти значні економічні збитки підприємству, наприклад, шахрайського характеру.

Для протидії цим загрозам необхідно застосовувати відповідний специфічний захисний механізм. Наприклад, американські фахівці в області виявлення, попередження і розслідування шахрайства, пропонують використовувати активну модель реагування при виявленні шахрайства. Така модель включає блоки, що передбачають обов'язкове реагування на кожен випадок шахрайських загроз і підвищують ефективність роботи служби безпеки: «Повідомлення про те, що сталося» - цей блок має на увазі, що серед персоналу підприємства необхідно створити клімат, який дозволить полегшити людям можливість для повідомлення про підозри або факти; «Розголос» (чутки) - припускає поширення інформації про способи здійснення шкідливих дій особами, що їх вчинили, серед керівництва, працівників служби безпеки, інших фірм; «Професійна підготовка» - припускає постійне підвищення кваліфікації менеджерів, аудиторів, працівників служби безпеки.

Обираючи будь-яку модель економічного захисту підприємця (керівник підприємства) повинен враховувати той факт, що







організація ефективної системи превентивних (профілактичних) заходів буде коштувати дешевше, ніж боротьба з наслідками правопорушень, загроз що вже здійснилися.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Під системою превентивних заходів щодо запобігання загроз треба розуміти: регулярну і безперервну діяльність з метою вивчення контрагентів, економічного аналізу умов договорів, дотримання правил роботи з конфіденційною інформацією, захист комп'ютерних систем та ін. Комплекс превентивних заходів розробляється індивідуально для кожного підприємства з урахуванням його специфіки і охоплює усі аспекти захисту – юридичний, економічний, фінансовий, соціальний та ін., що дозволяє виключити або істотним чином мінімізувати вірогідність загрози. Можливе використання економічних захисних прийомів: консолідація пакетів акцій (долі), обтяження активів підприємства (запорука й оренда), внесення змін (відсилання) до засновницьких документів, зниження привабливості підприємства, інкорпорація і трансформація.

Таким чином, в основі розробки превентивного захисту забезпечення економічної безпеки підприємства повинна лежати певна концепція, яка включає мету комплексної системи забезпечення економічної безпеки, її завдання, принципи діяльності, об'єкт і суб'єкт, стратегію і тактику, заходи щодо локалізації загроз.

З метою нейтралізації зовнішніх і внутрішніх загроз економічної безпеки підприємства потрібна розробка й імплементація механізмів змісту превентивного захисту з використанням захисних прийомів і включенням міжнародно-правових норм в національну правову систему України.

Забезпечення превентивного захисту, в системі загроз економічної безпеки підприємства, створює умови для використання додаткових можливостей реалізації стратегічних і тактичних інтересів підприємства, розширяє спектр функцій і завдань, що сприяє підвищенню рівня самозбереження, як складовій основи самоорганізації економічних систем і підприємств та вимагає подальших наукових досліджень.

### Література

1. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механіз-

ми забезпечення) / О. І. Барановський; Київ, нац. торг. - екон. ун-т. - К., 2004. - 759 с.

2. Кириченко О. А. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: Монографія / О. А. Кириченко, В. С. Сідак, С. М. Лаптев та інші. - К.: УЕП «Крок», 2008. - 423 с.

3. Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А. В. Козаченко, В. П. Пономарев, А. Н. Ляшенко. - К.: Либра, 2003. - 280 с.

4. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: Монографія. - К.: Книжкове вид-во НАУ, 2007. - 436 с.

5. Крутов В. В. Становление та розвиток недержавної системи безпеки підприємства. - К.: Фенікс, 2008. - 406 с.

6. Ионцев М.Г. Корпоративные захваты: слияния, поглощения, гринмейл. - М.: Ось-89, 2006. - 224 с.

7. Андросчук Г. А. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны / Андросчук Г. А., Крайнев П. П. - К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. - 398 с.

8. Гапоненко В. Ф. Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы / В. Ф. Гапоненко, А. А. Безпалько, А. С. Власков. - М.: Издательство «Ось-89», 2007. - 208 с.

9. Єрохін С. А. Структурна трансформація національної економіки (теоретико-методологічний аспект) : монографія. - К.: Вид. «Світ знань», 2002. - 528 с.

10.Тумар Н. Б. Экономическая безопасность предприятия. - Х.: Вид-во Харківського інституту бізнесу та менеджменту, 2006. - 160 с.

### References

1. Baranovs'kiy O. I. Finansova bezpeka v Ukraïni (metodologiya otsinki ta mekhanizmi zabezpechennya) / O. I. Baranovs'kiy; Kiïv, nats. torg. - ekon. un-t. - K., 2004. - 759 p.

2. Kirichenko O. A. Problemi upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu sub'ektiv gospodaryuvannya: Monografiya / O. A. Kirichenko, V. S. Sidak, S. M. Laptev ta inshi. - K.: UEP «Krok», 2008. - 423 p.

3. Kozachenko A. V. Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiya: sushchnost' i mekhanizm obespecheniya / A. V. Kozachenko,



V. P. Ponomarev, A. N. Lyashenko. – K.: Libra, 2003. - 280 p.

4. Shkarlet S. M. Ekonomichna bezpeka pidpriemstva: innovatsiynyi aspekt: Monografiya. - K.: Knizhkovе vid-vo NAU, 2007. - 436 p.

5. Krutov V. V. Stanovlenie ta rozvitok nederzhavnoi sistemi bezpeki pidpriemstva. – K.: Feniks, 2008. - 406 p.

6. Iontsev M.G. Korporativnye zakhvaty: sliyaniya, pogloshcheniya, grinmeyl. – M.: Os'-89, 2006. – 224 s.

7. Androshchuk G. A. Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiya: zashchita kommercheskoy tayny / Androshchuk G. A., Kraynev P. P. – K.: Vidavnichiy Dim «In Yure», 2000. - 398 p.

8. Gaponenko V. F. Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiy. Podkhody i printsipy / V. F. Gaponenko, A. A. Bezpalko, A. S. Vlaskov. – M.: Izdatel'stvo «Os'-89», 2007. - 208 p.

9. Erokhin S. A. Strukturna transformatsiya natsional' noi ekonomiki (teoretiko-metodologichniy aspekt). - Naukova monografiya. – K.: Vid. «Svit znan'», 2002. – 528 p.

10. Tumar N. B. Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiya. – Kh.: Vidvo Kharkivs'kogo institutu biznesu ta menedzhmentu, 2006. – 160 p.

**Снопенко Г. Г.**

**Экономический аспект: превентивная защита в системе угроз экономической безопасности предприятия**

В статье обоснована целесообразность обеспечения превентивной защиты в системе угроз экономической безопасности предприятия. Сформулированы и проанализированы характеристики превентивной защиты, установлены признаки и проведена классификация угроз, определены экспертные оценки угроз. Рассмотрены структурные элементы экономической безопасности, юридические и экономические предпосылки рейдерства, американская модель реагирования при выявлении мошенничества. Предложены приемы экономической защиты и способы implementation. Выделен комплекс направлений и механизмы относительно локализации угроз. Используемые методы исследования, анализа, синтеза, сравнения, описания.

*Ключевые слова:* превентивная защита, экономическая безопасность, угрозы, активная и пассивная адаптация, имплементация, инкорпорация, трансформация, отсылка, гринмейл, мошенничество, обременение активов.

**Snopenko G.**

**Economic aspect: preventiv threat, in system of threats of economic to safety of enterprise**

In the article expediency of providing of preventive threat is reasonable in the system of threats of economic security of enterprise. Descriptions of preventive threat are set forth and analysed, signs are set and classification of threats is conducted, the expert estimations of threats are certain. The structural elements of economic security, legal and economic pre-conditions of corporate raid, American model of reacting at the exposure of swindle, are considered. The receptions of economic threat and methods of implementation offer. The complex of directions and mechanisms are distinguished in relation to localization of threats. Used methods of research, analysis, synthesis, comparison, description are used.

*Keywords:* preventive threat, economic security, threats, active and passive adaptation, implementation, incorporation, transformation, dispatch, greenmail, swindle, burden of assets.

**Рецензент:** Гончаров В. М. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства та трудових ресурсів Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Goncharov V. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Department of Business economics and labour recourses of Luhansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* vgonch@lnau.lg.ua

*Стаття подана 09.04.2013 р.*



## ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ В УКРАЇНІ

У статті розглядаються питання періодизації формування соціально-інформаційних технологій. Визначено тенденції процесів інформатизації. Виділено проблеми та особливості розвитку соціальних інформаційних технологій сучасного суспільства. Також періодизація поділена та розглянута поетапно з кінця ХХ століття до початку ХХІ століття. Виділені закони та концепції по дистанційній освіті та інформатизації суспільства. Представлено індекси темпу росту інформаційного суспільства України, яке формується як інтегрована середа, процес його становлення диктується технологічним, економічним і соціальним розвитком країни, розумінням нових можливостей, які відкривають сучасні інформаційні технології для бізнесу, населення, економіки та управління.

**Ключові слова:** інфокомунікації; соціальні інформаційні технології; інформатизація; інформаційні ресурси, інформаційні продукти і технології.

**Постановка проблеми.** Одним з істотних умов формування інформаційної економіки та інформаційного суспільства є активне просування і позиціонування процесів інформатизації, оскільки саме інформація є основним ресурсом розвитку суспільства. Рушійною силою стало виробництво інформаційного продукту. В інформаційному суспільстві змінюються пріоритети життєвих цінностей, зростає значущість культурного дозвілля. Матеріальною і технологічною базою інформатизації суспільства стали різного роду системи на базі комп'ютерної техніки і комп'ютерних мереж, інформаційних технологій, телекомунікаційного зв'язку. Головним показником успіху в цьому є інституціоналізація таких процесів: розробка та адаптація інформаційних технологій; інформатизація та її комплексна спрямованість; наукове обґрунтування і практична реалізація інформаційної політики; формування інформаційної прозорості в діяльності державних і комерційних організацій та ін.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Проблемам розвитку інформаційних технологій та перспективам їх просування в різних галузях життєдіяльності людини, присвячені роботи Р. Заболотский і Р. Юсупова [1], О. Фінагіна, В. Андрієнко [2], В. Іноземцева, Г. Клейнера, Д. Львова та інших. Питання формування економіки знань як етапу пост-

індустріального суспільства, в якому виробництво знань та інновацій стає джерелом економічного зростання, досліджуються в працях як провідних вчених - економістів, так і філософів, соціологів та ін.

**Метою статті** є аналіз періодизації та розвитку інформатизації та її соціальної спрямованості в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Умовою формування сучасного інноваційно-орієнтованого суспільства є відповідне інформаційне забезпечення. Сьогодні інформація - основне джерело енергії розвитку. Пріоритетним показником успіху в даному напрямку є формування та інституціоналізація засобів інфокомунікації та їх своєчасне відображення в процесах інформатизації. Чим краще інформована людина, тим вище рівень інформованості. Вимоги до її рівня впливають з мети соціально-економічного розвитку. Успішний розвиток у світі індустрії інформаційних послуг, комп'ютерного виробництва та комп'ютеризації є результат технології автоматизованої обробки інформації. Величезних успіхів і високої якості досягли індустрія і технологія в сфері телекомунікацій - від простої лінії зв'язку до космічної, яка охоплює мільйони споживачів і дає широку можливість транспортування інформації та взаємозв'язку її споживачів. Все це в сукупності створює інфраструк-



туру та інформаційний простір для здійснення інформатизації, яка охопила всі промислово розвинені держави і стала однією з основ економічного розвитку суспільства. Інформатизація - об'єктивний процес розвитку науково-технічного, управлінського, економічного і соціального прогресу у всіх галузях, процес безперервного відтворення інформації у виробництві, розподілі, обміні і споживанні у всіх сферах діяльності людини, створення інформаційного суспільства, для якого характерне функціонування глобального інформаційного простору. Останні десятиліття ознаменувалися глобальною інформаційною революцією. У результаті цього розвиток інформаційних технологій створив можливість унікального доступу до інформаційних ресурсів нашої планети та активізацію обміну інформацією, збільшення процесів економічного, технічного і соціального розвитку національних економік. На національному рівні інформатизація являє собою процес створення та розвитку інформаційної сфери: комплекс факторів, які забезпечують найкращі умови функціонування інформаційних ресурсів з урахуванням автоматизованих засобів їх переробки та використання в цілях соціального прогресу. Основні напрямки та інструменти розвитку інформатизації знаходяться відображені в розробці та реалізації державної політики у цій сфері, яка, у свою чергу, деталізується у регіональній і галузевій політиці, що враховують територіальні та галузеві особливості інформатизації сфер суспільної діяльності [3]. У сучасних умовах глобалізації економічного життя розвинуті країни, де наука виконує роль головного економіко-відтворювального фактора, забезпечують розвиток за рахунок вдосконалення існуючих технологій, техніки та використання принципово нових наукових досягнень. Міжнародний технологічний та науковий обмін, трансфер інтелектуального потенціалу є ознаками нашого часу. Україна стане процвітаючою державою тільки тоді, коли зможе комплексно і

ефективно освоїти в своїх інтересах території та ресурси, якими володіє. Зробити це неможливо без тісної економічної і технологічної співпраці з розвинутими країнами. Тому стратегічною метою для нашої країни має бути її входження до міжнародних науково-технічних потоків, які дозволять модернізувати вітчизняне виробництво, забезпечити конкурентоспроможність основних галузей промисловості [4]. В даний час в Україні проходить розвиток науки і техніки в масштабах світової спільноти, одночасно це - початок і засіб реалізації процесів інформатизації, які характеризуються складністю, нерівномірністю і з позиції наукового дослідження мають певну періодизацію. На думку автора, в масштабах українського суспільства в процесах інформатизації можна виділити кілька характерних етапів, що відображають специфіку і проблемність даних процесів, їх проекцію на різні галузі та ринкові освіти. Інформатизація як інноваційний процес ділиться на дві складових: економічну і соціальну. Мета економічного напрямку - підвищення конкурентоспроможності господарських суб'єктів на основі оптимізації та активізації використання інформаційних ресурсів. Паралельно з цим проходить розвиток соціального характеру поліпшення якості життя людей за рахунок підвищення продуктивності і полегшення умов праці [2].

Перший етап починається з 1960-х років і закінчується 1990 роком. У 60-70-х рр.. XX ст. виробництво і поширення інформації, яка визначала перспективи розвитку економіки, стало провідною галуззю національного господарства розвинених країн [5]. У цей час у радянському суспільстві зароджуються і формуються процеси інформатизації та єдиної радянської економіки. Це поява перших обчислювальних засобів, які автоматизують обробку символічної інформації. В кінці 80-х рр.. XX ст. аналіз соціально-економічних зрушень у США та інших розвинених країнах дозволив дати більш розгорнуту характеристику несформова-





ного постіндустріального суспільства як суспільства послуг. Було відзначено радикальна зміна традиційних галузей виробництва і професій, зростання ролі жінки в суспільстві і в провідних сферах діяльності, пов'язаних зі збором і переробкою інформації; модифікація фундаментальних теоретичних знань і посилення їх значення в інноваційному процесі. Аналіз особливої ролі систем комунікацій в постіндустріальному суспільстві дозволив зробити висновок про те, що сучасні ринки - це комунікаційні мережі, що забезпечують бурхливе зростання числа активних ринкових суб'єктів (за рахунок малого бізнесу), а також швидкості і частоти ділових контактів [6]. На початку 90-х рр.. XX ст. формується і адаптується нова можливість накопичення, обробки, систематизації масивів інформації та впровадження їх для прискорення прийняття рішень для авіаційного та залізничного транспорту, на металургійних підприємствах, в оборонному комплексі, енергосистемах та ін. Створюються і впроваджуються галузеві АСУ, отримують наукове обґрунтування і реалізуються на практиці перші програми інформатизації народного господарства, вузів і галузей, організацій і підприємств. Перша концепція інформатизації суспільства була розроблена в СРСР в 1989 р. Її планувалося реалізувати до 2050 р. У США аналогічна програма розрахована на завершення до 2020 р., у розвинених країнах Західної Європи і Японії - до 2040 р. Всі країни будують свої програми на основі національних, історичних, культурних та інших традицій і соціально-економічних особливостей країни [7]. Активно формується кадровий склад фахівців, які обслуговують нові технологічні процеси. Це програмісти і користувачі ПЕОМ, фахівці з проектування автоматизованих інформаційних систем управління. Закладаються основи нового бачення інформації; інформаційної діяльності та її технічних, економічних і соціальних складових. У результаті увійшли в обіг категорії «інформатизація»,

«інформаційне суспільство», «інформаційні ресурси», «інформаційні продукти і технології» та ін. Соціально-економічна криза і подальший розвал СРСР наприкінці даного періоду істотно послабили технічну базу. Розглядаючи технічний аспект умов інформатизації в Україні, потрібно відзначити, що в країні накопичено досить потужний потенціал, який при правильному підході дозволить вирішити цю частину проблеми інформатизації. Соціальний аспект інформатизації суспільства в даний період полягає, з одного боку, в соціальній детермінації процесу інформатизації суспільства, з іншого, у впливі все більшого розповсюдження інформаційної технології на всі сфери і способи життєдіяльності людей. Інформатизація - це не стільки технологічний, скільки соціальний і навіть культурологічний процес, пов'язаний зі значними змінами в способі життя населення. Такі процеси вимагають серйозних зусиль не тільки влади, але і всього співтовариства користувачів інформаційно-комунікаційних технологій на багатьох напрямках, включаючи ліквідацію комп'ютерної неграмотності, формування культури використання нових інформаційних технологій та ін. Саме в цей період отримала визнання і оформилася стратегічна мета інформатизації - трансформація рушійних сил суспільства, яке має бути перенаправлено на виробництво послуг, формування виробництва інформаційного, а не матеріального продукту. У ході інформатизації вирішуються завдання зміни підходів до виробництва, модернізуються уклад життя, система пріоритетів. Особливу цінність набуває вільний час, відтворюються і споживаються інтелект, знання, що призводить до збільшення частки розумової праці. Змінюється матеріальна і технологічна база суспільства, ключове значення належить різного роду керуючим і аналітичним інформаційним системам, створеним на базі комп'ютерної техніки і комп'ютерних мереж, інформаційної технології, телекомунікаційного зв'язку.



Другий етап - з 1992 р. по 2004 р. Це період невизначеності пріоритетів економічного, соціального і науково-технічного розвитку України. Це кризові та посткризові процеси розвитку суспільства, економіки та соціальної сфери, час ринкових трансформацій і активного формування національних ринків. Це період оформлення і визнання статусу «кво» інформаційного ринку, процесів його активної інституціоналізації на рівні державного та регіонального управління, бізнес-структур, системи освіти і культури. У країні більшість підприємств або банкрути, або на межі виживання, тому інформатизація вибіркова і не має характеру системності. В Україні йде процес створення нових інформаційних технологій. У 1998 р. президентом України Л.Д. Кучмою було схвалено Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації». Значна частина підприємств і організацій спочатку накопичує технічний арсенал, у результаті готує і перекваліфікує кадри і адаптує інформаційні продукти. Головною особливістю були проблеми інформатизації державного та регіонального управління, комп'ютеризація національних бібліотек, вузів, різних державних і комерційних баз даних і т.д. Соціальний аспект розвитку процесів інформатизації та її просування відрізняється унікальною активністю і високими темпами розповсюдження. Зростає чисельність інтернет - аудиторії, мультимедіа-технологій, електронних бібліотек. В Україні розвиток інформатизації, інформаційного суспільства є одним з національних пріоритетів і розглядається як головний напрямок у системі науково-технічного прогресу. Інформаційно-комунікаційним технологіям відводиться роль основи соціально-економічного прогресу, одного з ключових чинників інноваційного розвитку економіки. Підтвердженням цьому є прийняті в останні роки вкрай важливі системоутворюючі нормативно-правові акти у цій сфері. Так, Законом України «Про основні засади розвитку інформа-

ційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки» одним з головних пріоритетів визначено прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на інформаційний розвиток суспільство, в якому кожен міг би створювати і накопичувати інформацію і знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи розвитку інформаційного суспільства. Президентом України Віктором Януковичем, 2011 р. був визначений роком освіти та інформаційного суспільства. Прийняті рішення щодо впровадження електронного управління, електронної комерції, електронної освіти та інших базових технологій інформаційного суспільства, вдосконалення нормативно-правового, організаційно-технічного, інформаційно-аналітичного та кадрового забезпечення цих процесів. Успішно проходили процеси інформатизації та впровадження елементів електронного урядування та електронної демократії на регіональному рівні, насамперед, у Дніпропетровському та Одеському регіонах, містах Вінниці, Львові, Славутичі та інших. З метою підвищення рівня координації, систематизації та ефективності процесів у цій сфері урядом був розроблений і прийнятий проект Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні до 2020 р., розробка якого здійснювалася відповідно до міжнародних зобов'язань України, підтвердженими на двох самітах з питань розвитку інформаційного суспільства, з широким залученням відомих вчених, менеджерів-практиків, представників органів влади та бізнесу, громадськості. Розвиток економіки в останні роки визначається істотним впливом інформаційно-комунікаційних технологій, їх широким використанням в усіх сферах людської діяльності. У розвинених країнах відбувся перехід від індустріальної до інформаційної сервісно-технологічної економіці. При цьому велика частина внутріш-







нього валового продукту (ВВП) забезпечується діяльністю з виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження інформації і знань. Ключовий основою переходу до суспільства знань було усвідомлення урядами важливості побудови інформаційного суспільства. В Україні інформаційне суспільство формується як інтегрована середина, процес його становлення диктується технологічним, економічним і соціальним розвитком країни, розумінням нових можливостей, які відкривають сучасні інформаційні технології для бізнесу, населення, економіки та управління. Темпи розвитку характеризуються такими індексами (табл. 1) [8].

Україна, незважаючи на переваги порівняно кваліфікованого населення (39 місце), істотного розвитку інноваційних можливостей (42 місце) і одним з нижчих ІТ-тарифів (2 місце), займає лише загальне 75 місце. Її ІТ - інфраструктура потребує подальшого розвитку. Кількість користувачів Інтернету в країні не має однозначного значення: Держстат вказує, що їх 4,6 млн., Держспецзв'язку - 13,9 млн. InMind - 16,9 млн. За цих обставин не можна говорити про якість державної статистики в ІТ-сфері і приводити інші дані розвитку ІТ по регіонах, напрямами і т.д. [8].

Т а б л и ц я 1

**Індекс мережевої готовності NRI деяких країнах, 2012**

Рейтинг	Країна	Бал
1	Швеція	5.94
2	Сінгапур	5.86
3	Фінляндія	5.81
4	Данія	5.70
5	Швейцарія	5.61
6	Нідерланди	5.60
7	Норвегія	5.59
8	США	5.56
9	Канада	5.51
10	Великобританія	5.50
...		
55	Казахстан	4.03
56	Російська Федерація	4.02
...		
74	Ямайка	3.86
75	Україна	3.85

Третій етап – з 2004 р. по теперішній час. За ці роки розроблена перша національна концепція інформатизації України. Для регулювання інформаційної діяльності та елементів, що сприяють її розвитку, формується і затверджується ряд стратегічно важливих документів, що забезпечують активну інституційну підтримку: Закон України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» від 4 лютого 1998 року № 75/98-ВР, Наказ Міністерства освіти і науки України «Про створення Українського центру дистанційної освіти» від 07.07.2000 р. №

293; Постанова Кабінету Міністрів України «Про погодження Програми розвитку системи дистанційного навчання на 2004-2006 роки» від 23.09.2003 № 1494; Наказ міністерства освіти і науки України «Про погодження правил Використання комп'ютерних програм у навчальний заклад» від 02.12.2004 № 903; Державна програма «Інформаційні та комунікаційні технології в освіті і науці» на 2006-2010 роки; Постанова МОН України «Концепція розвитку дистанційної освіти в Україні» від 20.12.2000 р.; Закон України «Про основні засади розвитку

інформаційного Суспільства в Україні на 2007-2015 роки »від 09.01.2007 року № 537-V.

Активно розширюються сфери просування інформатизації, повністю інформатизованими стали органи державного, галузевого та регіонального управління, система освіти. Просувається інформатизація у великому, малому і середньому бізнесі. Розвивається інформаційний ринок в цілому по країні і в її регіонах. Темпи зростання інформаційного ринку складають більше 10% на рік. В Україні вищі та середні навчальні заклади стабільно розширюють підготовку фахівців у рамках інформаційної діяльності; з'являються нові напрями та спеціальності підготовки. Для фахівців видаються наукові та популярні праці, присвячені інформатизації, інформаційному забезпеченню, інформаційним ресурсам та культурі.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** У процесі вивчення особливостей розвитку інформатизації та визначення її періодизації систематизовано характерні риси і наростання процесів соціальної спрямованості. Це виражається в безперервному розширенні сфер впливу і нових технологіях поширення. У перспективі ці процеси будуть мати ще більш високі темпи і формувати нові соціальні технології просування інформаційних продуктів і послуг, наприклад дистанційна освіта, юридичні та управлінські консультації та пр.

### Література

1. Юсупов Р.М. Научное сопровождение информатизации / Юсупов Р.М., Заболотский В.П. // Проблемы информатизации. - 2000. - №1. - С.15.
2. Концептуальні засади стратегічного розвитку інформатизації національної економіки / [В.М. Андрієнко, О.В.Фінагіна, А.М. Гафіяк та ін.]. - Донецьк: ДонНУ, 2011. - 217 с.
3. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США/ Махлуп Ф.; пер. с англ. - М., 1966. Porat M.,

Rubin M. The information Economy: Development and Measurement. Wash., 1978.

4. <http://www.itu.int>
5. Абдуллаев И. З. Информационное общество и глобализация: Критика неолиберальной концепции. - Ташкент: «Фан ва технология», 2006. - 191с.
6. Novak, P. The Growing Digital Divide: Implications for an Open Research Agenda.' In Understanding the Digital Economy: Data, Tools and Research. Ed. B. Kahin and E. Brynjolfsson. - Cambridge, MA: The MIT Press, 2000.
7. Колин К.К. Фундаментальные основы информатики: Учеб. пособ. / К. К. Колин. - М.: Академ. проект; Екатеринбург: Деловая книга, 2000. - 350 с.
8. Доповідь про стан інформатизації та розвиток інформаційного суспільства в Україні за 2012 рік., - Київ 2012.

### References

1. Yusupov R. M. scientific support of computerization / R. M. Yusupov, V. P. Zabolotskij // Problems of computerization. - 2 000. - №1. - P. 15.
2. Conceptual framework of strategic development of computerization of the national economy / [V.M Andrienko, O.V. Finagina, A.M. Gafiyak, etc.]. - Donetsk: DonNU. - 2011. - 217p.
3. Mahlup F. Production and dissemination of knowledge in the United States/F.Mahlup; translated from English. - Moscow, 1966. M.Porat, M.Rubin. The information Economy: Development and Measurement. Wash., 1978.
4. <http://www.itu.int>
5. Abdullayev I. Z Information society and globalization: Critical overview of the neo-liberal concept. - Tashkent: "Fan va technologya», 2006. -191p.
6. Novak, P. The Growing Digital Divide: Implications for an Open Research Agenda.' In Understanding the Digital Economy: Data, Tools and Research. Ed. B. Kahin and E. Brynjolfsson. - Cambridge, MA: The MIT Press, 2000.



7. K.K. Colin Fundamentals of computer science. teaching manual. K.K.Colin. – M.: Academ. project; Ekaterinburg: Delovaya kniga, 2000. – 350 p.

8. Report on the State of computerization and the development of the information society in Ukraine by 2012., Kiev 2012.

**Гузь Л. А.**

**Периодизация развития информатизации и ее социальной направленности в Украине**

В статье рассматриваются вопросы периодизации формирования социально-информационных технологий. Определены тенденции процессов информатизации. Выделены проблемы и особенности развития социальных информационных технологий современного общества. Также периодизация разделена и рассмотрена поэтапно с конца XX века до начала XXI века. Выделенные законы и концепции по дистанционному образованию и информатизации общества. Представлены индексы темпа роста информационного общества Украины, которое формируется как интегрированная среда, процесс его становления диктуется технологическим, экономическим и социальным развитием страны, пониманием новых возможностей, которые открывают современные информационные технологии для бизнеса, населения, экономики и управления.

*Ключевые слова:* инфокоммуникации; социальные информационные технологии; информатизация; информационные ресурсы; информационные продукты и технологии.

**Guz L.**

**Periodization of the development of information and its social orientation in Ukraine**

The article deals with the periodization of creating social and information technology. The tendencies processes information. Highlighted problems and peculiarities of social information technology in modern society. Also periodization is divided and considered in stages from the late twentieth century to the early twenty-first century. Dedicated laws and concepts in distance education and information society. Presented index growth rate information society in Ukraine, which is formed as an integrated Wednesday, the process of its formation is dictated by technological, economic and social development, understanding the new opportunities that the modern information technology business, population, economy and government.

*Keywords:* infocommunications, social and information technology; computerization; information resources; information products and technologies.

**Рецензент:** Черниш О. І. – доктор державного управління, професор кафедри «Менеджмент невиробничої сфери» Донецького державного університету управління, м. Донецьк, Україна.

**Reviewer:** Chernish O. – Professor, Ph.D. of Public Administration, Professor of Management unproductive Donetsk state university of management, Donetsk, Ukraine.

*e-mail:* info@dsum.edu.ua

*Стаття подана  
06.05.2013 р.*



## АУДИТ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Статтю присвячено поглибленню теоретико-методичних та практичних засад підвищення мотивації працівників на основі застосування аудиту системи мотивації. Наведено авторське визначення даної категорії, основні цілі та задачі. Під час такого аудиту пропонується планування, збирання інформації, опрацювання результатів дослідження та розробка заходів щодо покращення системи мотивації. Наведено поширені методики оцінювання мотивів працівників. Запропоновано заходи щодо підвищення трудової активності персоналу на основі проведення аудиту мотивації та з урахуванням рівня реалізації трудового потенціалу працівників.

**Ключові слова:** мотив, мотивація, працівники, аудит, аудит персоналу, аудит системи мотивації, теорії мотивації В. Врума, С. Адамса, Е. Мейо.

**Постановка проблеми.** В системі забезпечення конкурентоспроможності діяльності підприємства вирішальну роль відіграє рівень реалізації (використання) трудового потенціалу працівників, що є неможливим без ефективної системи мотивації, яка завжди була і залишається дієвим інструментом трудової активності. Її важливість в системі управління персоналом підкреслена багатьма науковцями.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В науково-практичній літературі достатньо широко висвітлюються питання мотивації до продуктивної зайнятості, праці, підвищення трудової активності тощо. Серед науковців, які приділяють даним аспектам увагу хотілося б назвати: А.М. Колота, Г.Т. Кулікова, А.С. Афоніна, П.В. Журавльова, В.П. Нестерчука, М.В. Семікіну, В.П. Сладкевича, О.А. Харуна, В.І. Шкатулу та інших.

Не дивлячись на значні масштаби публікацій, присвячених мотивації, актуальним залишається питання оцінювання відповідності системи мотивації мотивам працівників. Останнє вплинуло на формування мети статті – з'ясування сутності аудиту системи мотивації персоналу, виділення основних етапів його проведення та задач, підбір методів оцінки мотивів працівників, що сприятиме удосконаленню системи мотивації в організації.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Наведемо деякі місткі визначення мотивації. Так, М.В. Семікіна в своїх дослідженнях, виділяючи соціально-економічну мотивацію праці, дотримується наступного трактування - динамічний

процес формування взаємопов'язаних і взаємообумовлених соціальних та економічних мотивів певної трудової поведінки людини, що стають поштовхом до ефективної трудової діяльності, спрямованої на досягнення індивідуальних і колективних цілей [1, с. 5, 9].

О.А. Харун визначає мотивацію персоналу, як: процес управління стимулами і мотивами у соціально-трудових відносинах для досягнення цілей підприємства і задоволення потреб працівників, що на відміну від існуючих підходів враховує зацікавленість у результатах діяльності як роботодавця, так і працівників підприємства [2, с. 4-5].

На думку А.М. Колота, мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації [3, с. 3, 16].

Досягнення будь-яких економічних, трудових цілей є неможливим якщо система мотивації не відповідає мотивам працівників.

Мотив - (фр. motif, від латин. moveo – рухаю) – свідоме спонукання до дії для задоволення будь-якої потреби людини, є обґрунтуванням вольової дії, відображає ставлення людини до вимог суспільства. Він відіграє важливу роль в оцінці дії і вчинків, від цього залежить, який суб'єктивний зміст він має для цієї людини [4, с. 384].

Заступник генерального директора з персоналу ТОВ “ІНТЕРФОРМ” О.В. Ста-





хів зазначає важливість в системі підвищення трудової активності визначення мотиваційного потенціалу працівника, який він розуміє, як готовність працівника до максимальної трудової віддачі, розвитку конкурентоспроможності, реалізації в роботі набутих знань, здібностей, умінь, навичок і відображає ступінь задоволеності мотиваційних потреб працівника. [5].

Тобто, перед керівництвом постає завдання розробки діючих заходів мотивації на основі оцінки основних потреб та мотивів працівників, що можливо на основі аудиту мотивації, під яким ми розуміємо процес збирання інформації про потреби, мотиви працівників та засоби системи мотивації, які використовуються на підприємстві, її оцінка з метою визначення відповідності, є основою удосконалення та розробки заходів підвищення взаємозв'язку між мотивами працівників та системою мотивації. Основними завданнями мотиваційного аудиту є: контроль за трудовою активністю персоналу; перевірка достовірності інформації, яка надається керівництву; оцінка якості інформації, що видається системою управління; надання висновку про діючу систему мотивації, інформації про мотиви працівників та розробка рекомендацій, спрямованих на удосконалення системи мотивації.

Таке тлумачення є результатом дослідження категорії аудит. Так, за Законом України "Про аудиторську діяльність" аудит – це перевірка публічної бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, його повноти та відповідності чинному законодавству та встановленим нормативам. [6]

В джерелі 7 на с. 21 наведено наступне визначення аудиту – процес, під час якого компетентна, незалежна особа збирає й оцінює свідчення про кількісну інформацію, яка стосується конкретного економічного суб'єкта, з метою встановлення і відображення у звіті ступеня відповідності цієї кількісної інформації встановленим критеріям; незалежна експертиза фінансових звітів та іншої інформації про госпо-

дарсько-фінансову діяльність суб'єкта господарювання з метою формування висновків про його реальний фінансовий стан.

Аудит системи мотивації є складовою аудиту персоналу, застосування якого дозволить:

- підвищити силу впливу мотивації та взаємозв'язку між засобами мотивації та результатами праці;
- оцінити мотиваційний потенціал працівників, тобто сукупність мотивів, які справляють більший вплив;
- виявити резерви підвищення трудової активності;
- удосконалити системи оплати праці на підприємстві;
- покращити організаційний клімат та організаційну культуру;
- підвищити соціальну відповідальність.

Таким чином, під час вказаного аудиту нами пропонується періодичне оцінювання реалізації трудового потенціалу та аналіз інформації стосовно системи мотивації й мотивів працівників, що має проводитися за наступним алгоритмом: планування аудиту мотивації, проведення дослідження, збирання інформації, опрацювання результатів дослідження системи мотивації та мотивів працівників, складання звіту та розробка заходів з його реалізації.

Суб'єктом при мотиваційному аудиті є аудитор, тобто компетентна особа в управлінні, мотивації персоналу, що досліджує мотиви працівників та діючу систему мотивації, з метою її удосконалення в напрямі встановлення відповідності між заходами та мотивами, й спрямована на підвищення рівня реалізації трудового потенціалу працівників.

В даному випадку хотілося б підкреслити відмінність такого аудитора від аудитора з фінансових питань організації, оскільки останні мають отримати спеціальний дозвіл (повноваження) від державних органів.

При мотиваційному аудиті такого дозволу не існує і компетентність аудитора визначається рівнем освіти, практичним досвідом та оцінкою керівництва організації.



Одночасно, до суб'єкту ми відносимо й керівництво організації, оскільки воно, безпосередньо приймає участь в аналізі та удосконаленні системи мотивації.

Розуміючи те, що у кожного працівника домінують різні мотиви, на початковому етапі розробки системи мотивації

нами пропонується їх оцінювати та аналізувати. Це є можливим за допомогою методик оцінки мотивів, що зарекомендували себе в практичній діяльності, основний зміст та напрям яких нами наведено в табл. 1.

Таблиця 1

### Поширені методики оцінки потреб та мотивів працівників

№ з/п	Автор	Назва методики	Стисла характеристика
1	Мак-Киллип [8]	Модель оцінки потреб розходження (discrepancy model)	Дана модель передбачає вимір: цілей, актуального виконання та розходження між тим та іншим
2		Маркетингова модель (marketing model)	Акцентується увага на потребах, які відчуває людина та які проявляються. Тобто продукти та послуги надаються відповідно до цих потреб. Одним з недоліків даної моделі є надання неефективних послуг при відсутності вибору у людини
3		Модель прийняття рішень (decision-making model)	Аналізується багатомірна корисність (multiattribute utility analysis, MAUA). Для визначення потреби відбувається додавання середньо вагових оцінок атрибутів для кожного варіанту рішення
4	В. Смекала и М. Кучер [9]	Методика оцінки професійної спрямованості	Базується на виборі відповідей на запитання з метою встановлення спрямованості людини: на себе, взаємні дії, на задачу.
5	Е. Шейн [10]	Методика «Якоря кар'єри»	Спрямована на оцінку ціннісних орієнтацій у кар'єрі, а саме: професійна компетентність, менеджмент, автономія, стабільність праці, стабільність місця проживання, служіння, виклик, інтеграція стилів життя, підприємливість
6	В.І. Герчиков [11]	Методика діагностики трудових мотивів	Розроблено типологічну модель трудової мотивації та тесту Moture для визначення структури трудової мотивації персоналу
7	Ш. Річі та П. Мартіна [12]	Методика діагностики мотиваційного профілю особистості	Формування мотиваційного профілю працівника на основі дослідження потреб та розробка відповідної мотивації
8	А.Г. Шмельова та В.С. Болдиревої [13]	Тест гумористичних фраз	Дозволяє діагностувати структуру мотиваційної сфери особистості, лояльності персоналу на основі розкладення карток з гумористичними фразами за декількома темами. Сприяє виявленню адекватних індивідуальних стимулів
9	Л. Сакс і В.Леви [14, 22-24]	Тест Сакса-Леви «Незакінчені речення»	Оцінка особистісних взаємовідносин, що базується на 60 незакінчених запитаннях
10	Т. Елерс [15]	Методика оцінки мотивації досягнення успіху/утримання від невдач	На основі інструкції досліджується характеристики особистості та, відповідно, подальший напрям дій
11	В.К. Горбачовський [16]	Методика визначення рівня домагання (претензій)	Спрямований на виявлення рівня домагань індивіда засобами діагностики компонентів мотиваційної структури





Перевагами застосування вказаних методик є їх простота, адаптованість к трудовій діяльності. Крім цього, в більшості з них пояснюються заходи щодо мотивації при домінуванні тих чи інших мотивів. Більшість методик спрямована на окреслення мотиваційного профілю працівника, тобто виявлення домінуючих мотивів, застосування яких сприятиме підвищенню результатів трудової діяльності.

Важливість оцінки мотиваційного профілю підвищується згідно з вимогами міжнародного стандарту ISO 9001 «Система менеджменту якості. Вимоги», який базується на таких принципах менеджменту: орієнтація на споживача; лідерство; залучення працівників; підхід з позицій процесу; системний підхід до менеджменту; постійне вдосконалення; підхід до прийняття рішень на підставі фактів; взаємовигідні стосунки з постачальниками. [17]

Наведені методики ґрунтуються на співбесіді, тестуванні з наданням можливих відповідей чи, навпаки, з відкритими запитаннями. Аналіз методик, що наведений у табл. 1 надає можливість обрати необхідну, а можливо і декілька для підвищення об'єктивності оцінки.

Основною метою даного дослідження є вивчення наскільки в цілому працівники задоволені системою мотивації та наскільки вона відповідає їх потребам і мотивам.

Оцінку відповідності системи мотивації працівників їх потребам, на думку авторки, можна проводити наступним чином. Так, працівникам пропонуються запитання визначеності ступеня відповідності, що оцінюються за п'ятибальною шкалою (для спрощення аналізу отриманих даних), тобто 1 – не відповідає, 5 - повністю відповідає.

Після цього прораховується середній бал оцінювання відповідності системи мотивації потребам та мотивам працівників.

Серед запитань щодо оцінювання відповідності системи мотивації мотивам працівників нами пропонуються наступні:

1. Наскільки загалом система мотивації відповідає Вашим мотивам?
2. Наскільки отримана Вами винагорода відповідає Вашим очікуванням?
3. Наскільки справедливою, у порівнянні з іншими, є винагорода за працю?
4. Наскільки Ви задоволені засобами нематеріальної мотивації?

5. Наскільки тісним є взаємозв'язок між затратами праці та її винагородою?

6. Наскільки компетентними є працівники, що оцінюють Вас?

7. Наскільки Ви обізнані з усіма засобами мотивації, що стосуються Вашого виду діяльності?

8. Наскільки регулярно та вчасно доводиться інформація про засоби мотивації?

9. Чи є можливість знайти необхідну Вам інформацію щодо мотивації в межах підприємства?

10. Чи можуть Ваші рекомендації сприяти удосконаленню системи мотивації на підприємстві?

Оцінка відповідності системи мотивації нами починається з запитання: Наскільки загалом система мотивації відповідає Вашим мотивам? Так, ми вважаємо важливим визначити загальне ставлення працівника, оскільки його сприйняття, навіть, суб'єктивне формує напрям трудових дій. Система мотивації може бути досконалою, однак, не володіння певною інформацією, завищена самооцінка може привести до зниження трудової активності.

З позицій процесуальних теорій, важливим є співставлення затрат праці, результатів та винагороди за цю працю. В той же час, таке сприйняття може бути суб'єктивним, причиною чого є брак або недостовірність інформації.

Слід додати, що суб'єктивність простежується і при порівнянні затрат та винагороди з іншими працівниками, оцінка якого проводиться третім питанням.

Важлива роль соціально-психологічного клімату в організації доведена представниками школи «Людських відносин», представником якої є Е. Мейо, який довів важливість уваги керівництва к працівникам, необхідність спілкування. З метою удосконалення організаційної культури, удосконалення нематеріальної мотивації нами виокремлено як четверте питання.

Нерозуміння типу особистості унеможливує раціональне використання останнім. Вивчення соціально-психологічних аспектів трудової поведінки працівників сприятиме підвищенню їх зацікавленості в результатах підприємства з відчуттям причетності до спільної праці.

Проблемним є вирішення конфліктних ситуацій, оскільки останні можуть сприяти зниженню продуктивності праці.

Хотілося б також зупинитися на шостому питанні: Наскільки компетентними є працівники, що оцінюють Вас? Так, якщо аудитор не є авторитетом для працівника, чи він не занижує значимість такої оцінки, відповіді будуть нещирими, що ускладнить процес удосконалення мотивації.

Це питання дещо доповнюється другим, тобто як працівник оцінює можливість покращення мотивації відповідно до його потреб.

Пошук шляхів поліпшення співпраці роботодавців та найманих працівників спонукає до розробки шляхів мотивації. Зарубіжними та вітчизняними вченими достатньо широко розглядаються питання мотивації персоналу, трудових ресурсів на різних рівнях.

Проте, недостатньо уваги приділяється питанням розробки заходів мотивації з урахуванням мотивів та рівня потенційного й реалізованого трудового потенціалів персоналу. Результатом зазначеного є відсутність розробок теоретико-практичних аспектів підвищення рівня реалізації трудового потенціалу.

З метою підвищення рівня використання трудового потенціалу на основі даних, отриманих завдяки аудиту мотивації нами пропонується розробляти відповідний комплекс заходів, який має бути спрямований на працівників залежно від рівня реалізації трудового потенціалу.

Так, для працівників, які характеризуються рівнем потенційного трудового потенціалу нижчим за норми трудової активності, доцільною є мотивація до професійного розвитку, що має включати консультування, коучинг, інструктаж та “копіювання”, наставництво, делегування повноважень, метод задач, що ускладнюються, переміщення працівників з метою підвищення їх мобільності, гуртки якості, ділові ігри, тренінги, моделювання ситуацій, курси підвищення кваліфікації.

Корисною для цієї групи працівників є також психологічна допомога в напрямі підвищення рівня самооцінки, обговорення питань щодо обмежень, які заважають подальшому професійному розвитку.

Для працівників, які відповідають умові, що рівень потенційного трудового потенціалу більший за рівень реалізованого, варто приділити підвищену увагу удосконаленню системи мотивації, оскільки таку поведінку

можна достатньо чітко пояснити завдяки процесуальним теоріям мотивації, а саме: теорії очікувань В. Врума, теорії справедливості С. Адамса. Згідно з цими теоріями важливе значення в системі мотивації є порівняння працівником витрат праці, результатів праці та винагороди. При чому, це порівняння відбувається одночасно між даними категоріями серед інших працівників. Це ще більше підвищує актуальність та значення аудиту мотивації, тобто вивчення основних потреб, мотивів працівників, відповідність системи винагород їх очікуванням.

Не менш цікавою є група працівників, рівень реалізації трудового потенціалу яких відповідає рівню трудової активності. Не дивлячись на те, що, в даному випадку, на перший погляд, здається, що все нормально, ми вважаємо за доцільне запроваджувати мотивацію до інноваційної діяльності, раціоналізаторства, вирішення нестереотипних виробничих завдань, пошуку резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства, розробки та удосконалення методів управління, підвищення кваліфікаційного рівня, пошуку нових постановок задач, оволодіння передовими технологіями тощо. Таку категорію працівників одночасно варто мотивувати засобами статусної мотивації.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Враховуючи те, що кожний працівник характеризується різними мотивами та рівнем реалізації трудового потенціалу, нами пропонується проводити аудит системи мотивації, під яким ми розуміємо оцінку та аналіз відповідності системи мотивації потребам і мотивам працівників з урахуванням рівня реалізації трудового потенціалу. Такий аудит сприятиме удосконаленню системи мотивації та підвищенні конкурентоспроможності підприємства.

## Література

1. Семікіна Марина Валентинівна. Соціально-економічна мотивація конкурентоспроможності у сфері праці. [Текст]: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.09.01 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. / М.В. Семікіна; Інститут демографії та соціальних досліджень. Національна Академія Наук. - Київ – 2004. 32 с.
2. Харун Олена Андріївна. Мотиваційний механізм ефективного управління персоналом машинобудівних підприємств.





[Текст]: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). / О.А. Харун; Хмельницький національний університет. Міністерство освіти і науки України. – Хмельницький. – 2010. – 23 с.

3. Колот А.М. Мотивація персоналу: Навч. посібник.-К.: КНЕУ, 2002. -224 с.

4. Наукове видання. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера / Під ред. Р.Дяківа. Рекомендовано Міністерством освіти і науки України 20.04.2000 р. №21601 ТЗОВ "КНИГОДРУК". Київ. Міжнародна економічна фундація. - 2000. - 703 с.

5. Стахів О.В. Впровадження системи мотивації персоналу та здійснення мотиваційного моніторингу. [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Stahiv\\_308.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Stahiv_308.htm).

6. "Про аудиторську діяльність" [Текст]: [закон України: офіц. текст: за станом на 1 червня 2010 року]. – К.: Відомості Верховної Ради. – 2010. - №37.

7. Аудит персоналу: навчальний посібник / за ред. Лук'янченко Н.Д. – Донецьк: вид-во ДоНУ, 2011. – 389 с.

8. Оценка потребностей (needs assessment). – Психологическая энциклопедия. - Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_psychology/672/Оценка](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_psychology/672/Оценка)

9. Изучение направленности личности (Методика В.Смекала и М.Кучера) – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.psihologu.info/content/view/536/16/>

10. Методика "Якоря карьеры" Э. ШЕЙНА. - Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://kluver.ru/load/25-1-0-236>

11. Герчиков В.И. Особенности связи мотивации и трудового поведения. - Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.delfy.biz/whatwedo/methods/tmg/>

12. Потеряхин А. Мотивационный профиль личности как основа обеспечения удовлетворенности работой и мотивации Потеряхин Александр. - Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.hrliga.com/index.php?module=profession&op=view&id=834>

13. Тест юмористических фраз (ТЮФ). - Электронный ресурс. – Режим доступа: А. Г. Хмелева <http://www.imaton.com/metodiki/met/66/>

14. Карелин А. Большая энциклопедия психологических тестов. - М.: Эксмо, 2007. - 416 с.

15. Опросник Элерса. - Электронный ресурс. – Режим доступа: [http://azps.ru/tests/tests\\_ellers.html](http://azps.ru/tests/tests_ellers.html)

16. Батаршев А.В. Методика оценки уровня притязаний личности (Опросник В.К. Горбачевского). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psytop.com/content/view/287/7/>

17. Системы управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2000) // Стандарт — Держстандарт України. — Київ. — 2001. — С. 3–5.

## References

1. Semykina Marina V.. Socio-economic motivation competitiveness in the workplace. [Text] Abstract. Thesis. ... Doctor. Econ. sciences specials. 08.09.01 - demography, labor economics, social economics and politics. / M. Semykina, Institute of Demography and Social Research. National Academy of Sciences. - Kyiv - 2004. 32 s.

2. Helen A. Haroon. Motivational mechanism of effective personnel management engineering companies. [Text] Abstract. Thesis. ... Candidate. Econ. sciences specials. 08.00.04 - economics and management (by sector). / OA Haroon, Khmelnytsky National University. Ministry of Education and Science of Ukraine. - Inc. - 2010. - 23 p.

3. Colot AM Motivating Staff Training. Manual.-К.: MBK, 2002. -224 P.

4. Research publication. Encyclopedia businessman, economist, manager / Ed. R.Dyakiva. Recommended by the Ministry of Education and Science of Ukraine 20.04.2000 № 21601 LLC "KNYHODRUK." Kyiv. International economic foundation. - 2000. - 703 p.

5. Stakhiv O. Implementation of motivation motivational and implementation monitoring. [Electronic resource] Mode of access: [http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Stahiv\\_308.htm](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/2008-3/Stahiv_308.htm).

6. "On Auditing" [Text] [Law of Ukraine: off. text as of June 1, 2010]. - К.: VVR. - 2010. - № 37.

7. The audit personnel: a manual / Ed. Luk'yanchenko ND - Donetsk: publ Don, 2011. - 389 p.

8. Location the needs (needs assessment). - Psycholohycheskaya Encyclopedia. -



Электронны resource. - Mode of access: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_psychology/672/Оценка](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_psychology/672/Оценка)

9. Study napravlennoy personality (Method and V.Smekala M.Kuchera) - Электронны resource. - Mode of access: <http://www.psihologu.info/content/view/536/16/>

10. Methods "anchor kareгы" E.. Shane. - Электронны resource. - Mode of access: <http://kluver.ru/load/25-1-0-236>

11. Herchykov VI Features Communications motivation and working behavior. - Электронны resource. - Mode of access: <http://www.delfy.biz/whatwedo/methods/tmg/>

12. Poteryakhin A. Motyvatsyonnyy personality PROFILE As a basis obespechenyya udovletvorennosti rabotoy and motivation Poteryakhin Alexander. - Электронны resource. - Mode of access:

<http://www.hrliga.com/index.php?module=prof session&op=view&id=834>

13. Test yumorystycheskyh phrases (TÜV). - Электронны resource. - Mode of access: AG Khmeleva <http://www.imaton.com/metodiki/met/66/>

14. Alexander Karelin Bolshaya Encyclopedia psychological tests. - M.: Eksmo, 2007. - 416 p.

15. Questionnaire Эlersa. - Электронны resource. - Mode of access: [http://azps.ru/tests/tests\\_ellers.html](http://azps.ru/tests/tests_ellers.html)

16. Batarshhev AV Methods comments urovnja prytyazanyu personality (Questionnaire VK Horbachevskoho). - Электронны resource. - Mode of access: <http://psytop.com/content/view/287/7/>

17. Quality Management Systems. Requirements (ISO 9001:2000) / / Standard - GOST Ukraine. – Kyiv. – 2001. – P. 3-5.

**Серикова О. Н.**

**Аудит системы мотивации персонала**

Данная статья посвящена углублению теоретико-методических и практических аспектов повышения мотивации сотрудников организации на основе применения аудита системы мотивации. Автором определено данную категорию, основные цели и задачи. Во время такого аудита предлагается планирование, сбор информации, обработка результатов исследования и разработка мероприятий, направленных на улучшение системы мотивации. Приведены наиболее распространенные методики оценки мотивов сотрудников. Предложены мероприятия, которые направлены на повышение трудовой активности персонала на основе проведения аудита мотивации и с учетом уровня реализации трудового потенциала работников.

*Ключевые слова:* мотив, мотивация, работники, аудит, аудит персонала, аудит системы мотивации, теории мотивации В. Врума, С. Адамса, Э. Мейо.

**Serikova O.**

**The employee motivation audit**

This article devotes to expansion the theoretical, methodological, and practical aspects to increase the motivation of employees of the organization on the basis of the employee motivation audit. The author defines this category, the main goals and objectives. During this audit offers planning, data collection, research data processing and development activities aimed at improving motivation. Shows the most common methodologies of employee’s motives assessing. Suggests measures, which are aimed at improving the work activity of personnel based on the employee motivation audit and the level of implementation of the employee’s labor potential is given.

*Keywords:* a motive, a motivation, employees, an audit, the employee motivation audit, motivation theories V. Vroom, S. Adams, E. Mayo.

**Рецензент:** Житна І. П. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Бухгалтерський облік» Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Zhitna I. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Accounting Department Lugansk national agrarian university, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* zhitna@lnau.lg.ua

*Стаття подана*  
22.04.2013 р.





## СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ У СТРАТИФІКОВАНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Показано, що в умовах сучасної висококонкурентної економіки успішна реалізація продукції й послуг стає вирішальною умовою функціонування й розвитку підприємств, у зв'язку з чим їх виробнича й збутова політики все більше формується з урахуванням споживчих потреб не тільки суспільства в цілому, але й різних його верств. Соціальна стратифікація, поряд зі стратифікацією суспільства по інших ознаках, стає не тільки об'єктом нового сприйняття виробниками структури ринку споживання, а й впливає на процеси змінюваності самої соціальної політики підприємств – виробників та продавців, новим об'єктом якої стає стратифіковане суспільство, як споживач продукції та послуг. Реалізація соціальної політики підприємств у стратифікованому суспільстві потребує створення відповідних механізмів. Запропоновано механізм реалізації соціальної політики підприємств на споживчому ринку на основі стратифікації суспільних уподобань за признаками ціни та еластичності товарів. Такий механізм дозволяє формувати соціально рівноважні ціни для певних стратифікованих верств споживачів, які б відповідали інтересам обох сторін взаємопов'язаного процесу продажу-купівлі: забезпечуючи прийнятну прибутковість комерційної діяльності і, одночасно, стимулюючи розвиток ринку споживання з урахуванням структури стратифікації суспільства.

**Ключові слова:** стратифікація суспільства, соціальна політика підприємств, механізм реалізації соціальної політики, споживчі уподобання, товар, ціна, дисконт, еластичність, прибуток.

**Постановка проблеми.** В умовах сучасної висококонкурентної економіки успішна реалізація продукції й послуг стає вирішальною умовою функціонування й розвитку підприємств, у зв'язку з чим їх виробнича й збутова політики все більше формується з урахуванням споживчих потреб не тільки суспільства в цілому, але й різних його верств.

У самому прояві впливу споживчого попиту на діяльність підприємств протягом останніх ста років відбулися істотні перетворення, що продиктовані загальносвітовими процесами розвитку ринку й становищем підприємств у ньому. Історично традиційно бізнес мав переважно цільову або адресну спрямованість: невеликі виробники обслуговували конкретних споживачів і проблеми вивчення всього спектра різних типів споживачів у рамках усього суспільства не існувало. Подальший хід взаємодії процесів розвитку ринку та перетворення типу діяльності підприємств обумовлений науково-технічним прогресом, який спонукав задоволення все більш різноманітних потреб у вироблених товарах, та розвитком тенденцій «суспільства споживання», при якому зростання кількості видів товарів випереджає зростання обсягів їх виробництва. Накопичення подальшого розшарування суспільства на ринках споживання, посилення явищ фінансо-

во-економічної кризи в різних країнах, а в найбільш загальній формі – як світової фінансово-економічної кризи 2008-2009 років, сучасних проявів її другої хвилі, зниження фінансових спроможностей різних верств суспільства призводять до чергового суттєвого перетворення характеру взаємодії виробників та споживачів у напрямку все більшого прояву диктату споживача над виробником та продавцем.

Таким чином, проблема стратифікації суспільства була внесена до переліку завдань діяльності підприємств. Сама збутова діяльність підприємств на сучасному етапі розвитку ринку здійснюється не просто як маркетингова, а така, що враховує не тільки розшарування споживчих потреб споживачів, а й стратифікацію суспільства за соціальними, гендерними, віковими, професійними та іншими признаками.

Серед ознак стратифікації суспільства все більше значення набувають соціальні, відповідно стратифікація по соціальних ознаках відображає соціальну неоднорідність, розшарування суспільства, неоднаковість соціального стану його членів і соціальних груп, їх соціальну нерівність [1]. Соціальна стратифікація, поряд зі стратифікацією суспільства по інших ознаках, стає не тільки об'єктом нового сприйняття виробниками структури ринку споживання своєї продукції й послуг, а й впливає на



процеси змінюваності самої соціальної політики підприємств – виробників та продавців.

Заходи проявів соціальної політики підприємств стосовно суспільства в цілому як стратифікованого споживача продукції і послуг розвиваються та розширюються стрімкими темпами. У даний час на їх основі складається нова філософія діяльності підприємств на ринку, створюються нові сегменти управлінської активності підприємств: управління відносинами з клієнтами; політика лояльності відносно споживачів; програми соціальної допомоги споживачам за окремими верствами; програми задоволення ексклюзивних потреб споживачів тощо.

Незважаючи на значне практичне значення заходів соціальної політики підприємств на споживчому ринку в умовах стратифікації суспільства, теоретичне обґрунтування і самі механізми реалізації ефективної соціальної політики підприємств не набули фази активного дослідження. В той же час невизначеність багатьох виявів швидко змінюваної соціально-економічної структури стратифікованого суспільства та відсутність теоретично обґрунтованих підходів і механізмів їх урахування в діяльності підприємств на ринку стримують їх розвиток та пристосування к дійсним умовам стратифікації суспільства, що й зумовлює актуальність створення механізмів соціальної політики підприємств у стратифікованому суспільстві.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Методологічні основи врахування споживчих потреб суспільства форму класична теорія попиту, на основі якої сформовано поняття закону попиту, відповідно до якого зростання ціни (P) на товар призводить до зниження величини попиту на нього (O) за інших рівних умов [2]. Але у дійсності, закон попиту не означає, що кількість більш дешевого товару буде зростати понад потреби в ньому. Очевидно, що здешевлення робить товар доступним для тих категорій покупців, яким він раніше був не доступний з міркувань відсутності необхідної платоспроможності. Таким чином, стратифікація суспільних потреб за відзнаками соціального характеру закладе-

на вже в самому базовому «законі попиту». Відомо, що саме через різні діє окремих верств на споживчому ринку пояснюється виключення з дії загального «закону попиту», що породжують такі явища, як «ефект зростання вигоди»; «ефект доходу»; «ефект заміщення» [3]. У якості конкретного показника оцінки динаміки попиту на товар залежно від зміни ціни, який убирає в себе дії різних факторів щодо даного товару в даному місці його продажу при даній структурі стратифікації суспільства еластичність попиту [2]. Саме на основі параметрів еластичності попиту здійснюється вибір цінової політики при управлінні продажами, в результаті чого сучасна збутова політика підприємств нерозривно пов'язується з ціновою політикою, що формується як виклик на різноманітність потреб різних верств стратифікованого суспільства [4; 5]. Але в умовах подальшого соціального розшарування суспільства при здійсненні цінової політики підприємств на споживчому ринку вже недостатньо опиратися лише на узагальненні моделі еластичності попиту на окремі групи товарів, а потрібно додаткове вивчення самої структури соціально стратифікованого суспільства, як споживача товарів та послуг, що вносить корективи до змісту традиційної соціальної політики підприємств, об'єкт якої виходить за традиційні рамки власного персоналу і переноситься на загальне суспільство, як споживача продукції та послуг. У зв'язку з цим останнім часом піддають перегляду цілі, зміст та інструменти соціальної політики підприємств, викриваючи процеси поєднання її зі загальною соціальною політикою держави [6], до цілей соціальної політики підприємств вносять підтримку балансу інтересів підприємства, трудового колективу й суспільства [7], що зумовлює здійснення певних заходів соціальної політики підприємств на ринку споживання. Таким чином, соціальна стратифікація суспільства на ринку споживання, що й надалі поглиблюється, ставить перед підприємствами нові завдання здійснення соціальної політики на ринку, зокрема – стосовно формування механізмів реалізації соціальної політики





підприємств у стратифікованому суспільстві, чому й посвячена дана стаття.

**Метою статті** є спроба визначення одного з механізмів реалізації соціальної політики підприємств на ринку споживання в умовах стратифікації суспільства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Традиційно вважається, що соціальна політика підприємства є складовою частиною менеджменту, направленою на формування мотивації робітників, підвищення їх самовираження в роботі на основі надання їм додаткових пільг та виплат соціального характеру [8]. Але сучасні суспільні процеси, зокрема – становлення соціальної стратифікації суспільства – вносять значні корективи щодо уявлення суб'єктів здійснення соціальної політики, її змісту, цілей, напрямів та заходів. Так, розуміння суб'єктів здійснення соціальної політики впливає з сучасного її формулювання як «комплекс соціально-економічних заходів держави, підприємств, організацій, місцевих органів влади, спрямованих на захист населення від безробіт-

тя, зростання цін, знецінення трудових заощаджень, і взагалі – забезпечення соціальної захищеності і соціальної справедливості в суспільстві» [6]. Тобто, зусилля держави і підприємств поєднуються: значна частина послуг соціального характеру надається підприємством, на якому працює громадянин, але інша – державою у сфері захисту від різних неприємних проблем – безробіття, каліцтв, пенсійних питань тощо. Останнім часом через необхідність враховувати підприємствами домінуючої соціальної стратифікації суспільства у своїй діяльності на ринку розширюється й об'єкт впливу соціальної політики підприємств за рахунок включення до нього, додатково до традиційного сегменту – персоналу самих підприємств, також і частини загального суспільства, як стратифікованого споживача продукції і послуг підприємства-виробника чи продавця. Загальну схему зрушень у системі здійснення соціальної політики державою та підприємствами в умовах стратифікації суспільства приведемо у вигляді наступної табл. 1.

Т а б л и ц я 1

**Загальна схема зрушень у системі здійсненні соціальної політики підприємств в умовах стратифікації суспільства**

Етап	Суб'єкт соціально політики	Характер здійснення соціальної політики	Стан сприйняття об'єкту соціальної політики
1	Держава	Окремо відносно власного об'єкту	Суспільство в цілому
	Підприємства	Окремо відносно власного об'єкту	Персонал підприємства
2	Держава	Узгоджено з підприємствами стосовно суспільства в цілому	Суспільство в цілому
	Підприємства	Узгоджено з державою стосовно персоналу підприємств як сегменту загального суспільства	Персонал підприємств як сегмент загального суспільства
3	Держава	Узгоджено з підприємствами стосовно суспільства в цілому	Суспільство в цілому
	Підприємства	Узгоджено з державою стосовно персоналу підприємств як сегменту загального суспільства	Персонал підприємств як сегмент загального суспільства
		Стосовно суспільства в цілому як стратифікованого споживача продукції та послуг	Суспільство, стратифіковане за потребами на споживчому ринку



Здійснення соціальної політики підприємства на ринку стосовно стратифікованого суспільства потребує формування певних механізмів, які б у повній мірі враховували споживчі уподобання різних соціальних верств населення на споживчому ринку в частині бренду виробника, типу підприємства-продавця, структури споживаних товарів та продуктів, способів отримання або доставки, цінової політики та ін.

Одним з центральних питань є необхідність встановлення цін товарів з урахуванням проявів суспільного попиту, який розрізняється в залежності від статусу торговельного закладу, що здійснює товарну пропозицію, від груп товарів за їх важністю, частотою споживання та ін. Кожній суспільній групі притаманні певні пропорції загальної структури споживання, як і певні цінові орієнтири в процесі задоволення власних споживчих потреб. Але в найбільш доступній для дослідження формі суспільні уподобання на споживчому ринку відображаються в ставленні покупців до рівня ціни товару та її зниження з метою збільшення обсягів продажів, що відображає еластичність попиту.

Еластичність попиту за ціною означає, що його обсяг у відсотковому відношенні змінюється при зміні ціни товару на кожний відсоток. На цій основі проводиться кількісна оцінка еластичності за допомогою коефіцієнта еластичності  $E$ , що виражає співвідношення змін попиту на товар і його ціни [4]:

$$E = \frac{\Delta Q/Q_1}{\Delta C/C_1}, \quad (1)$$

де  $Q_1$ ,  $\Delta Q$ , – попередній обсяг попиту на товар та його приріст при змінненні рівня продажної ціни;

$C_1$ ,  $\Delta C$  – попередня ціна товару та її зменшення, відповідно.

Саме числове значення коефіцієнта еластичності теоретично може змінюватися від нуля нескінченно, але межі його варіювання дають змогу уявлення якісних відмінностей у відношенні споживачів даного товару, що дозволяє стратифікувати споживчі уподобання з метою вироблення ефективної цінової політики в інтересах як продавців, так і покупців.

Так, при значному перевищенні показником еластичності одиничного значення  $E > 1$  має місце еластичний попит, що стосується, як правило, придбання таких товарів, як предметів розкоші (автомобілів, коштовностей тощо), найбільш важливих для сімей товарів – меблів, побутової техніки та ін. При  $E = 1$  попит змінюється строго пропорційно зміні ціни, а при  $E < 1$  попит проявляє низьку еластичність, що стосується, перш за все, товарів необхідного споживання – взуття, предметів щоденного одягу, ліків, комунальних послуг, товарів, вартість яких незначна для сімейного бюджету, а також товарів, що не підлягають заміні – автомобільний бензин, електричні лампочки, продукти щоденного споживання (хліб, сіль тощо).

Відповідно до частки потреб в товарах різної якості еластичності формується певна суспільна стратифікація споживачів, яку необхідно враховувати при формуванні цінової політики на споживчому ринку. При цьому слід урахувувати відмінність між змістом еластичності ринкового попиту й попиту на продукцію конкретного комерційного підприємства в конкретних умовах. Еластичність ринкового попиту відображає усереднені загальнонаціональні співвідношення факторів споживання й характеризується досить невисокими показниками, тоді як еластичність споживання окремих соціальних верств споживачів у конкретних регіональних і соціальних умовах вище.

На основі проведеного аналізу результатів численних акцій з продажу товарів за зниженими цінами щодо виявлено, що для товарних груп в ціновому діапазоні від 10 до 120 грн за одиницю продажу коефіцієнт еластичності коливається в межах від 1 до 80. Результати проведених акцій були згруповані за наступними категоріями:

ціни у грн. за одиницю: до 10, від 10 до 30, від 30 до 60, понад 60;

коефіцієнту еластичності: до 10; від 10 до 30; від 30 до 60; понад 60.

Таким чином створено 16 наступних категорій товарів за їх ціною та еластичністю (приведено у табл. 2), які відображають певну стратифікацію споживчих упо-

добань стосовно придбання досліджуваних товарів.

Розподіл усього масиву отриманих результатів за приведеними у табл. 2 категоріями дає змогу провести первинну

кластеризацію споживчих уподобань у вигляді схеми на рис. 1, на якій відображена приналежність кожного з товарів до того чи іншого квадранту, визначеного за рівнем ціни та еластичності товару.

Т а б л и ц я 2

**Угрупування товарів за приналежністю до категорій ціни та еластичності як основа стратифікації споживчих уподобань**

Цінова категорія товару	Категорія еластичності товару			
	1	2	3	4
1	11	12	13	14
2	21	22	23	24
3	31	32	33	34
4	41	42	43	44

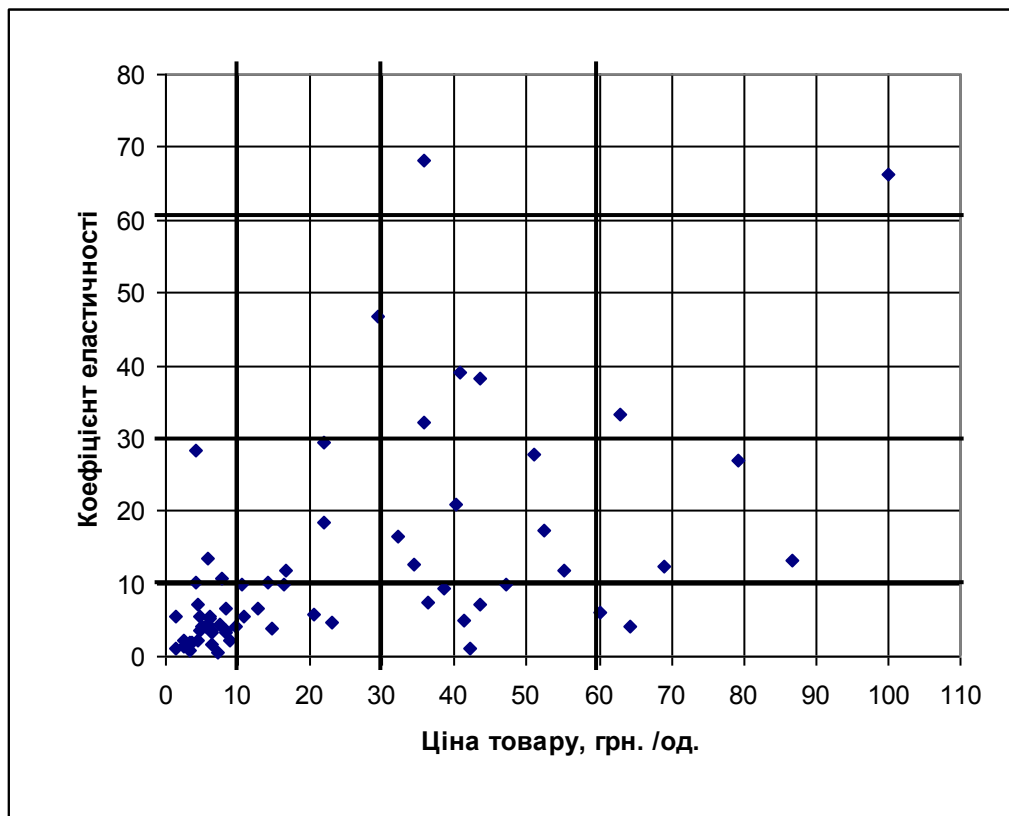


Рис. 1. Первинна кластеризація товарів за категоріями ціни та еластичності

Первинна кластеризація товарів у вигляді угруповань за категоріями ціни і еластичності дає можливість:

по-перше, визначити дійсну структуру стратифікованого споживача наданому ринку;

по-друге, створити механізм розрахунку дисконтних знижок до цін товарів, що продаються, відповідно до споживчих уподобань кожної з веств стратифікованого суспільства.

Мірою приналежності споживачів певних товарних груп до єдиного кластера, що відображає споживчі уподобання певної верстви споживачів може слугувати статистична обробка результатів, зокрема, у вигляді кореляційного аналізу зв'язку між зростанням обсягів продажу товарів та рівнем дисконтних знижок до їх роздрібних цін, проведеного для всіх первинних товарних груп та їх об'єднань.





Як приклад приведемо на рис. 2 апроксимацію вихідних даних стосовно зростання обсягів продажів товарів (у %) в за-

лежності від рівня дисконтної знижки до роздрібною ціни (у %).

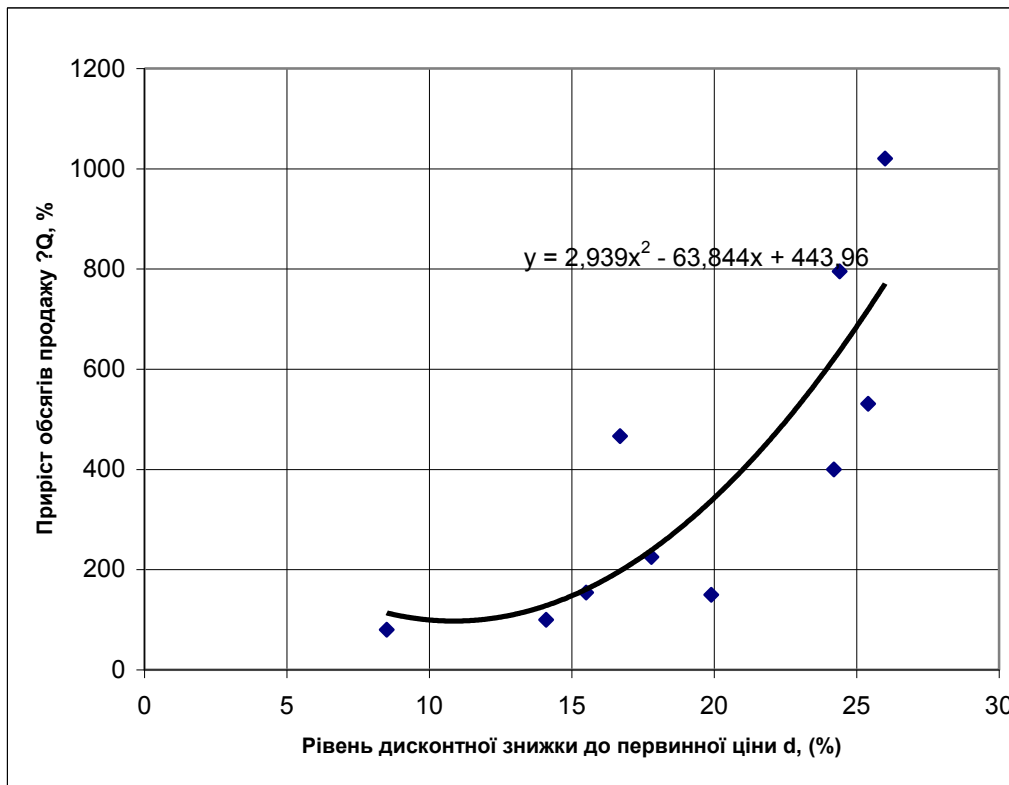


Рис. 2. Апроксимація залежностей приросту обсягів продажів товарів від знижки до їх ціни по товарних групах, сформованих за стратифікацією суспільних уподобань за рівнем ціни і еластичності товарів

В результаті, з усіх 16-ти товарних угруповань згідно з табл. 2 статистично значимі результати отримано стосовно наступних 4-х товарних кластерів, які опосе-

редковано визначають відповідні їм верстви у складі стратифікованого споживача (табл. 3).

Т а б л и ц я 3

**Характеристика верств стратифікації споживачів на основі їх споживчих уподобань за рівнем ціни та еластичності товарів**

Стратифіковані верстви (за споживчими уподобаннями)	Характеристика товарного кластеру	Товарні групи, що входять до кластеру	Рівняння залежності обсягів продажу від рівня дисконтної знижки до ціни товарів
1	Товари з низькою ціною та незначною еластичністю	11+12+21	$-0,018x^2 + 5,035x + 11,28$
2	Товари зі середньою ціною та середньою еластичністю	22+23	$3,2x^2 - 63,18x + 457,32$
3	Товари з високою ціною	31+32+33	$2,94x^2 - 63,84x + 444,0$
4	Товари з особливо високою ціною	41+42+43	$-0,752x^2 + 49,73 - 328,0$





На основі отриманих залежностей, що відображають очікуваний приріст обсягів продажу товарів від рівня дисконтної знижки до їх ціни для кожної стратифікованої верстви може бути запропонована оптимальна, або хоча б допустима знижка до цін товарів, розрахунок якої встановлюється на основі зіставлення додаткового прибутку від збільшеного обсягу продажів та зменшення прибутку в разі застосування дисконтних цін.

Таким чином, прибуток  $\Pi$  в розрахунку на одиницю товару у відсоткових пунктах від його первісної ціни при заданій величині дисконту ( $d$ ) може бути встановлений за формулою:

$$\Pi = \Pi_n - d + 0.15 \cdot \Delta Q(d), \quad (2)$$

де  $\Pi_n$  – початкова величина прибутку у первісній ціні;

$\Delta Q(d)$  – функція приросту обсягу продажів для еластичних товарів в залежності від величини знижки до ціни (дисконту)  $d$ .

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Застосування запропонованого механізму реалізації соціальної політики підприємств на споживчому ринку дозволяє формувати соціально рівноважні ціни для певних стратифікованих верств споживачів, які б відповідали інтересам обох сторін взаємопов'язаного процесу продажу-купівлі: забезпечуючи прийнятну прибутковість комерційної діяльності і, одночасно, стимулюючи розвиток ринку споживання з урахуванням структури стратифікації суспільства. Подальше формування вихідної бази щодо еластичності товарів і продуктів стосовно різних верств споживачів дозволить підприємствам здійснювати більш ефективну соціальну політику на ринку споживання їх продукції.

### Література

1. Стратификация общества [электронный ресурс] / Глоссарий.ru. – Режим доступа: [www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi).

2. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь [электронный ресурс] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2006. –

Режим доступа: <http://slovari.yandex.ru/dict/economic>.

3. Фролова Т. А. Микроэкономика : конспект лекций [электронный ресурс] / Т. А. Фролова. – Таганрог: ТРТУ, 2006. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m174/>.

4. Баркан Д. И. Управление продажами / Д. И. Баркан. – СПб.: СПбГУ, 2007. – 908 с.

5. Шестонова Е. В. Современные методы ценообразования // Финансовый менеджмент. – 2012. – № 1. – С. 4 – 12.

6. Гриненко А. М. Соціальна політика підприємства: методологічний аспект / Зб. наук. праць ; Т. 2. — Донецьк: ІЕП НАН України, 2001. — С. 12 – 20.

7. Лебедев І. В. Соціальна політика підприємства як інструмент реалізації корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс] / Формування ринкової економіки. Зб. Праць. – К.: 2011. – 286 с. – С. 50 – 56. – Режим доступу: [http://www.big-lib.com/book/79\\_Formuvannya\\_rinkovoi\\_ekonomiki](http://www.big-lib.com/book/79_Formuvannya_rinkovoi_ekonomiki).

8. Гриненко А. М. Соціальна політика [Навч.-метод. посібник] / А. М. Гриненко ; для самост. вивч. дисципліни. – К.: КНЕУ, 2003. – 309 с.

### References

1. Stratifikacija obshestva / Glossarium.ru. – Access mode: [www.glossary.ru/cgi-bin/gl\\_sch2.cgi](http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi).

2. Raizberg B. A., Lozovsky L. Sh., Starodubtseva E. B. Sovremenniy ekonomicheskiy slovar (Modern Dictionary of Economics, 5 th ed., rev. and add.), Moscow: INFRA-M, 2006. 495 p.

3. Frolova T. A. Mikro-economics: lectures / T. A. Frolova. – Taganrog: TRTU, 2006. – Access mode: <http://www.aup.ru/books/m174/>.

4. Barkan D. Upravlenije prodazami. – SPb.: SPBGU, 2007. 908 p.

5. Shestonova E. Sovremennye metody cenoobrazovanija / Financial management . – 2012. – № 1. – P. 4–12.

6. Grinenko A. M. Socialnaja politika predpriyatija: metodologicheskij aspekt / Vol. 2. Doneck. IEP NANU, 2001. – pp. 12 – 20.

7. Lebedev I. V. Socialna politika pidpriemstva jak instrument realizacii korporativnoji socialnoji vidpovidalnosti / Formuvannia rynkovoji ekonomiki. – Access

mode: [http://www.big-lib.com/book/79\\_Formyvannya\\_rinkovoi\\_ekonomiki](http://www.big-lib.com/book/79_Formyvannya_rinkovoi_ekonomiki).

8. Grinenko A. M. Socialnaja politika / A. M. Grinenko. – K.: KNEU, 2003. 309 p.

**Штапаук Г. П.**

**Создание механизмов реализации социальной политики предприятий в стратифицированном обществе**

Показано, что в условиях современной высоко конкурентной экономики успешная реализация продукции и услуг становится решающим условием функционирования и развития предприятий, в связи с чем их производственная и сбытовая политики все больше формируется с учетом потребительских нужд не только общества в целом, но и разных его слоев. Социальная стратификация, наряду со стратификацией общества по другим признакам, становится не только объектом нового восприятия производителями структуры рынка потребления, но и изменяет саму социальную политику предприятий – производителей и продавцов, новым объектом которой становится стратифицированное общество, как потребитель продукции и услуг. Реализация социальной политики предприятий в стратифицированном обществе нуждается в создании соответствующих механизмов. Предложен механизм реализации социальной политики предприятий на потребительском рынке на основе стратификации общественных предпочтений по признакам цены и эластичности товаров. Такой механизм позволяет формировать социально равновесные цены для определенных стратифицированных слоев потребителей, которые бы отвечали интересам обеих сторон взаимосвязанного процесса продажи-покупки: обеспечивая приемлемую прибыльность коммерческой деятельности и, одновременно, стимулируя развитие рынка потребления с учетом структуры стратификации общества.

*Ключевые слова:* стратификация общества, социальная политика предприятий, механизм реализации социальной политики, потребительские предпочтения, товар, цена, дисконт, прибыль

**Shtapauk G. P.**

**Creation of mechanisms for the implementation of social policies of enterprises in a stratified society**

It is shown that in today's highly competitive economy successful implementation of products and services is crucial for the functioning and development of enterprises, and therefore their production and sales policy is increasingly shaped to fit the needs of the consumer society, not only in general but also of its different layers. Social stratification, as the stratification of society on other grounds, becomes not only the subject of a new perception of the manufacturers of the market structure of consumption, but also changes the very social policies of enterprises – manufacturers and retailers, the new object of which is stratified society, as a consumer of products and services. The implementation of the social policy of the enterprises in a stratified society needs to establish appropriate mechanisms. It is proposed a mechanism for the implementation of social policies of enterprises in the consumer market on the basis of the stratification of public preferences on the grounds of price and elasticity of the goods. This mechanism allows to create social equilibrium prices for certain customers in stratified layers, which are to meet the interests of both sides of an interconnected process of sale and purchasing: providing acceptable profitability of commercial activities and, at the same time, encouraging the development of the consumer market with the structure of stratification society.

*Keywords:* stratification of society, social policy of enterprises, the mechanism of implementation the social policy, consumer preferences, product, price, discount, profit.

**Рецензент:** Колосов А. М. – доктор економічних наук, професор кафедри «Менеджмент та економічна безпека» Східноукраїнського національного університету імені В. Даля, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Kolosov A. – Professor, Ph.D. of Economics, professor of Management and economic security Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* an-kolosov@mail.ru

*Стаття подана  
10.05.2013 р.*



## РАЗВИТИЕ И ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Раскрыты тенденции становления и развития малого и среднего бизнеса в республике Казахстан. Обоснованы условия кредитования субъектов женского предпринимательства за счет средств «Фонда развития предпринимательства «Даму». Определены институциональные меры поддержки малого предпринимательства. Доказано, что малые предприятия и в целом малый бизнес максимально ориентирован на региональные и местные потребности.

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес, государственная поддержка, женское предпринимательство, кредитование, финансирование.

**Постановка проблемы.** Для обеспечения устойчивого развития экономики Казахстана необходимо наиболее эффективно использовать все факторы и ресурсы экономического роста, в том числе и ресурс предпринимательства. Малое предпринимательство способствует формированию «здоровой» конкурентной среды, обеспечению занятости населения, увеличению производства валового продукта, пополнению доходной части бюджетов, росту реальных доходов населения, повышению качества жизни. Гибкость, динамичность, стремление найти наиболее эффективные формы функционирования делают малое и среднее предпринимательство важнейшим инициатором новейших научно-технических открытий, двигателем инноваций, а также связующим звеном между разработкой идеи и внедрением ее результатов в производство. Государство, органы власти призваны создать благоприятные экономические, политические, социальные, правовые условия для развития малого предпринимательства. Формирование целостной концепции развития малого предпринимательства в Казахстане и обеспечение его поддержки не может быть осуществлено без исследования тенденций, экономических противоречий, внутренних источников экономического развития предпринимательства, форм и методов его поддержки.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Несомненный вклад в развитие теоретических и практических основ малого предпринимательства и определение его специфики и роли внесли Ю.П.

Анискин, В.И. Батрасов, А.О. Блинов, И.Н. Герчикова, В.Я. Горфинкель, Т.Г. Долгопятова, Б.Н. Ичитовкин, М.Г. Лапуста, Лядова Е.В., Л.А. Колесникова, А.И. Меркушев, А. В. Немец, С.Д. Ползиков, П.Д. Половинкин, В.Е. Савченко, Ю.В. Трифонов, А.Ю. Чепуренко, И.Н. Шапкин, В.А. Швандар, А. Шулус, В.М. Яковлев, Е.Г. Ясин [6; 7; 8]. Безусловно, все эти исследования имеют огромное теоретическое и практическое значение. В дальнейшей разработке нуждаются вопросы, касающиеся сущности малого и среднего предпринимательства, особенностей, места в экономической системе, функциональной роли в решении социально-экономических проблем развития современного общества. Научные разработки в этой области приобретают особую важность, поскольку механизмы эффективного функционирования и развития малого и среднего предпринимательства до конца не изучены. Остаются неразработанными методологические основы и принципы построения целостного механизма развития малого предпринимательства, включающего наиболее приемлемые для условий республики Казахстан модели, методы и инструменты, направленные на повышение активности и роли малого бизнеса в экономике государства.

**Целью статьи** является обоснование необходимости формирования и предложение путей развития малого и среднего предпринимательства.

**Изложение основного материала исследования.** С первых дней существования молодого независимого Казахстана



малому и среднему бизнесу, который представляет собой инициативную, самостоятельную, осуществляемую от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность лиц, направленную на получение прибыли, отводится одна из ведущих ролей в формировании его рыночной экономики. А поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства законодательно признаны приоритетной сферой государственной экономической политики.

В современных условиях развития экономики малое и среднее предпринимательство в нашей стране стало массовой, динамично развивающейся частью деловой жизни. По данным Агентства по статистике Республики Казахстан составлена Табл. 1, где приведены основные показатели деятельности малого и среднего предпринимательства в январе 2013 года.

Т а б л и ц а 1

**Основные показатели деятельности субъектов  
малого и среднего предпринимательства в январе 2013 года**

в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

	Количество активных субъектов МСП	Численность занятых	Выпуск продукции (и оказанных услуг)
<b>Республика Казахстан</b>	<b>90,5</b>	<b>102,0</b>	<b>100,3</b>
Акмолинская	90,8	101,1	101,3
Актюбинская	93,8	104,2	100,0
Алматинская	91,0	103,0	100,3
Атырауская	95,0	102,9	100,1
Западно-Казахстанская	94,4	104,2	100,7
Жамбылская	91,4	102,2	100,4
Карагандинская	91,4	102,9	100,6
Костанайская	91,3	100,8	100,8
Кызылординская	95,5	104,0	100,7
Мангистауская	96,2	103,6	100,2
Южно-Казахстанская	81,0	95,3	100,5
Павлодарская	91,3	104,2	101,1
Северо-Казахстанская	90,1	102,1	100,6
Восточно-Казахстанская	91,2	100,4	100,2
г. Астана	95,9	104,0	100,3
г. Алматы	91,7	104,2	100,2

За годы рыночных реформ в Казахстане, предпринимательский сектор смог занять свое заметное место в обществе. Была достигнута главная стратегическая цель – государством созданы необходимые условия для развития малого и среднего предпринимательства.

Возможность заниматься предпринимательством стало реальной и неотъемлемой частью конституционных прав граждан республики.

Чтобы наглядно понять структуру, состав, количество и статус субъектов малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан предлагаю изучить следующие статистические данные: в январе 2013 года по сравнению с январем предыдущего года выпуск продукции (в сопоставимых ценах) увеличился на 0,3%, численность занятых – на 2,0%, количество активных субъектов - снизилось на 9,5%,





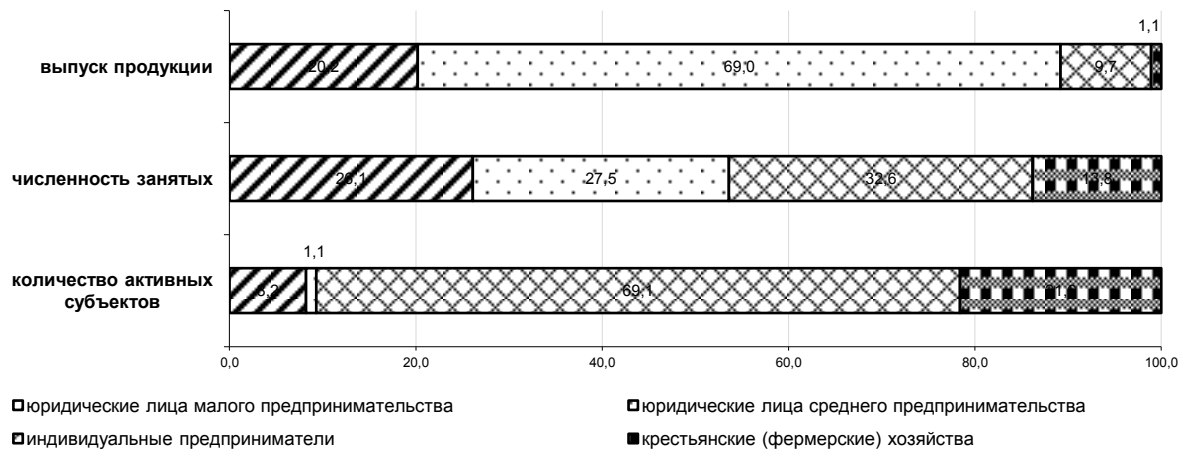


Рис. 1. Структура показателей деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в процентах к соответствующей дате предыдущего года (по данным Агентства по статистике РК)

Выпуск продукции субъектами малого и среднего предпринимательства за январь 2013 года составил 630,3 млрд. тенге. В общем количестве субъектов МСП доля индивидуальных предпринимателей составила 69,1%, крестьянских (фермерских) хозяйств – 21,6%, юридических лиц малого предпринимательства – 8,2%, юридических лиц среднего предпринимательства – 1,1%.

По данным зарубежных статистических агентств, женщины создали более 25 процентов новых предприятий малого бизнеса. Во Франции и Великобритании четверть всех фирм возглавляется женщинами. В Германии — треть. В Японии эта доля равна 23 процентам, в США — 38.

В Казахстане бизнес-леди тоже не отстают, но поддержка им действительно необходима.

Немаловажным в вопросах развития малого предпринимательства является изучение демографической ситуации, в данном аспекте рассмотрим соотношение мужчин и женщин, занимающихся предпринимательской деятельностью по Восточно-Казахстанской области (табл. 1 составлена по данным Агентства по статистике РК).

Из данных табл. 1 видно, что почти половина предприятий в Казахстане возглавляется женщинами-предпринимателями, что характерно при такой демографической ситуации.

Для улучшения деятельности этих предприятий Советом директоров АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» разработана и утверждена программа обусловленного размещения средств в БВУ для последующего микрокредитования женского предпринимательства на 2009–2015 годы.

Ее цель-стимулирование экономической активности женщин-предпринимателей посредством льготного кредитования проектов действующих и начинающих субъектов женского предпринимательства.

В рамках Программы через банки второго уровня финансируются женщины, осуществляющие предпринимательскую деятельность в форме индивидуального предпринимательства без образования юридического лица и юридические лица под руководством женщины, с долей участия женщин в уставном капитале не менее 50%, с количеством работников-женщин не менее 30% от общего количества работников.

Программа финансируется фондом «Даму» путем обусловленного размещения средств в банках второго уровня для последующего микрокредитования женского предпринимательства.

Основные условия кредитования СМСП в рамках Программы:

- целевое использование средств – рефинансирование действующих кредитов,

инвестиционные цели, пополнение оборотных средств;

- годовая эффективная ставка для конечного заемщика - не более 14,0% годовых;
- срок кредитования по займу:
- на пополнение оборотных средств - до 36 месяцев
- на приобретение и модернизацию основных средств - до 60 месяцев;
- валюта Займа – тенге;
- лимит финансирования на одного заемщика - до 8 000 МРП (МРП - месячный расчетный показатель, устанавливаемый Законом Республики Казахстан «О

республиканском бюджете» на соответствующий финансовый год);

- отсутствует ограничение отраслевой направленности финансирования проектов;
- СМП не может получать Займы за счет средств Программы в разных банках, финансовых организациях одновременно;
- Заёмщик обязан начать освоение Займа за счет денег Фонда в течение 2-х месяцев со дня заключения Договора банковского займа/Соглашения об открытии кредитной линии;
- прочие условия устанавливаются Банком-партнером.

Т а б л и ц а 2

**Количество субъектов в МСП, возглавляемых женщинами**

Показатель	Количество субъектов МСП - всего	в том числе			Количество субъектов МСП, возглавляемых женщинами
		юридические лица	индивидуальные предприниматели	крестьянские (фермерские) хозяйства	
1	2	3	4	5	6
<b>Республика Казахстан</b>	<b>1 225 790</b>	<b>229 145</b>	<b>796 569</b>	<b>200 076</b>	<b>501 791</b>
Акмолинская	52 431	6 997	40 998	4 436	24 807
Актюбинская	48 683	9 060	35 337	4 286	21 364
Алматинская	127 622	10 967	63 175	53 480	47 147
Атырауская	44 862	7 170	35 970	1 722	17 927
Западно-Казахстанская	35 919	4 691	27 159	4 069	15 862
Жамбылская	55 853	5 521	33 976	16 356	22 452
Карагандинская	84 316	15 686	61 861	6 769	39 179
Костанайская	65 304	7 934	51 038	6 332	31 739
Кызылординская	34 206	4 625	27 074	2 507	14 449
Мангистауская	39 990	7 868	30 917	1 205	16 982
Южно-Казахстанская	184 581	20 328	88 019	76 234	54 531
Павлодарская	47 966	8 919	35 189	3 858	21 898
Северо-Казахстанская	34 777	5 216	26 486	3 075	15 754
Восточно-Казахстанская	107 494	12 973	78 835	15 686	49 211
г. Астана	85 198	28 664	56 520	14	35 940
г. Алматы	176 588	72 526	104 015	47	72 549

По Программе запрещается:

- финансирование СМП с наличием задолженности по налогам и другим обязательным платежам в бюджет свыше 10 МРП на момент обращения заявки СМП

в Банк-партнер с заявкой на получение займа.

- предоставление займов СМСП на цели рефинансирования действующих займов СМСП, где источником финанси-





рования является Фонд, за исключением проектов СМСП, профинансированных Фондом напрямую.

Условия финансирования субъектов женского предпринимательства по этой программе призваны помочь женщинам-предпринимателям снизить стоимость кредитных ресурсов и сократить долговую нагрузку путем рефинансирования их уже действующих займов, увеличить объемы кредитования через средства фонда. Субъекты женского предпринимательства кредитуются на льготных условиях и без ограничения по видам деятельности заемщиков.

Финансируются все отрасли экономики без ограничений, индивидуальные предприниматели и их целевые группы, зарегистрированные и осуществляющие свою деятельность в соответствии с законодательством РК.

Кредиты могут получить все желающие женщины-предприниматели, в том числе и в сельской местности. Озвучены основные условия кредитования, далее банки второго уровня отбирают проекты согласно внутренним нормативам и процедурам. Фонд «Даму» после освоения средств, проводит мониторинг выданных займов на соответствие условиям программы, а так же их целевое использование. Эффект реализации программы зависит от активности банков и самих женщин-предпринимателей.

Наряду с положительными тенденциями развития наблюдаются и проблемы роста, к числу которых можно отнести то, что развитие малых предпринимательских форм происходит у нас сейчас в основном в посреднической сфере и отраслях, не требующих значительных капитальных вложений - торговле, общественном питании, строительстве гражданских объектов, мелком ремонте техники и машин, сельском хозяйстве. Между тем такой мощный рынок, как сфера научно-технических новшеств и информации, не осваивается.

Вместе с тем в Казахстане в 2013 году будет оптимизирован и внедрен единый перечень разрешений для малого и среднего бизнеса, а также установлены все типовые процедуры. Также в течение двух

лет выдача всех разрешений будет автоматизирована.

Реализация государственных программ поддержки и развития предпринимательства позволила заложить основу становления и развития МСБ в Казахстане и сделала эту тенденцию необратимым процессом. Их реализация положительно повлияла на формирование и развитие предпринимательского сектора в республике. Создан конкурентный рынок товаров и услуг и определены институциональные меры поддержки и развития малого предпринимательства.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** В Казахстане развитие предпринимательства является одним из приоритетных направлений экономической политики государства. Правительство стремится к формированию среднего класса и конкурентоспособного динамичного бизнеса – сообщества, что в том числе проявляется в поддержке женского предпринимательства. Малый бизнес играет важную роль как в местной экономике, так и в масштабах всей страны. Фактически сложившаяся территориальная специализация малого бизнеса позволила ему дополнить «большую» экономику и сформировать относительно целостную, комплексную структуру хозяйства областей, городов и сельских районов. Малые предприятия и в целом малый бизнес максимально ориентирован на региональные и местные потребности.

### Литература

1. Назарбаев Н.А. Казахстан-2030 / Н.А. Назарбаев. – Алматы: Юрист, 2000. – 94 с.
2. Постановление Правительства Республики Казахстан от 26 апреля 1997 года № 665 "О создании фонда развития малого предпринимательства" (с изменениями, внесенными постановлениями Правительства РК от 27.05.97 г. № 886; от 28.01.98 г. № 44; от 23.10.98 г. № 1077; от 28.12.98 г. № 1346; от 17.08.99 г. № 1175; от 11.06.03 г. № 571; от 26.05.05 г. № 514)
3. Дорожная карта бизнеса 2020. Данные АО «Фонд Даму».
4. Сайт Агентства по статистике Республики Казахстан [www.stat.kz](http://www.stat.kz)

5. Сайт Национального Банка Республики Казахстан [www.nationalbank.kz](http://www.nationalbank.kz)

6. Лядова Е.В. Факторы, определяющие развитие инфраструктуры малого и среднего предпринимательства в России // Вестник ИНЖЭКОНА. – Серия Экономика. – 2011. – Вып. 5(48). – СПб.: ИзПКСПбГИЭУ, 2011. – С. 439–441.

7. Меркушев А.И. Методология координации развития малого предпринимательства: монография / А.И. Меркушев. – Киров: ВГСХА, Интеллект-бизнес-групп. – 2007.

8. Немец А. В. Об эффективности государственной поддержки малого предпринимательства / А. В. Немец // Вестник Московской Академии рынка труда и информационных технологий. – 2006. – № 3. – С. 3–12.

**References**

1. Nazarbayev N.A. Kazakhstan-2030. /N.A. Nazarbayev. – Almaty: Yurist, 2000. – 94 s.

2. Postanovleniye Pravitel'stva Respubliki Kazakhstan ot 26 aprelya 1997 goda № 665 "O sozdanii fonda razvitiya malogo

predprinimatel'stva" (s izmene-niyami, vnesennymi postanovleniyami Pravitel'stva RK ot 27.05.97 g. № 886; ot 28.01.98 g. № 44; ot 23.10.98 g. № 1077; ot 28.12.98 g. № 1346, ot 17.08.99 g. № 1175; ot 11.06.03 g. № 571; ot 26.05.05 g. № 514) 3. Dorozhnaya karta biznesa 2020. Dannyye AO «Fond Damu».

4. Sayt Agentstva po statistike Res-publiki Kazakhstan [www.stat.kz](http://www.stat.kz)

5. Sayt Natsional'nogo Banka Res-publiki Kazakhstan [www.nationalbank.kz](http://www.nationalbank.kz)

6. Lyadova Ye.V. Faktory, opredelyayushchiye razvitiye infrastruktury malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii // Vestnik INZHEKONA. – Seriya Ekonomika. – 2011. – Vyp. 5(48). – SPb.: IzPKSPbGIEU, 2011. – S. 439–441.

7. Merkushev A.I. Metodologiya koordinatsii razvitiya malogo predprinimatel'stva: monografiya / A.I. Merkushev. – Kirov: VGSKHA, Intellect-biznes-grupp. – 2007.

8. Nemets A. V. Ob effektivnosti gosudarstvennoy podderzhki malogo predprinimatel'stva / A. V. Nemets // Vestnik Moskovskoy Akademii rynka truda i informatsionnykh tekhnologiy. – 2006. – № 3. – S. 3–12.

**Біханова А. С.**

**Розвиток і підтримка малого підприємництва в республіці Казахстан**

Розкрито тенденції становлення та розвитку малого і середнього бізнесу в республіці Казахстан. Обґрунтовано умови кредитування суб'єктів жіночого підприємництва за рахунок коштів «Фонду розвитку підприємництва «Даму». Визначено інституційні заходи підтримки малого підприємництва. Доведено, що малі підприємства і в цілому малий бізнес максимально орієнтований на регіональні та місцеві потреби.

*Ключові слова:* малий та середній бізнес, державна підтримка, жіноче підприємництво, кредитування, фінансування.

**Bikhanova A.**

**Development and support for small business in Kazakhstan**

Trends revealed the formation and development of small and medium-sized businesses in the Republic of Kazakhstan. Justified by the conditions of lending to women entrepreneurs at the expense of "Entrepreneurship Development Fund "Damu". Defined institutional measures to support small businesses. It is proved that small businesses and small business as a whole is focused on regional and local needs.

*Keywords:* small and medium-sized businesses, government support women's entrepreneurship, credit, financing.

**Рецензент:** Костырко Л. А. – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Финансы» Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, г. Луганск, Украина.

**Reviewer:** Kostyrko L. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Finance Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* lid\_kost@mail.ru

Статья подана  
22.04.2013 г.



## ОСОБЕННОСТИ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

В статье рассмотрены теоретико-методологические аспекты организации бухгалтерского учета на сельскохозяйственных предприятиях Республики Казахстан. Определены направления адаптации международных стандартов финансовой отчетности. Перспективы использования МСФО 41 «Сельское хозяйство» в Казахстане требуют осмысления и проведения исследований, результаты которых позволят приблизить, а в последующем привести методические принципы и правила бухгалтерского учета биологических активов в Казахстане в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, международные стандарты финансовой отчетности, сельское хозяйство, биологические активы, сельскохозяйственная продукция.

**Постановка проблемы.** В современных условиях крупным сельскохозяйственным организациям государством осуществляется солидная финансовая экономическая поддержка. В ежегодных Посланиях Президента Н.А. Назарбаева народу Казахстана важное место отводится сельскому хозяйству и отмечается необходимость стимулирования производства конкурентоспособных отраслей, расширение емкости внутреннего и внешнего рынка сбыта отечественной сельскохозяйственной продукции, финансовое оздоровление аграрной экономики, дальнейшее развитие рынка аграрной продукции. Приоритетными направлениями развития сельскохозяйственных организаций республики являются:

- обеспечение продовольственной безопасности страны;
- увеличение объемов продаж сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки на внутренних и внешних рынках;
- формирование эффективной системы агробизнеса;
- рационализация мер государственной поддержки сельскохозяйственных кооперативов как сельскохозяйственного производства.

Агропромышленный комплекс в будущем должен стать важнейшей высокодоходной отраслью экономики республики. Большое значение в получении доходов и ведении предпринимательской деятельности на сельскохозяйственном предприятии имеет правильная организация бухгалтер-

ского учета. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве призван давать необходимые сведения о ходе производственных процессов, содействовать обеспечению сохранности собственности, росту рентабельности, повышению эффективности и улучшению качества работы. Потребность в выборе адекватной современным условиям системы учета на предприятиях сельского хозяйства предопределила выбор темы данного исследования. Перспективы применения МСФО 41 «Сельское хозяйство» в Казахстане делают необходимым приведения принципов и правил бухгалтерского учета биологических активов в соответствии с требованиями международных стандартов.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию вопросов учета в сельском хозяйстве посвящен ряд работ зарубежных и отечественных авторов. Проблемы формирования методологии бухгалтерского учета в сельском хозяйстве рассматривались в работах Р.Н. Расторгуевой, М.А. Вахрушиной, И.Е. Глушкова, Т.В. Киселевой, С.Н. Стефановой, И.Ю. Ткаченко, Н.П. Кондракова, И.А. Феокистова и др. Среди зарубежных специалистов, рассматривавших особенности учета в сельском хозяйстве, следует отметить: Т. Аренса, А. Баррета, Т. Грота, К. Лука, Р. Энтони, Г. Мюллера, Г. Милка, Б. Нидлза и др. Вопросы организации учета в сельском хозяйстве рассматривались в работах таких казахстанских ученых, как В.Л. Назарова [1], К.К. Нажикбаева [2], Радостовец В.В., Шмидт О.И. [3], Кабы-







лова Н. [4] и др. Несмотря на важность и значимость опубликованных результатов исследований, степень изученности исследуемого вопроса остается еще недостаточной в связи с введением МСФО.

**Цель статьи.** Рассмотрение теоретико-методологических аспектов особенностей ведения бухгалтерского учета на предприятиях сельского хозяйства в условиях функционирования МСФО.

**Изложение основного материала исследования.** Развитие рыночных отношений и экономики в аграрном секторе предопределяет необходимость формирования эффективной системы управления деятельностью сельскохозяйственных организаций. Основной информационной базой управления сельскохозяйственными организациями является бухгалтерский учет. Как известно, он должен обеспечивать информационные потребности внутреннего управления организаций и внешних пользователей финансовой отчетности для принятия экономических решений.

Сельское хозяйство как отрасль экономики характеризуется рядом особенностей, которые определяются действием естественных факторов. Специфичность сельскохозяйственного учета заключается в том, что процесс производства связан с живой природой, землей и живыми организмами – животными и растениями, выступающими в качестве предметов труда. Значительная часть производственного цикла состоит в целенаправленном воздействии на живые организмы – выращивание их до определенных кондиций, приобретения ими полезных свойств, качеств, необходимых человеку. Вследствие перерывов, вызываемых естественными климатическими условиями, производственный цикл в сельском хозяйстве намного длилнее, чем в других отраслях.

Специфика отрасли и определяет особенности бухгалтерского учета в сельскохозяйственных предприятиях. При всем своеобразии учета в сельском хозяйстве бухгалтерскому учету присущи общие черты, характерные для учета в любой отрасли народного хозяйства: учет строится по Типовому плану счетов; в бухгалтерском учете применяются типовые реги-

стры учета и те же формы и методы организации учетных работ.

Целью бухгалтерского учета в сельском хозяйстве Республики Казахстан является формирование такой системы бухгалтерского учета, которая будет достоверно представлять информацию о финансовом положении, результатах деятельности и изменениях её финансового положения, а также соответствовать Международным стандартам финансовой отчетности во всех аспектах, кроме тех случаев, когда положения МСФО противоречат качественным характеристикам финансовой информации либо законодательству Республики Казахстан.

Вопросы по ведению бухгалтерского учета в сельском хозяйстве регулируются в соответствии с МСФО и действующим законодательством Республики Казахстан. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве регулирует Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 41 «Сельское хозяйство» (МСФО/IAS 41). Целью данного стандарта является установление порядка учета и раскрытия информации применительно к сельскохозяйственной деятельности, в том числе:

- биологических активов;
- сельскохозяйственной продукции на момент ее сбора;
- некоторых правительственных субсидий [5].

Данный стандарт применяется для учета сельскохозяйственной продукции (т.е. продукции, полученной от биологических активов) только в момент её получения (сбора). Перспективы применения МСФО 41 «Сельское хозяйство» в Казахстане делают необходимым приведения принципов и правил бухгалтерского учета биологических активов в соответствии с требованиями международных стандартов. Для её последующего учета применяется МСФО/IAS 2 «Запасы» или иной применимый стандарт.

МСФО/IAS 20 применяется только к государственной субсидии, которая относится к биологическому активу, измеряемой по фактической стоимости за вычетом накопленной амортизации и накопленных убытков от обесценения. Для учета земли



сельскохозяйственного назначения применяются МСФО/IAS 16 «Основные средства» и МСФО/IAS 40 «Инвестиционное имущество». Для учета нематериальных активов, связанных с сельскохозяйственной деятельностью, применяется МСФО/IAS 38 «Нематериальные активы». Важные события и явления, влияющие на эффективность деятельности сельхозпредприятий (например, ураган), должны раскрываться в соответствии с МСФО/IAS 8 «Изменения учетной политики» и т.д.

В соответствии с Законом Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» на каждом сельхозпредприятии в обязательном порядке должна быть сформирована учетная политика [6]. Учетная политика представляет собой конкретные принципы, основы и положения, правила и практику, принятые к применению организацией для ведения бухгалтерского учета и составления финансовой отчетности, исходя из их потребностей и особенностей деятельности сельскохозяйственного предприятия. Специфика сельхозпредприятия должна быть отражена в его учетной политике.

Сельхозпредприятие ведет налоговый учет в соответствии с налоговой учетной политикой сельхозпредприятия [7]. Налоговая учетная политика может быть включена в виде отдельного раздела в учетную политику, разработанную в соответствии с МСФО и требованиями законодательства Республики Казахстан о бухгалтерском учете и финансовой отчетности.

Следует отметить, что сельское хозяйство имеет дело с живыми организмами, которые все время изменяются. Эти изменения не всегда подвластны управлению. И в этой сфере МСФО 41 «Сельское хозяйство» становится особенно значимым для практического применения. Особо важной следует признать оценку биологических активов по справедливой стоимости, так как благодаря этому станет возможной реальная оценка финансового состояния и платежеспособности аграрных предприятий.

В аналитическом учете биологические активы отражаются в стоимостном и количественном выражении. Для отдельных

видов биологических активов животноводства (крупного рогатого скота, свиней и т.п.) предусматривается дополнительная характеристика - живая масса, если на дату баланса ее можно достоверно определить. В соответствии с МСФО 41 биологические активы отражаются в отчетности отдельными статьями. Биологические активы в бухгалтерской (финансовой) отчетности, формируемой в формате МСФО, следует подразделять на группы по их биологическим свойствам. Данная проблема в настоящее время может быть решена дополнительной систематизацией и группировкой информации по биологическим активам при трансформации отчетности в формате МСФО.

Принятая в нашей стране практика разделения активов только на долгосрочные и краткосрочные неприменима в контексте МСФО 41 «Сельское хозяйство». Чтобы адаптировать принципиальные аспекты МСФО к национальным особенностям необходимо определить новые подходы к основам бухгалтерского учета, оценки активов, определению финансовых результатов сельскохозяйственной деятельности и раскрытию в финансовой отчетности информации по биологическим активам.

**Выводы и перспективы дальнейших исследований.** Перспективы использования МСФО 41 «Сельское хозяйство» в Казахстане требуют осмысления и проведения исследований, результаты которых позволят приблизить, а в последующем привести методические принципы и правила бухгалтерского учета биологических активов в Казахстане в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности. С этой целью должны быть сформированы принципиально новые подходы к основам бухгалтерского учета, оценки активов, определению финансовых результатов сельскохозяйственной деятельности и раскрытию информации в финансовой отчетности по биологическим активам. Организация учета биологических активов в АПК требует совершенствования всей системы нормативного регулирования бухгалтерского учета и отчетности в АПК, позволит адаптировать принципиальные аспекты МСФО 41 к национальным особенностям.

## Литература

1. Назарова В.Л. Бухгалтерский учет в отраслях. – Алматы: Экономика, 2006. – 458 с.
2. Нажикбаева К.К. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. – Алматы, 2013. – 164 с.
3. Радостовец В.В., Шмидт О.И. Теория и отраслевые особенности бухгалтерского учета - Алматы: Центраудит-Казахстан, 2000. – 496 с.
4. Кабылова Н. Особенности организации бухгалтерского учета в сельскохозяйственных организациях // Бухгалтер и налоги. – 2010. – №10.
5. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 41 «Сельское хозяйство».
6. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007г., №234-111.
7. Налоговый кодекс Республики Казахстан от 12 июня 2001 г. № 209-113 РК с изменениями и дополнениями на 01.01.2013 г.

**Мадиярова Е. С.**

**Особливості ведення бухгалтерського обліку на підприємствах сільського господарства республіки Казахстан**

У статті розглянуто теоретико-методологічні аспекти організації бухгалтерського обліку на сільськогосподарських підприємствах Республіки Казахстан. Визначено напрями адаптації міжнародних стандартів фінансової звітності. Перспективи використання МСФЗ 41 «Сільське господарство» в Казахстані вимагають осмислення і проведення досліджень, результати яких дозволять наблизити, а в подальшому привести методичні принципи та правила бухгалтерського обліку біологічних активів у Казахстані відповідно до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності.

*Ключові слова:* бухгалтерський облік, міжнародні стандарти фінансової звітності, сільське господарство, біологічні активи, сільськогосподарська продукція.

**Madiyarova E.**

**Particularities of conduct of the accounting on enterprise of the agriculture of the republic Kazakhstan**

In article are considered theorist-methodological aspects to organizations of the accounting on agricultural enterprise of the Republic Kazakhstan. The directions of the adaptation of international financial reporting standards. Prospects for the use of IAS 41 "Agriculture" in Kazakhstan require reflection and research, the results of which will bring, and subsequently result in methodological principles and rules of accounting of biological assets in Kazakhstan in accordance with the requirements of International Financial Reporting Standards.

*Keywords:* accounting, international standards to financial reporting, agriculture, biological assets, agricultural product.

**Рецензент:** Костырко Л. А. – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Финансы» Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля, г. Луганск, Украина.

**Reviewer:** Kostyrko L. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Finance Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* lid\_kost@mail.ru

## References

1. Nazarova V.L. Bukhgalterskiy uchet v otraslyakh. – Almaty: Ekonomika, 2006. – 458 s.
2. Nazhikbayeva K.K. Bukhgalterskiy uchet v sel'skom khozyaystve. – Almaty, 2013. – 164 s.
3. Radostovets V.V., Shmidt O.I. Teoriya i otraslevyye osobennosti bukhgalterskogo ucheta - Almaty: Tsentraudit-Kazakhstan, 2000. – 496 s.
4. Kabylova N. Osobennosti organizatsii bukhgalterskogo ucheta v sel'skokhozyaystvennykh organizatsiyakh // Bukhgalter i nalogi. – 2010. – №10.
5. Mezhdunarodnyy standart finansovoy otchetnosti (IAS) 41 «Sel'skoye khozyaystvo».
6. Zakon Respubliki Kazakhstan «O bukhgalterskom uchete i finansovoy otchetnosti» ot 28 fevralya 2007g., №234-111.
7. Nalogovyy kodeks Respubliki Kazakhstan ot 12 iyunya 2001 g. № 209-113 RK s izmeneniyami i dopolneniyami na 01.01.2013 g.



## ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ В ЕКСПОРТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРОВИРОБНИКІВ УКРАЇНИ

У статті визначається роль та значення маркетингу в експортній діяльності національних товаровиробників. Проведено аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблематики. Визначено не вирішену раніше частину загальної проблеми. Проведена аналітична обробка показників експортної діяльності економіки України. Визначена їх динаміка, кількісні та якісні характеристики й специфіка національного експорту. Експортні потоки структуровано за географічною та товарною ознакою. Обґрунтована необхідність більш активного використання елементів маркетингу у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

**Ключові слова:** експорт, гіперінфляція, ефективність зовнішньої торгівлі, маркетинг, глобалізація світового простору, динаміка показників експортних потоків, структура експорту.

**Постановка проблеми.** Багаторічний досвід становлення України як незалежної держави свідчить про те, що стан її економіки та позиції на світовому ринку в значній мірі залежать від структури, динаміки й ефективності зовнішньої торгівлі, а саме експорту. Гіперінфляція, криза неплатежів, тривалий спад виробництва, недобросовісна конкуренція - це далеко не повний список проблем, які негативно вплинули на становлення і подальший розвиток зовнішньої торгівлі, очікувана стабільність якої змінилася спадом. Впровадження заходів, спрямованих на лібералізацію експорту та наближення системи його регулювання до світових стандартів дали відносні результати. Але як свідчить практика розвинених країн є ще один елемент стабілізації - маркетинг. Саме на ньому ніколи не заощаджують свої кошти іноземні бізнесмени.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми розвитку управлінської системи міжнародного маркетингу висвітлені в працях зарубіжних вчених К. Бартлетта, С. Грошал, Дж. Даніелса, Ф. Катеори, М. Портера, Л. Раденбау, П. Ріволі, І. Ронкаїнена, А. Сайденбега, Л. Хоффманна, М. Чінкоти, К. Шмітгоффа. Специфіка реалізації окремих інструментів міжнародного маркетингу відзначена в роботах Д. Аакера, С. Актера, Т. Амблера, Дж. Грехема, С. Джейна, Дж.-П. Дженнета, Р. Кевіна, В. Кірпалані, Д.-Н. Ласку, Т. Мелона, Дж. О'Шонессі, Р. Петерсона, К. Стайлса, Б. Тойна, П. Уолтерса, Х. Хеннессі, С. Холленсена. Проблеми реалізації відповідних

функцій маркетингу за межами національних кордонів досліджуються Г. Армстронгом, К. Барнеттом, С. Дуглас, Ф. Котлером, С. Крейгом, В. Пучиком, Н. Тічі, Д. Уотервортом та ін. Серед вітчизняних науковців, дослідження яких присвячені аналізу процесів інтернаціоналізації економічного зростання і системи управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств, слід видзначити праці І. Бузько, О. Білоруса, В. Будкіна, І. Бураковського, А. Гальчинського, В. Геєця, Д. Лук'яненка, Г. Надьон, В. Новицького, А. Румянцева, С. Соколенка, В. Третяк, А. Філіпенка, О. Шниркова. Функціональні прояви міжнародного маркетингу досліджувались у роботах О. Азарян, А. Войчака, В. Кардаша, А. Кредісова, Є. Крикавського, А. Мазаракі, Ю. Макогона, Л. Мороз, В. Онищенко, В. Пелішенка, П. Перерви, Г. Почепцова, І. Решетнікової, Є. Ромата, Є. Савельєва, А. Старостіної, Н. Чухрай, Т. Циганкової та ін. Особливості використання засобів міжнародного маркетингу в постсоціалістичних економічних системах висвітлюються в роботах російських фахівців Є. Авдокушина, Г. Багієва, С. Барсукової, І. Герчикової, Н. Моїсеєвої, І. Фомінського та ін.

Подальша глобалізація світового простору, динамізм економічних процесів та загострення конкурентних відносин на зовнішніх ринках призвели до необхідності здійснення подальших досліджень.

**Мета статті.** Аналітична обробка показників експортної діяльності України, визначення їх динаміки та надання їм кіль-







кісних та якісних характеристик дасть змогу визначити ступінь використання засобів маркетингу у зовнішньоекономічній діяльності національних товаровиробників.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Наше дослідження почнемо з виявлення динаміки і структури експорту України. Так, у 2008 р. його обсяги становили майже 67 млрд. дол. США, у 2012 - 57, 2 млрд. дол. США, тобто обсяги поставчань були скорочені на 9,8 млрд. дол. США. Якщо початок розрахункового періоду прийняти за 100%, то зменшення поставчань склало 18,4%. Мінімальним зна-

ченням характеризується показник 2009 р. - 39,7 млрд. дол. США, по відношенню до базового періоду його зменшення складає 59,5%. Різкий спад обсягів експорту України можна пояснити наслідками світової фінансової кризи. Починаючи з 2010 р. обсяги експортних поставчань характеризуються позитивною динамікою: 2010 р. - 51,4 млрд. дол. США або 77,4% від показника базового періоду; 2011 р. - 68,4 млрд. дол. США, що перевищує аналог 2008 р. на 2,5%. Зміна кон'юнктури світового ринку призвела до значного скорочення в 2012 р.

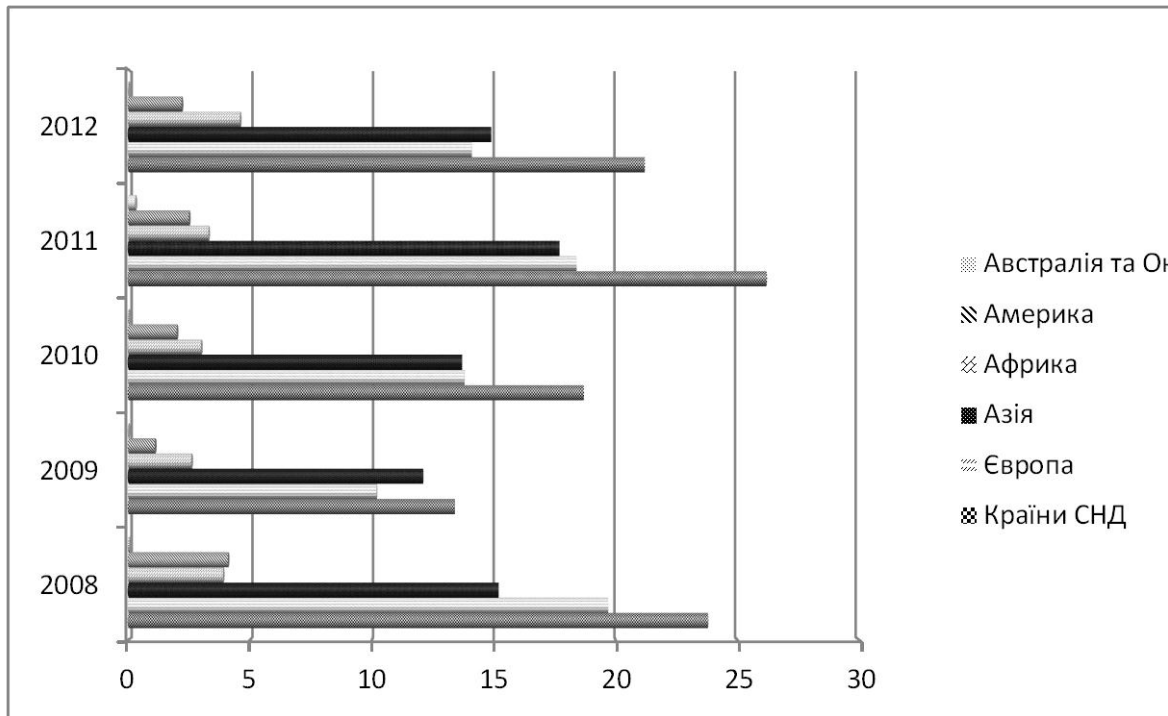


Рис. 1. Географічна структура експорту України в 2008 - 2012 рр. (млрд. дол. США)  
Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України

Аналізуючи географічну структуру експорту ми отримали наступні результати (рис.1). В країни СНД обсяги поставчань у 2008 р. становили 23,8 млрд. дол. США, у 2012 - 21, 2 млрд. дол. США, тобто їх обсяги зменшилися на 2,6 млрд.дол. США. Експорт в країни європейського континенту в 2008 р. склав 19,7 млрд. дол. США, а 2012 р. - 14,1 млрд. дол. США. Отже, відзначається зменшення економічної активності на 5,6 млрд. дол. США. У країни Азії на початку розрахункового періоду обсяги поставчань становили 15,2 млрд. дол. США, а наприкінці - 14,9 млрд. дол. США. Від-

значається скорочення на 0,3 млрд. дол. США. Країни Африки відповідно - 3,9 млрд. дол. США проти 4,6 млрд. дол. США, тобто позитивний приріст склав 0,7 млрд. дол. США. Країни Америки характеризуються значним скороченням обсягів експорту - 4,1 млрд. дол. США - 2,2 млрд. дол. США. Негативна динаміка показника склала 1,9 млрд. дол. США. Незначно вплинули на рівень зовнішньої економічної діяльності України країни Австралії та Океанії: 0,06 млрд. дол. США - 0,03 млрд. дол. США.



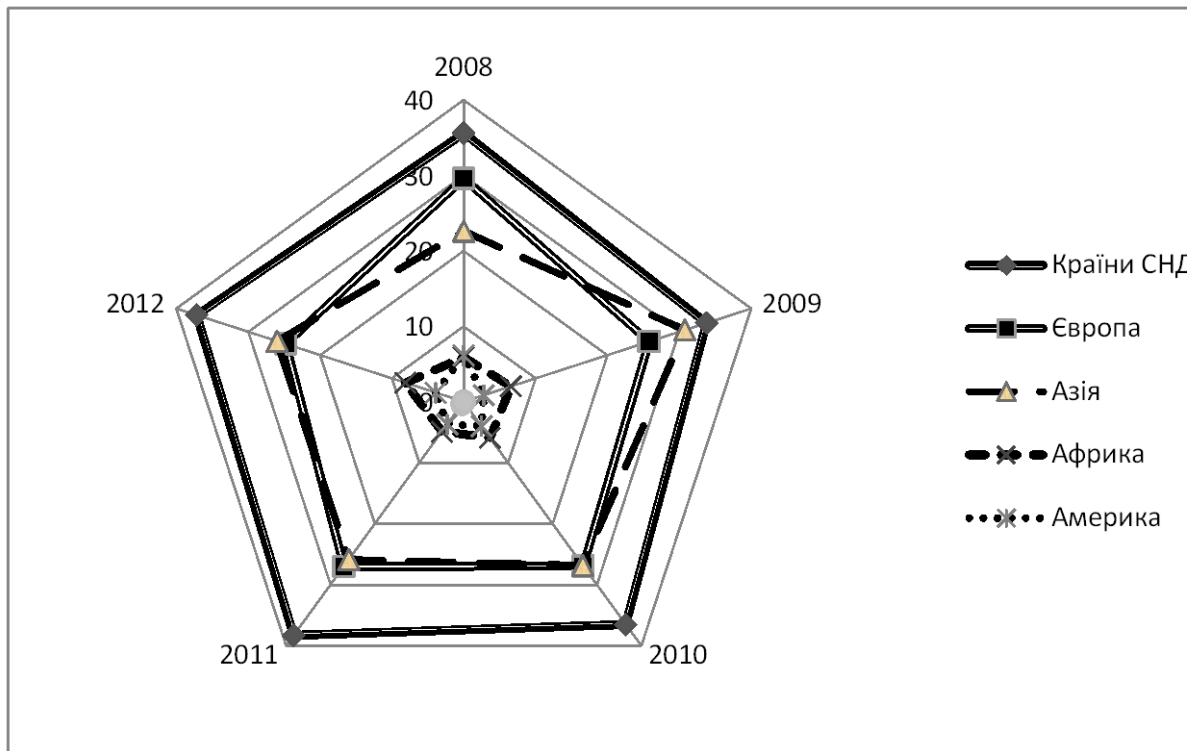


Рис. 2. Питома вага кожного регіону в загальній структурі експорту України в 2008 - 2012 рр.(%)

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України

Рис. 2 відображає питому вагу кожного регіону в структурі експорту України. Аналізуючи його зображення ми отримали такі результати: країни СНД в 2008 р. - 35,6%, а в 2012 р. - 37,2%, тобто приріст склав 1,6%. Європейський континент 29,6% проти 24,8% зменшення склало 4,8%. Країни Азії в 2008 р. - 22,6%, а в 2012 - 26,0%, збільшення становить 3,4%. Африканський континент відповідно 5,9% і 8,1%. Приріст становить 2,2%. Показники країн Австралії та Океанії характеризуються мінімальним значенням і на рівень економічної активності даного виду діяльності не впливають. Узагальнюючи все вищезазначене необхідно відзначити, що пріоритет у розвитку подальших відносин необхідно віддавати країнам СНД, Європи та Азії, їх кількісні показники характеризуються незначним скороченням на фоні збільшення питомої ваги кожного регіону. Значний інтерес для економічного співробітництва представляють країни Африканського континенту. Кількісні та якісні характеристики їх діяльності визначаються не тільки позитивною дина-

мікою, а й стабільним приростом. Для отримання більш об'єктивних результатів проаналізуємо географічну структуру експорту за кожним регіоном. Експортні постачання України в країни СНД визначені такими кількісними показниками: Азербайджан у 2008 р. - 910,5 млн. дол. США, а в 2012 р. - 615 млн. дол. США. Зменшення на 295 млн. дол. США. Білорусь - 2105, 5 млн. дол. США і 1845 млн. дол. США, відносно скорочення на 260,1 млн. дол. США. Вірменія - 263,6 млн. дол. США проти 144,5 млн. дол. США. Постачання зменшилися на 119,1 млн. дол. США. Казахстан - 1832,6 млн.дол. США і 2123,5 млн. дол. США. Приріст становить 290,9 млн. дол. США. Киргизстан - 83,6 млн.дол. США проти 103,8 млн. дол. США. Приріст 20,2 млн. дол. США. Молдова - 1172,0 млн. дол. США і 669,2 млн. дол. США. Скорочення постачань на 502,8 млн. дол. США. Російська Федерація - 15735,6 млн. дол. США і 14735,0 млн. дол. США. Зменшення склало 1000,0 млн. дол. США. Таджикистан - 77,6 млн. дол. США у 2008 р. та 65,0 млн. дол. США у 2012 р. Негатив-

ний приріст показника 12,6 млн. дол. США. Туркменістан - 377,0 млн. дол. США і 469,3 млн. дол. США. Позитивне збільшення 92,3 млн. дол. США. Узбекистан - 595,2 млн. дол. США проти 380,0 млн. дол. США. Експортні відношення характеризуються скороченням в розмірі 215,2 млн. дол. США. Якісні показники питомої ваги кожної країни в загальному обсязі експорту України визначаються такими значеннями: Азербайджан - 3,4% і 2,9%. Зменшення на 0,5%. Білорусь - 8,9% і 8,8%. Незначне скорочення на 0,1%. Вірменія - 1,2% і 0,7%. Скорочення на 0,5%. Казахстан - 7,7% і 10,1%. Приріст 2,4%. Киргизстан -0,4% і 0,5%. Молдова -5,0% і 3,2%. Зменшення 1,8%. Російська Федерація - 66,1% і 69,7%. Збільшення показника на 3,7%. Таджикистан - 0,3% і 0,3%. Туркменістан 1,6% і 2,3%. Приріст 0,7%. Узбекистан - 2,5% і 1,8%. Зменшення 0,7%. Таким чином, стратегічними партнерами України є Російська Федерація, Казахстан та Білорусь. Незначні коливання показників Білорусі свідчить про стабільність економічних відносин з Україною і значний потенціал різновекторного співробітництва.

На наступному етапі проаналізуємо кількісні та якісні показники постачань України в країни Європи. Позитивною динамікою і найбільшою питомою вагою в структурі експорту характеризуються такі країни: Бельгія - 0,3 млрд. дол. США і 1,5% в 2008 р. і в 2012 - 0,4 млрд. дол. США і 2,9%. Відповідно чистий приріст склав 0,1 млрд. дол. США і 1,4%. Іспанія - 0,9 млрд. дол. США і 4,6% проти 1,1 млрд. дол. США і 7,8%. Приріст показника 0,2 млрд. дол. США і 3,2%. Польща - 2,4 млрд. дол. США і 12,1% в 2008 р. і в 2012 - 2,2 млрд. дол. США і 15,6%. Скорочення обсягу постачань 0,2 млрд. дол. США відбувається на фоні збільшення питомої ваги на 3,5%. Франція - 0,5 млрд. дол. США і 2,6% в 2008 р. і в 2012

р. - 0,6 млрд. дол. США і 3,6%. Збільшення кількісних характеристик (0,1 млрд. дол. США) відбувається пропорційно зростанню якісних характеристик (1%). Результати аналітичної обробки статистичних даних, які відображають рівень обсягів експорту України в інші країни, географічно розташованих в Європі, характеризуються мінімальними показниками, негативною динамікою та значно не впливають на подальший розвиток економіки нашої країни.

Товарну структуру експорту України в розрахунковому періоді відображає рис. 3.

Його номенклатуру формують такі групи товарів: продукти тваринного походження (I); продукти рослинного походження (II); жири та олії тваринного та рослинного походження (III); готові харчові продукти (IV); мінеральні продукти (V); продукція хімічної промисловості (VI); полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них (VII); шкури необроблені та оброблені (VIII); деревина та вироби з неї (IX); маса з деревини та інші волокнисті целюлози (X); текстильні матеріали та вироби з них (XI); взуття, головні убори і парасольки (XII); вироби з каменю та гіпсу (XIII); перлини натуральні й штучні (XIV); недорогоцінні метали (XV); машини, обладнання та механізми (XVI); засоби наземного транспорту і літальні апарати (XVII); оптичні апарати і прилади (XVIII); різні промислові товари (XIX); твори мистецтва (XX).

Аналізуючи зображення рис. 3 ми отримуємо наступні результати, за вартістю постачань першу п'ятірку формують такі групи товарів: XV, V, XVI, II VI. Саме показники цих товарних груп відзначаються мінімальним спадом та певною циклічністю. У їх складі відсутні кінцеві вироби, тобто експорт України відрізняється сировинною спрямованістю, а циклічність коливань характеризує зміну кон'юнктури світового ринку.



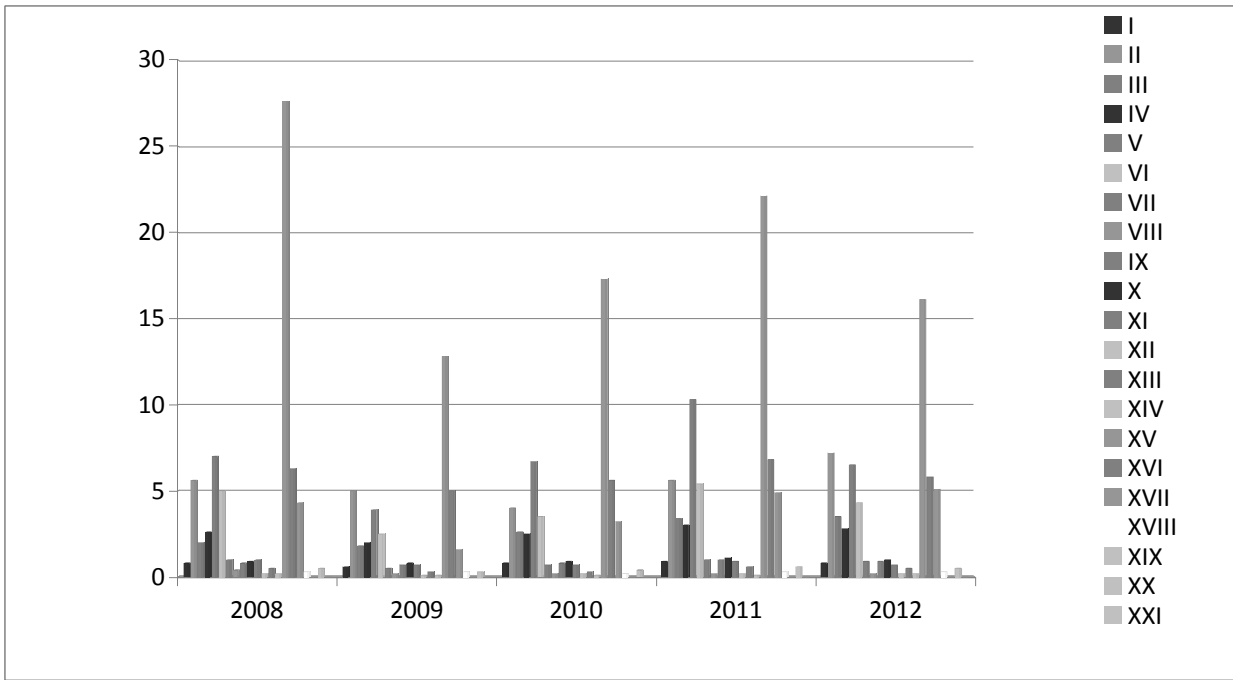


Рис. 3. Динаміка товарної структури експорту України в 2008 - 2012 рр.  
(млрд. дол. США)

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України

Показники значної кількості товарних груп максимального значення досягли в 2008 р., мінімального у 2012 р.

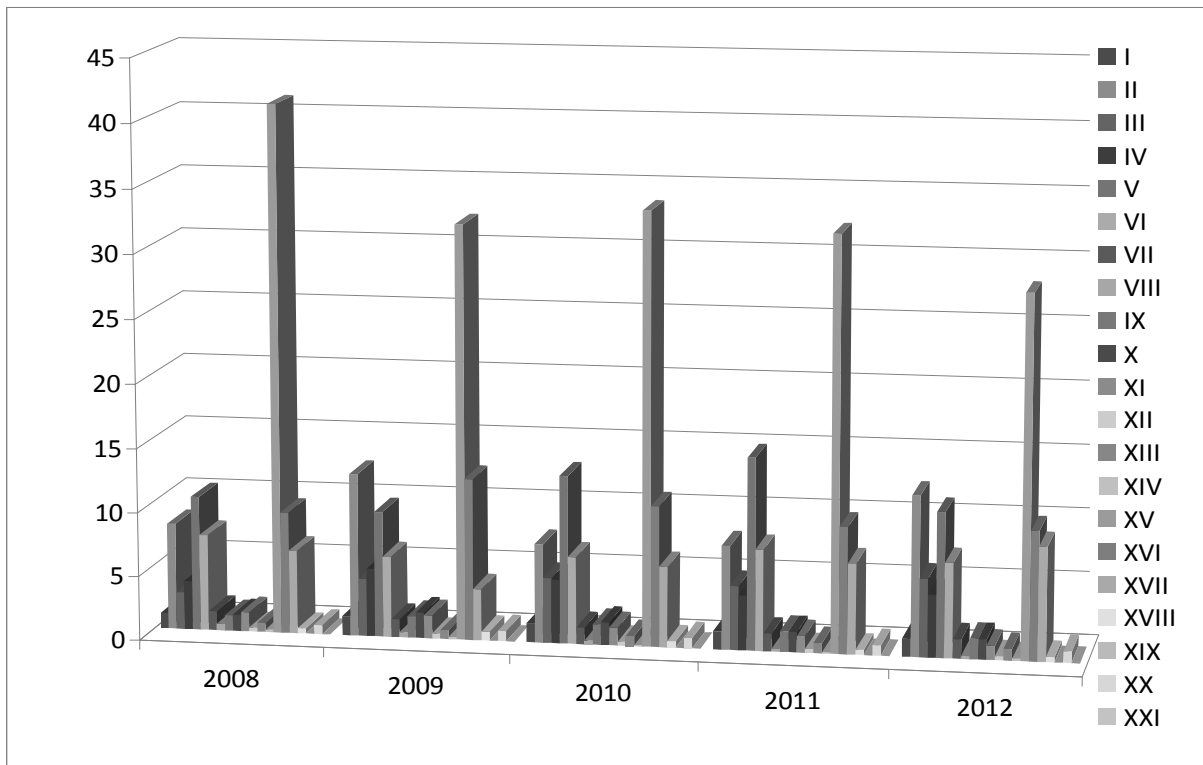


Рис. 4. Питома вага кожної групи товарів в номенклатурі експорту України в 2008 - 2012 рр. (%)

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України

Незважаючи на наслідки світової фінансової кризи товари XV групи в період 2009 - 2011 рр. характеризуються позитивною динамікою: 12,8 млрд. дол. США; 17,3 млрд. дол. США; 22, 1 млрд. дол. США. У більшості випадків аналогічними тенденціями відзначаються й значення показників інших товарних груп першої п'ятірки.

Зображення рис. 4 дає можливість визначити питому вагу кожної товарної групи в загальній структурі експорту. XV група на початку періоду 27,6%, в кінці 28,2%; V група 7,0% і 6,5%; XVI група 6,3% і 5,8%; II група 5,6% і 7,2%; VI група 5,0% і 4,3%., тобто по цьому показнику першу п'ятірку формують ті ж самі номенклатурні групи товарів. Це підтверджує наші попередні висновки щодо сировинної спрямованості експорту та повної залежності від кон'юнктурних коливань світового ринку.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отримані результати свідчать, що значна кількість питань практичного використання системи маркетингу на зовнішніх ринках залишаються недостатньо розкритими. Відсутність єдиних методологічних підходів до визначення суті, змісту, особливостей, інструментів, функціональних проявів маркетингу у зовнішньоекономічних відносинах перетворюються у складну наукову проблему, нерозв'язання якої сприяє уповільненню подальшої активізації зовнішньоекономічної діяльності національних товаровиробників.

## Література

1. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ. / [Т. М. Циганкова, А.

О.Олефір, О.В.Фурсова та ін.]; Київ. нац. екон. ун-т. — К, 2010. — 660 с.

2. Губський Б. В., Інтернаціоналізація української економіки / Б. В. Губський, Д. Г. Лук'яненко, В. Р. Сіденко // Економіка України. — 2008. — № 9. — С. 15-23.

3. Пахомов Ю. М. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі / Пахомов Ю. М., Лук'яненко Д. Г., Губський Б. В.; [Відп. ред. В. С.Савчук] — К.: Україна, 2005. — 235 с.

4. Савельєв Є. В. Європейська інтеграція і маркетинг : Наук. нариси. — Тернопіль: Екон. думка, 2010. — 482 с.

5. Статистичний щорічник України (видання Держкомстату) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## References

1. Global trading system: the development of WTO's institutions, rules, tools. / [T.M. Tsyhankova, A.O. Olefir, O.V. Fursova et al.]; Kyiv National Economic University. — K, 2010. — 660 p.

2. Gubskiy B.V., Ukrainian economy internationalization / B.V. Gubskiy, D.G. Lukianenko, V.R. Sidenko // Economy of Ukraine. — 2008. — No. 9. — P. 15-23.

3. Pakhomov Yu. M., National economies in the global environment / Pakhomov Yu.M., Lukianenko D.G., Gubskiy B.V., [Ed. by V.S. Savchuk] — K.: Ukraine, 2005. — 235 p.

4. Saveliev Ye. V. European integration and marketing: Scientific essays. — Kyiv: Econ. view, 2010. — 482 p.

5. Statistical Yearbook of Ukraine (Goskomstat Edition) [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.ukrstat.gov.ua>.





**Тарлопов И. О.**

**Использование элементов маркетинга в экспортной деятельности товаропроизводителей Украины**

В статье определяется роль и значение маркетинга в экспортной деятельности национальных товаропроизводителей. Проведен анализ последних исследований и публикаций по данной проблематике. Определена нерешенная ранее часть обозначенной проблемы. Проведенная аналитическая обработка показателей экспортной деятельности экономики Украины. Определенная их динамика, количественные и качественные характеристики, а так же специфика национального экспорта. Произведена структуризация экспортных потоков по географическому и товарному признаку. Обоснована необходимость более активного использования элементов маркетинга во внешнеэкономической деятельности отечественных субъектов хозяйствования.

*Ключевые слова:* экспорт, гиперинфляция, эффективность внешней торговли, маркетинг, глобализация мирового пространства, динамика показателей экспортных потоков, структура экспорта.

**Tarloпов I.**

**Marketing elements in the export business of the Ukrainian manufacturers**

The article defines the role and importance of marketing in the export of domestic producers. An analysis of recent research and publications on this subject has been done. Unsolved aspects of the problem has been definite. Analytical processing of export performance of the economy of Ukraine has been done. Dynamics, quantitative and qualitative characteristics and specificity of national exports has been determined. Export flows are structured by geographic and commodity basis. The necessity of more active use of foreign elements in the marketing of domestic entities has been grounded.

*Keywords:* export, hyperinflation, foreign trade efficiency, marketing, world space globalization, dynamics of export flows, export structure.

**Рецензент:** Махмудов Х. З. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Бізнес-адміністрування та права» Полтавської державної аграрної академії, м. Полтава, Україна.

**Reviewer:** Makhmudov Kh. – Professor, Ph.D. of Economics, Head of Business Administration and Law Department Poltava state agrarian academy, Poltava, Ukraine.

*e-mail:* kaf\_ovid\_pdaa@ukr.net

*Стаття подана  
16.04.2013 р.*



## ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТОРГОВОГО КРЕДИТУ ТА ПРИБУТКОВОСТІ ФІРМ НІГЕРІЇ

В статті розглянуто роль фінансових інститутів у сприянні результативності роботи фірми за умов обмеженого доступу до адекватного і своєчасного фінансування. Наведено емпіричні докази впливу торгового кредиту на рентабельність фірми. Доведено, що фінансування за рахунок торгових кредитів є невід'ємною частиною ведення бізнесу для тих компаній, які не можуть залучити грошові кошти на кредитному ринку і не здатні генерувати адекватні внутрішні засоби для забезпечення власних потреб в оборотному капіталі.

**Ключові слова:** торговий кредит, кредиторська заборгованість; рентабельність, прибутковість фірми.

**Постановка проблеми.** Важливим джерелом обігових коштів та елементом ділового спілкування для більшості фірм в світі є торговий кредит. Торговий кредит являє собою домовленість між покупцем і продавцем щодо відстрочки продавцем платежу за продукцію. У разі оплати торгового кредиту готівкою він має макроекономічні наслідки. У країнах, де фінансові ринки нерозвинуті, забезпечення виконання контрактів є небезпечним, а і інформація ненадійна, асиметрична і недостатня, важливість торгових кредитів зростає. До таких країн належить і Нігерія. Для надання доказів впливу торгового кредиту на прибутковість фірм в країнах, що розвиваються, потрібні емпіричні дослідження щодо взаємозв'язку економічного зростання фірми та розширенням торгових кредитів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження зв'язку між торговим кредитом і результативністю діяльності фірми має свою історію. Так, Фішман і Любов [1] виявили, що в країнах з відносно слабкими фінансовими інститутами, фірми в галузі з високим рівнем торгових кредитів ростуть швидше. Ефективного і дієвого виконання фінансовими установами Нігерії дій, необхідних для поліпшення економічного благополуччя фірм, чекати не приходиться. Це виявлено в [2], де відзначено, що мобільність фінансових установ Нігерії адекватно задовольняти

попит своїх клієнтів на кредити стикається з обов'язковими обмеженнями на темпи і характер економічного розвитку в Нігерії. Відсутність доступу до належного й своєчасного фінансування є головною перешкодою на шляху стійкого інвестування та економічного зростання в країнах, що розвиваються. Цей аргумент витікає з теоретичних і емпіричних досліджень [3], які не тільки показують позитивний взаємозв'язок між доступом до кредитів і темпами економічного зростання, але й свідчать про те, що як короткострокові так і довгострокові кредити ведуть до вищої продуктивності (зростання ВВП).

Торговий кредит грає важливу роль в забезпечення сталої політики фінансування. Для покупця він є джерелом фінансування за рахунок кредиторської заборгованості, для продавця торговий кредит є інвестицією в дебіторську заборгованість. Хоча існує широкий консенсус відносно проблеми фінансування для компаній в країнах, що розвиваються, ми підтримуємо пропозиції щодо розвитку торгових кредитів. Відсутність фінансування визначена як одна з трьох основних перешкод для ділової активності і зростання компанії для малих і середніх підприємств [4]. Ці труднощі виникають з обмеженого доступу до банківських кредитів. Впродовж багатьох років великі зусилля були витрачені на те, як розширити доступ підприємців в країнах, що розвиваються, до





довгострокового і короткострокового фінансування шляхом створення і розвитку функціональних фінансових інститутів. В той же час існує необхідність створення ефективного кредитного ринку фірмам-виробникам. Дотепер є мало свідочств про отримання торгових кредитів фірмами Нігерії.

Фінансування є складним, коли економічні умови в країні, де діє фірма, не визначені. Зокрема, в нігерійському випадку спостерігається наявність двох обтяжливих обставин. Це високі процентні ставки фінансових установ і нестабільність економіки. Вплив високих процентних ставок для фірм приймає різні форми. З одного боку, зростання вартості фінансування, з іншого – зменшення обсягів продажу, внаслідок чого спостерігається падіння економіки. Сумісна дія цих форм посилює ступінь невизначеності [5].

Комерційний кредит виникає від затримки платежів між фірмами. Це гнучкіший спосіб фінансування який утворює найбільше джерело короткострокових засобів для комерційних фірм. У розвинених країнах більшість покупців не зобов'язана платити за товар у момент його доставки, допускається короткий період відстрочення платежу. Фірма не повинні надавати заставне забезпечення або дотримуватися строгого графіка платежів. Протягом цього періоду, продавець товару надає кредит покупцеві. Оскільки постачальники, як правило, ліберальніші в наданні кредиту, ніж фінансові установи, малі компанії можуть розраховувати на товарний кредит. Крім того, постачальник розглядає випадково прострочений платіж з набагато меншою критичністю, чим банкір або інший фінансовий кредитор. Таким чином, товарний кредит від постачальників стає одним з основних джерел фінансування бізнесу, особливо для невеликих компаній. Інакше це фінансування називається кредитом постачальника в натуральній формі. Коли фірма зазвичай купує приладдя і матеріали в

кредит від інших фірм, вона записує борг кредиторської заборгованості. Для фірм і компаній, які вважають позикові засоби фінансових установ недоступними за жорстких умов, або недостатніми, щоб забезпечити необхідний запас обігових коштів, є альтернативна можливість торгового кредиту.

Проте, є декілька проблем за цим підходом. По-перше, він відокремлює фірми в групі на основі єдиного індикатора, який не може бути хорошим показником кредитної якості і доступу до інституційного фінансування. Як правило, використання одного показника не дозволяє дослідити багато інших чинників, що впливають на здатність запозичення фірми. По-друге, в звичайній стратегії фірма стикається з необмеженими групами екзогенних фінансових труднощів, що фіксується протягом усього періоду вибірки. Тобто цей підхід є обмежувальним, оскільки він не дозволяє фірмам перемикання між обмеженими і необмеженими групами з часом.

Дискусії в літературі про розвиток торгового кредиту в країнах, що розвиваються продовжуються. Деякі економісти розглядають негативно використання торгових кредитів в країнах з перехідною економікою, вважаючи, що їх використання може перешкодити ефективній реструктуризації компаній. Інші [6, 7] дають позитивну оцінку використання торгових кредитів в цих країнах. Вони стверджують, що торговий кредит сприяє зростанню шляхом надання доступу знов створеним компаніям до ринків приватного кредиту. Товарний кредит може бути дуже корисним інструментом фінансування в цих країнах із-за переваги в інформації для постачальників в порівнянні з банками.

Аналогічним чином, хоча були проведені значні емпіричні дослідження взаємозв'язку між продуктивністю корпоративних організацій і джерелами їх фінансування через ринок капіталу і фінансові ринки [8], дослідження щодо використання товарного кредиту в Ніге-

рії, як доступної альтернативної форми короткострокового фінансування, для фірм які мають кредитні обмеження із-за економічного циклу або посилювання кредитних умов на фінансовому ринку відсутні. Неефективне функціонування кредитного ринку і обмежений доступ до кредитових ресурсів веде до неадекватного і невчасного фінансування продуктивних підприємств.

Попередні дослідження страждають від використання екзогенних змінних і характеристик фірм на основі одного показника, який не може бути хорошим проксі-сервером для кредитної якості і доступу до інституційного фінансування.

Тому метою статті є пошук емпіричних доказів впливу торгового кредиту на рентабельність фірм Нігерії на основі аналізу даних 80 фірм.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Базовим методом оцінки взаємозв'язку торгового кредиту і прибутковості є економетричний підхід. Дані для спостереження отримані з річних звітів і рахунків випадкової вибірки з 80 не фінансових фірм, що котируються на фондовій біржі Нігерії (NSE) на період 2000-2009 роки. Рамки панельних даних дозволяють врахувати відмінності у формі не спостережуваних індивідуальних ефектів країни. Панель дослідження має ряд переваг у порівнянні з тимчасовими рядами та перехресними дослідженнями. Вона включає здатність контролювати окремі неоднорідності, а також державні і часові інваріантні змінні, які неможливо відстежити ні тимчасовими рядами ні перехресними дослідженнями. Крім того, вона дає більше інформативних даних, більше міри свободи і ефективності, є більш мінливою і забезпечує меншу со-лінійність між змінними. Фіксований ефект, випадковий ефект і Хаусман-тест, заснований на різниці між фіксованими і випадковими ефектами оцінки, були враховані. Фіксований ефект означає, що ми концентруємося на певному наборі фірм країни і

наші висновки обмежуються поведінка цієї групи фірм країни. Хоча фіксований ефект є доцільним, він часто свідчить, що існує дуже багато параметрів в моделі, і, таким чином, з'являється можливість втрати певної міри свободи, якої можна уникнути, якщо припустити, що окремі ефекти є випадковими. Модель випадкових ефектів відповідної специфікації використано при складанні вибірки з великого числа фірм. Тест показав, що врахування випадкових ефектів покращує метод оцінки.

У цьому дослідженні ми приймаємо як цілісні і дезагреговані моделі панельної регресії. Модель містить достатньо рахунків та загальних чинників, що визначають товарний кредит в Нігерії. У модель включені окремі ефекти змінних. Вона має такий вигляд:

$$Y_{it} = a_0 + \text{SSI} X_{lit} + b_2 + X_{2it} B_3 X_{3it} + \text{SS4} X_{4it} + \text{SS5} X_{5it} \varepsilon_{it}, \quad (1)$$

де:

$Y$  = АРАУ (проксі-сервер для торгових кредитів);  $X_1$  = ROA,  $ROI = X_2$ ,  $X_3$  =

ROCI;  $X_4$  = НПМ;  $X_5$  = CPP;  $a_0$  = Постійна,  $B$  = Коефіцієнт змінної,  $t$  = Період часу,  $\varepsilon$  = Помилка.

Модель розкладено на складові:

$$Y_{it} = a_0 + B_1 ROA \varepsilon_{it} \quad (2)$$

$$Y_{it} = a_0 + B_1 ROI \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$$Y_{it} = a_0 + B_1 ROCE \varepsilon_{it} \quad (4)$$

$$Y_{it} = a_0 + B_1 NPM \varepsilon_{it} \quad (5)$$

$$Y_{it} = a_0 + B_1 CPP \varepsilon_{it} \quad (6)$$

У табл. 1 представлені результати описового аналізу впливу торгового кредиту на продуктивність чотирьох змінних ( $X_1$  = ROA,  $ROI = X_2$ ,  $X_3$  = ROCE і  $X_4$  = НПМ). Аналіз показав, що  $X_2$  де ROI було найвище, середнє значення 0 = 0,85 для всіх фірм з мінімальним значенням 0,090 і максимальним 9,63.  $X_1$  де ROA було менше середнього значення 0,13, мінімальне значення 0,0002 і максимальне значення 2,33. Максимальне значення 10,17 ( $X_4$  НПМ), 9,63 ( $X_2$  RO1) і 13,22 ( $X_3$  ROCE) для всіх фірм означає високий рівень впливу використання торгового кредиту на по-



казники прибутковості фірми. Це особливо простежується по середньому значенню 0,52 для X4, 0,85 для X2 і 0,21 для X3. Навпаки, максимальне значення XI – 2,33, мінімальне 0,0001

середнє значення 0,13 підтверджує, що фінансування за рахунок торгового кредиту практично не впливає на рентабельність фірми.

Т а б л и ц я 1

**Торгові кредити і рентабельності заходів**

Змінна	Obs	Значення	Стандартне	Мінімальне	Максимальне
Yit	660	39,27842	308.2068	0	6400,44
XI	660	.1284372	.2578655	.0001725	2.326198
X2	660	.8488289	1.119573	.0898517	9.634341
X3	660	.2116544	0,755314	.0000603	13,21151
X4	660	.5247948	0,951787	.0007772	10,16538

З табл. 2 видно, що коефіцієнт кореляції між X4 = НПМ і кредиторською заборгованістю є позитивним і значущим при 0,61 і припускає, що існує прямий зв'язок між кредиторською заборгованістю і чистим прибутком, отриманим компаніями. Це відкриття означає, що чим більше фінансування отримано фірмою за рахунок торгових кредитів, тим більше отримано чистого прибутку, кореляція коефіцієнта між торговим кредитом і X2 віддачею від інвестицій (ROJ) є низь-

ким і позитивний (0,29), вказує на прямий зв'язок між X2 і комерційним кредитом. Зростання кредиторської заборгованості може вплинути на збільшення чистого прибутку фірми. У разі X3 (ROCE), коефіцієнт кореляції позитивний (0,13), але низький, показує прями, але дуже слабкі зв'язки з кредиторською заборгованістю. Навпаки, дуже низький коефіцієнт кореляції (0,01) свідчить про дуже низький рівень зв'язку між двома змінними.

Т а б л и ц я 2

**Кореляційна матриця «Кредиторська заборгованість і рентабельність»**

Yit (арая)	X4 (НПМ)	X2 (ROI)	X3 (ROCE)	XI (ROA)	
Yit(арая)	1,0000				
X4 (НПМ)	0,6191	1,0000			
X2 (ROI)	0,2993	0,3334	1,0000		
X3 (ROCE)	0,1314	0,0522	0,2324	1,0000	
XI (ROA)	-0,0088	0,0296	-0,0026	0,0535	1,0000

Чим більше розмір прибутку, тим більше підприємство здатне витримати негативні зміни, пов'язані із зростанням витрат, падіння цін і зниження продажів. Маржа по чистому прибутку – це сигнал на здатність фірми з продажу товарів і послуг заробляти розумну віддачу від інвестицій або капіталу. В результаті простої лінійної регресії (табл. 3) торгового кредиту на НПМ вказує на

позитивний, але незначний ефект. Оскільки рентабельність по чистому прибутку (NPM) вимірює здатність фірми заробляти адекватний прибуток від продажів, коефіцієнт 0,001, свідчить про те, що внесок торгового кредиту чистий у прибуток мінімальний, хоча позитивний. Крім того, він припускає, що швидкість фірми щодо обігу товарів, що поставляються в кредит, є низькою.

Т а б л и ц я 3

## Регрес оцінки кредитоспроможності торгівлі і показників ефективності

Залежна змінна	X1 (ROA)	X2(ROI)	X3(ROCE)	X4(НПМ)	X5 (CPP)
Незалежна змінна					
Yit [Кредиторська заборгованість]	-0,0014 (0.000)	0,001 (0.0001)	0,0003 (0.0000)	0,001 (0.001)	8.216 (0.0003)
Постійна	0,128 (0.012)	0,805 (0.60)	0,197 (0.033)	0,521 (0.055)	0,147 (0.00266)
R2	0.045	0,122	0,028	0,131	0,0228

[В дужках вказані стандартні помилки]

Група регресії на X2, F-статистика указує на відповідність моделі. З таблиці видно, що торговий кредит є позитивним і істотно впливає на ROI ( $p = 0,001$ ) розглянутої фірми в Нігерії. X3 регресії прогнозує, що комерційний кредит є позитивним і значущим ( $p = 0,0003$ ) на рівні 5%. Цей результат показує, що торгові кредити істотно впливають на ROCE. Високий коефіцієнт показує, що фінансування за рахунок торгових кредитів було вигідно використано фірмами. Проте, таблиця показує, що подальше X1 регресії передбачає відсутність зв'язку між торговими кредитами і рентабельністю активів ( $Y = - 0,000014$ ) на рівні 5%. З таблиці 3 видно, що рівень торгових кредитів є позитивним і істотно вплинув на кредиторів термін оплати (CPP) на рівні 5%. Термін оплати відображає середню тривалість часу, протягом якого залишки залишаються несплаченими. Блок збільшення торгових кредитів підвищить значення CPP яка визначає оперативність розрахунків фірми з постачальниками. Високий коефіцієнт свідчить про високий ступінь неплатоспроможності, тоді як низький коефіцієнт є показником ефективної платіжної системи.

Це підтверджує мотив фінансування, як постулату, що клієнт виступає як ініціатор після покупки "кредитного розширення". Брак коштів може

примусити клієнта відкласти погашення товарного кредиту, відмовитися від дуже привабливою процентної ставки, пропонуваніх знижок стимулювання постачальниками.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Торговий кредит є одним з основних джерел фінансування у всіх секторах економіки Нігерії. Результати підтвердили, що фінансування за рахунок торгових кредитів є невід'ємною частиною ведення бізнесу для фірм в Нігерії, особливо для тих фірм, які мають труднощі з залученням засобів на кредитному ринку. Проведений аналіз свідчить про позитивні наслідки фінансування за рахунок торгових кредитів. Торговий кредит розширює доступ до фінансування і зниження ступеня кредитової сегментації ринку. З погляду інвестицій і норми прибутку чистий ефект позитивний.

### Література

1. Adelegan, OJ. and A. Ariyo (2008): "Imperfect Capital Markets and Corporate Investment behavior: switching regression approach using panel data for Nigerian manufacturing firms, "Journal of Money, Investment and bank of issue. Volume 5 number 23
2. Cook, L. (1999): "Trade. Loans and Bank Finance: Financing Small







Enterprises in Russia, "Hiring Business Journal, 14: 493 - 518.

3. Coricelli, F. (1996): "Finance and economic growth in transition", European Economic Review, 40 (3-5), p. 645 - 653.

4. Deploying, M. and M. Eger (1999): Trade credit, corporate groups, and Financing

Belgian firms. Journal of Business Finance and Accounting, 26, 945 - 966.

5. Ezeoha, A.E. (2008): firm size and corporate financial Choice shoulder Developing economies, with Nigeria. Journal of Risk Finance, 20: 113-124.

6. Fafchamps, M., (1997) trade credit in Zimbabwean Manufacturing. World Development, 25:795-815.

7. Kornay, J. (1980): Economics of shortage, North-Holland, Amsterdam

8. Ojenike, JO, Asaolu, TO, and Olowoniyi, A. (2013) and trade credits performance Companies in Nigeria. European Journal of Economics, inance and Administrative. Science ISSN 1450-2275 Issue 56.

**Чиж В. И., Бабалола И. А.**

### **Взаимосвязь торгового кредита и доходности фирм Нигерии**

В статье рассмотрена роль финансовых институтов в содействии результативности работы компании в условиях ограниченного доступа к адекватному и своевременному финансированию. Приведены эмпирические доказательства влияния торгового кредита на рентабельность фирмы. Доказано, что финансирование за счет торговых кредитов является неотъемлемой частью ведения бизнеса для тех компаний, которые не могут привлечь денежные средства на кредитном рынке и не способны генерировать адекватные внутренние средства для обеспечения собственных потребностей в оборотном капитале.

*Ключевые слова:* торговый кредит, кредиторская задолженность, рентабельность, прибыльность фирмы.

**Chizh V., Babalola Y.A**

### **Relationship of trade credit and profitability firms Nigeria**

The paper considers the role of financial institutions in promoting the performance of firms with limited access to adequate and timely funding. An empirical evidence of the impact of trade credit on firm profitability. It is proved that financing through trade credit is an integral part of doing business for those companies that can not attract funds in the credit market and not able to generate adequate domestic facilities to provide needs for working capital.

*Keywords:* trade credit, accounts payable, profitability, company profitability.

**Рецензент:** Заблодська І. В. – доктор економічних наук, професор, Директор Луганської філії Інституту економіко-правових досліджень Національної академії наук України, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Zablodskaya I. – Professor, Ph.D. of Economics, Director of the Institute of economic and legal research Lugansk branch National academy sciences of Ukraine, Luhansk, Ukraine.

*e-mail:* zablodin@yandex.ru

*Стаття подана  
08.03.2013 р.*

## РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

В статті здійснено дослідження особливостей розвитку аграрного підприємництва в сільській місцевості. Висвітлено регіональні проблеми функціонування підприємств вітчизняного аграрного сектора економіки. Особливий акцент поставлено на потребі врегулювання системи підготовки й прийняття законопроектів, обговорення їх проектів на регіональному рівні. Досліджено систему ефективною державної та регіональної підтримки суб'єктів аграрного бізнесу як дієвого засобу підвищення ефективності їх функціонування.

**Ключові слова:** регіон, підприємництво, сільська місцевість, державна підтримка, суб'єкти аграрного бізнесу.

**Постановка проблеми.** Серед багатьох країн Європи й світу Україна має вагомий аграрний потенціал. Ефективне використання родючих чорноземів є основою для формування національними агропідприємствами конкурентних переваг і утворення на світовому ринку іміджу країни як потужного експортера сільськогосподарської продукції й продуктів її переробки. Але трансформаційні процеси в аграрному секторі України відбуваються без наявності зважених обґрунтованих механізмів правового, економічного й соціального сприяння, що негативно впливає на формування інфраструктури ринку й господарських відносин у виробничому секторі.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Аграрне підприємництво – це безпосередньо самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву сільськогосподарської продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти сільськогосподарської підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [6,8,12].

В Україні головним ресурсним потенціалом є земля. А тому в історії України не тільки нині, але й з найдавніших часів аграрне питання завжди було актуальним й складним [4,5,7]. Сьогодні, саме в аграрному і зосереджено біля третини основних виробничих фондів секторі створюється більше третини національного доходу, формується 70% обсягу загального ро-

здрібного товарообігу, працює четверта частина населення, зайнятого в економіці України [3,9,10,11,13].

На відміну від інших засобів виробництва, за умови правильного використання земля постійно відновлює свою родючість, якісно поліпшується її природна родючість, неоднакова в різних природно-кліматичних умовах. Тому в землеробстві робота однакової кваліфікації й фондоозброєності дає різні результати залежно від природних умов, тобто продуктивність роботи тут визначається насамперед продуктивністю природних факторів.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження регіональних проблем та особливостей розвитку аграрного підприємництва в сільській місцевості.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вплив природних факторів на результати виробництва можна обмежити шляхом розвитку продуктивних сил. Мова йде про економічну родючість, підвищення якої досягається через раціональне використання землі, систематичне впровадження нових технологій, досягнень науки й техніки, поліпшення культури землеробства.

Таким чином, у землеробстві економічний процес відтворення, незалежно від його суспільного характеру, завжди взаємодіє із природним. Тому підприємець повинен добре знати й уміло використовувати не тільки економічні закони, а й закони природи. Адже тут об'єктом діяльності людини є живі організми: рослини й тварини. Їхні біологічні процеси протіка-





ють за певними законами природи, а вплив людини на ці процеси обмежений. У сільському господарстві неможливо прискорити виробничий процес, як у промисловості. Наприклад, час виробництва озимої пшениці становить 10 місяців. Процес роботи переривається в проміжках між посівом, внесенням добрив, весняним боронуванням і збором урожаю. Звідси - повільний оборот виробничих фондів, обумовлений великою різницею між нітратами. Середня концентрація забруднення на 1 кв. в 6,4 разів вільний оборот виробничих фондів, обумовлений великою різницею між часом виробництва й робітником періодом.

У сільському господарстві також дуже важливим є своєчасне виконання робіт (наприклад, сівши, збір урожаю, відхід тварин з інтервалами, які визначаються природою і т.п.). Якщо в промисловості несвоєчасне виконання технологічних операцій веде до затримки виготовлення продукції, то в сільському господарстві це приводить до прямих втрат продукції, погіршення її якості, більших втрат втіленої в неї роботи. Це негативно позначається на результатах підприємства.

Науково-технічна революція здійснюється на основах ринкових механізмів, які в сільському господарстві передбачають не просто використання техніки, а створення системи машин. Система машин повинна враховувати особливості й специфіку виробництва кожного виду продукції в їхньому об'єднанні, виходячи із принципу максимального використання робочих машин, агрегатів, транспортних засобів. Дуже важливо також забезпечувати максимальну кількість необхідних засобів виробництва в критичний термін для того щоб виконати всі роботи в оптимальний період і не допустити втрат урожаю внаслідок, будь-якої затримки при посіві або збиранні врожаю. Тому в сільському господарстві необхідна більша маса засобів виробництва, більше висока енергозброєність роботи.

У сільському господарстві підприємець обмежений вибором виробництва тих або інших продуктів природними умовами й специфікою цієї області. На-

приклад, високі врожаї коріандру, рицини, соняшника й т.д. можна одержати в районах степу України. У Поліссі природні умови для них непридатні й дуже низька врожайність. Тут доцільніше вирощувати льон, картоплю й т.д. Підприємство в сільському господарстві відрізняється й тим, що земля як особливий і обов'язковий засіб виробництва обмежений у просторі. Цей фактор поруч із ростою потреб на продовольчі товари визначає необхідність інтенсифікації сільського господарства як основної форми виробництва.

Отже, сільськогосподарське виробництво має деякі особливості. А саме:

а) природно-кліматичні умови, структура ґрунту впливають на продуктивність роботи;

б) природно-кліматичні фактори визначають і ритм виробництва, його сезонний характер, значний розрив між робочим періодом і часом виробництва;

в) особливості використання техніки, фінансування й формування доходів сільськогосподарських підприємств у зв'язку із сезонним характером виробництва;

г) остаточний розмір доходів формується лише наприкінці року, після реалізації продукції;

д) спеціалізація виробництва обумовлена географічними й природно-кліматичними факторами;

е) значна частина виробленої продукції споживається в середині господарств;

ж) більша залежність результатів виробництва від погодних умов вимагає створення в господарствах страхових фондів на випадок посухи, повені, іншого стихійного лиха.

У сільському господарстві порівняно з іншими областями значно ускладнюється процес управління виробництвом. Це обумовлено наступними причинами:

а) необхідністю розвивати в аграрних підприємствах кілька товарних областей, які істотно відрізняються технологією й організацією виробництва;

б) розосередженістю працівників по великій території, виробничою площею нерідко кілька тисяч гектарів земельних угідь і складністю у зв'язку із цим прий-

яття оперативних рішень відповідно до зміни поточної виробничої ситуації;

в) необхідністю докладання додаткових зусиль для організації збереження власного й орендного майна, вирощеного врожаю.

г) потребою залучення сезонної робочої сили в періоди збігу сільськогосподарських робіт і труднощами керування нею в складі тимчасових організаційних ланок, які нерідко підсилюються через низьку кваліфікацію таких працівників;

д) необхідністю подовження робочого дня працівників аграрних підприємств із метою своєчасного виконання ними важливих технологічних операцій у короткі агротехнічні строки й існування таких робочих місць, зокрема в молочному скотарстві, що характеризується розривністю робочого дня працівників.

Специфічною особливістю сільського господарства є існування взаємозалежності й взаємодоповнюваності окремих областей, що вимагає всебічного обґрунтування галузевої структури підприємства. Проявом цієї особливості є, зокрема, обставина, що значна частини продукції даної області не здобуває товарну форму, а використовується в наступних циклах відтворення.

Сучасний економічний стан в країні створив чимало труднощів в аграрному секторі. Певні труднощі пов'язані з відсутністю сучасного сервісного й консультаційного обслуговування, ефективного механізму захисту цін на основні продовольчі товари й ін. Значно погіршилося оснащення сільськогосподарських підприємств матеріально-технічними засобами. В першу чергу це пов'язане з неможливістю відновлення матеріально-технічної бази цих підприємств через високу вартість основних засобів.

Технічне оснащення аграрного виробництва досягло критичних показників. Аграрні підприємства основною сільськогосподарською технікою забезпечені на 40-59%, близько 90% з якої перевищила свій амортизаційний строк. Більше 43 тис. фермерських господарств мають тільки 28 тис. тракторів; 6,5 тис. зернових комбайнів; 0,36 сівалки на одне господарство.

Навантаження на один трактор збільшилася з 66 га в 1990 р. до 134,6 га. в 2003р., на один зернозбиральний комбайн відповідно з 113 га. зернових культур до 274 га. Якщо в Україні на 100 га. ріллі доводиться 9,4 трактора, то, наприклад у Польщі – 93,3, Німеччини – 87,4, Франції – 68,7, Англії – 84,7 од. Зернозбиральних комбайнів на 1000 га посівів зернових України в 4-5 разів нижче необхідного кількості.

По своїй якості, строкам виконання робіт, енергоємності сільськогосподарська техніка не відповідає світовим стандартам. Вона не дозволяє оптимально використовувати агробіологічний потенціал ґрунту, що приводить до недобору до 30% врожаю. Крім того значна частина техніки перебуває в аварійному стані.

Все це разом дає підстави говорити у кризовому положенні парку сільськогосподарської техніки в країні.

Сьогодні зі строком експлуатації 18-14 років у сільськогосподарських товаровиробників України є 70%, зі строком 13-10 років – 16% комбайнів.

Такий стан із забезпеченням сільського господарства технікою є одним з головних факторів значних втрат врожаю, які в цей час по підрахунках учених - аграріїв становить понад 5 млн. т. зернових.

Не менш актуальними залишаються проблеми створення техніки нового покоління й розробка новітніх технологічних процесів виробництва сільськогосподарської продукції з використанням нанотехнологій.

Має потребу в невідкладному рішенні проблема охорони, відтворення й підвищення родючості ґрунтів, відновлення меліорації земель, екологічно безпечного й збалансованого розвитку сільськогосподарських територій.

Нині фінансовий стан аграрних підприємств, тенденції й динаміку їхнього розвитку не можна вважати задовільними. Особливо це стосується малих агроформувань, до яких відповідно до вітчизняного законодавства (залежно від обсягу валового доходу й чисельності працюючих у підприємстві) відносять: особисті селянські господарства; підприємців; приватні підприємства; основну частину фермерсь-





ких господарств; суспільства; сільськогосподарські кооперативи.

Останніми роками відбулися позитивні зрушення щодо кількості малих підприємств. Але все пізнається в порівнянні: статистичні дані свідчать, що серед країн Європи Україна займає останнє місце щодо кількості малих підприємств на 1000 осіб населення. Так, в Україні їх зареєстровано лише сім, на противагу Європі, де на 1000 особи населення доводиться 34 малих підприємств. Частка малих підприємств у ВВП агропромислового комплексу представляє в середньому 50% і постійно зменшується. У країнах ЄС цей показник досить стабільний і дорівнює в середньому 70%.

Проте негативні тенденції розвитку малого агробізнесу значно перевищують їхні позитивні зрушення, основні з них такі:

- постійне зменшення чисельності найманих працівників, які працюють в одному малому підприємстві;
- щорічне збільшення в структурі діяльності малого підприємництва торгово-посередницької діяльності;
- значне звуження напрямків діяльності малих підприємств у сфері виробництва;
- незадовільний фінансовий стан малого бізнесу. Протягом останніх років 35% малих підприємств працювали зі збитком;
- практично відсутній процес корпоратизації малих підприємств. В агропромислового комплексі України відомі лише одиночні випадки перетворення останніх у більші корпоративні;
- фінансово-економічне становлення й зміцнення перспективних малих підприємств фактично заблоковані.

Головним висновком з вищевикладеного є те, що в АПК України, всупереч деяким успіхам, не існує умов для успішного розвитку малих агроформувань. Проте їхній розвиток – необхідна умова подолання бідності, економічної й соціальної стабільності всіх підприємств незалежно від їхньої організаційно-правової форми діяльності. Світовий досвід показує, що за рахунок невисоких інвестиційних потреб,

швидкого обігу капіталу, малий бізнес забезпечує в кілька разів вищу ефективність капіталовкладень як за обсягами засобів, так і за строком повернення. Однак на нинішньому етапі в економіці АПК ці переваги не діють.

Основними причинами є:

1. Ще й дотепер існують стереотипи минулих формацій щодо економічних переваг більших товарних підприємств і виробництв, але сучасна економіка повністю змінилася. У країнах з розвинутою ринковою економікою малі формування домінують над більшими, навіть у таких сферах як наука й освіта.

2. Сформована бюрократична система протидіє розвитку малого й середнього бізнесу. Ця система, як і раніше, керується командно-адміністративними методами регулювання економіки. Так чиновники, мотивовані безпосередньо втручатися в економічну діяльність недержавних суб'єктів господарювання. Це відбувається наступним чином:

- нав'язування адміністративних послуг;
- втручання через механізми перевірок і систему дозволів у діяльність суб'єктів господарювання для змін у конкурентному середовищі спонукання до сплати хабарів;
- відмінювання до сплати добровільних засобів у благодійні фонди;
- інші юридичні втручання.

3. Податкові проблеми. Звичайно, з позиції державного керування основним правилом ефективності оподаткування є його рівні умови для всіх з відмовою від пільг. Однак немає правил без виключень. У цьому випадку це оподаткування малого бізнесу. Світовий досвід свідчить, що такі виключення доцільні, насамперед, із соціально-економічного погляду. Більш того, у світовій практиці досить розповсюджене явище повного звільнення малих формувань на початку їхньої діяльності від оподаткування на тривалий строк. З огляду на це, рівень оподаткування малого бізнесу в Україні - невиправдано високий. Позитивною рисою податкового законодавства є введення в дію спрощеної системи оподаткування. Однак і вона не



впроваджена. Її норма діяльності малих підприємств обмежується двічі: перший раз коли встановлюється гранична норма обсягу валового доходу й другий - коли не всі види діяльності підпадають під її дію, має потребу в удосконаленні. Нині, за даними Держкомстату, план по єдиному податку виконується на 600%. Тому дуже дивують спроби скасувати спрощену систему оподаткування. Ті, хто їх ініціюють, на нашу думку, помиляються щодо збільшення наповнення бюджету, розвитку підприємств і тим самим, змушують роботодавців наймати працівників без відповідного оформлення для оптимізації своїх витрат.

4. Адміністративно-регуляторні проблеми. У вітчизняному законодавстві чимало правових актів, які мали б регулювати діяльність малих агроформуваль, однак на практиці їхня дія або суперечить реальному стану речей, або зовсім не відображає його. Суб'єкти господарювання зіштовхуються із проблемою щодо вибору організаційно-правової форми своєї діяльності. Зареєструвавшись і одержавши реєстраційні документи, суб'єкти господарювання проходять ще багато після реєстраційних процедур, що є темою окремого наукового дослідження. Загальна інфраструктура з підтримки підприємництва в АПК нерозвинена. Більшість бізнес-центрів, фондів підтримки, інформаційних центрів лише зареєстровані, але фактично не працюють. Дозвільна адміністративна система в сфері господарської діяльності залишається забюрократизованою й зводиться до статистичного обліку.

5. Кілька років тому для фінансового сприяння розвитку малого бізнесу були створені Український фонд підтримки підприємництва й Фонд підтримки фермерських господарств. Однак їхня діяльність зводиться до підтримки фінансування лише деяких обраних підприємств за схемою: кредит-безпроцентний кредит - безповоротна фінансова допомога. Нині Міністерство

аграрної політики й Державний комітет підприємництва своєю діяльністю сприяють переважно інтересам підприємств великого бізнесу.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, для підвищення ефективності функціонування аграрних підприємств мають потребу в першочерговому рішенні такі питання:

а) виділення фермерам земельних площ відповідно до діючого законодавства;

б) надання державної підтримки в придбанні техніки, проектуванні й придбанні техніки, проектуванні й будівництві доріг, мереж електро- й водопостачання й т.п.;

в) здійснення розрахунків з фермерами за продану державі продукцію з відповідною індексацією;

г) збільшення розмірів агропідприємств за рахунок оренди земель і кооперування;

д) удосконалення системи оподаткування фермерів;

ж) надання фермерам пільгових довгострокових і короткострокових вітчизняних і іноземних валютних кредитів під заставу майна й майбутній урожай для придбання високопродуктивної техніки, придбання племінної худоби, оборотних коштів (насіння, пестицидів і пально-мастильних матеріалів);

з) кооперування підприємців у переробці, збуті продукції, постачанні, технічному обслуговуванні й т.п.;

і) інформаційне забезпечення фермерських господарств;

к) створення системи підготовки й перепідготовки фермерів;

л) організація консультаційних служб для фермерів з технологічних, економічних, юридичних питань.

У зв'язку із цим необхідно розробити нормативно-правові документи, які стосуються державної підтримки сільського господарства, із чітким визначенням поняття «державна підтримка», її мети, завдань, форм, напрямків і механізмів.





Варто переглянути існуюче аграрне законодавство, відсторонивши в ньому невизначеність, забезпечити сталість законів і контроль за їхнім виконанням. Повинна бути відрегульована система підготовки й прийняття законопроектів, тому що повільне проходження останніх через законодавчі органи держави служить причиною неефективності державної підтримки через її запізнення. Саме тому своєчасна, стабільна й ефективна державна підтримка є запорукою економічного росту сільськогосподарських підприємств.

### Література

1. Закон України „Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні” від 21.12.2000 № 2157-111.
2. Закон України „Про державну підтримку малого підприємництва” від 19.10.2000 № 2063-111.
3. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. - К. КНЕУ, 2002 – 624 с.
4. Бідзюра І.П., Збарський В.К., Ільчук М.М. Основи підприємницької діяльності та агробізнесу. – К., 2001. - 320 с.
5. Бобік В. М., Дзюба М. О., Жерібка Т. А. та ін. Реструктуризація та фінансове оздоровлення сільськогосподарських підприємств: Посібник / Програма підвищення рівня життя сільського населення в Україні. - Донецьк, 2005. – 480 с.
6. Богачев В.И., Кравченко К.В. Економічна теорія ринкових відносин. Макроекономіка. Мікроекономіка. - К.: Аристей, 2003. - 448 с.
7. Ільчук М.М. Підприємницька діяльність та агробізнес. Підручник / За ред. М.М. Ільчука, Т.Д.Іщенко. - К.: «Вища освіта», 2006. – 304 с.
8. Канінський П.К. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку / За ред. П. К. Канінського. - К.: ННЦ ІАЕ, 2005. - 287

с.

9. Кириленко Й.М. Трансформація соціально-економічних перетворень у сільському господарстві України: проблеми, перспективи. - К.: ННЦ ІАЕ, 2005. - 452 с.
10. Ковалюк. Б.І. Проблеми розвитку сільського підприємництва в Україні / Б.І. Ковалюк // Економіка АПК. - 2010. - №2. - С. 130-134.
11. Малік М.Й. Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки / М.Й. Малік, О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2006. - № 4. - С.3-10.
12. Саблук Р.П. Фінансові проблеми розвитку малих агроформувань / Р.П. Саблук // Економіка АПК. - 2000. - №2. - С. 46-50.
13. Сичова М.О., Шевченко Н.О. Особливості розвитку підприємництва в аграрному секторі / М.О. Сичова, Н.О. Шевченко // Агросвіт. – 2010. - №13. – С. 2-4.

### References

1. Zakon Ukraïny „Pro Natsional’nu prohramu spryyannya rozvytku maloho pidpryyemnytstva v Ukraïni” vid 21.12.2000 № 2157-111.
2. Zakon Ukraïny „Pro derzhavnu pidtrymku maloho pidpryyemnytstva” vid 19.10.2000 № 2063-111.
3. Andriyčuk V.H. Ekonomika ahrar-nykh pidpryyemstv: Pidruchnyk. - K. KNEU, 2002 – 624 s.
4. Bidzyura I.P., Zbars’kyj V.K., Il’chuk M.M. Osnovy pidpryyemnyts’koï diyal’-nosti ta ahrobiznesu. - K., 2001. - 320 s.
5. Bobik V. M., Dzyuba M. O., Zheribka T. A. ta in. Restrukturyzatsiya ta finansove ozdorovlennya sil’s’kohospodars’kykh pidpryyemstv: Posibnyk / Prohrama pidvy-shchennya rivnyua zhyttya sil’s’koho naseleण्या v Ukraïni. – Donets’k, 2005. - 480 s.
6. Bohachev V.Y., Kravchenko K.V. Eko-nomichna teoriya rynkovykh vidnosyn. Makroe-konomika. Mikroekonomika. - K.:

Arysteŭ, 2003. – 448 s.

7. Il'chuk M.M. Pidpryyemnyts'ka diyal'nist' ta ahrobiznes. Pidruchnyk / Za red. M.M. Il'chuka, T.D.Ishchenko. – K.: «Vyshcha osvita», 2006. - 304 c.

8. Kanins'kyŭ P.K. Ahropromyslovyŭ kompleks Ukraïny: stan, tendentsii ta perspektyvy rozvytku / Za red. P.K.Kanins'koho. - K.: NNTS IAE, 2005. - 287 c.

9. Kyrylenko Ŭ.M. Transformatsiya sotsial'no-ekonomichnykh peretvoren' u sil's'komu hospodarstvi Ukraïny: problemy, perspektyvy. – K.: NNTS IAE, 2005. - 452 s.

10. Kovalyuk. B.I. Problemy

rozvytku sil's'koho pidpryyemnytstva v Ukraïni / B.I. Kovalyuk // Ekonomika APK. - 2010. - №2. - S. 130-134.

11. Malik M.Ŭ. Rozvytok pidpryyemnytstva v ahrarynomu sektori ekonomiky / M.Ŭ. Malik, O.H. Shpykulyak // Ekonomika APK. – 2006. - № 4. - S.3-10.

12. Sabluk R.P. Finansovi problemy rozvytku malykh ahroformuvan' / R.P. Sabluk // Ekonomika APK. - 2000. - №2. - S. 46-50.

13. Sychova M.O., Shevchenko N.O. Osoblyvosti rozvytku pidpryyemnytstva v ahrarynomu sektori / M.O. Sychova, N.O. Shevchenko // Ahrosvit. – 2010. - №13. – S. 2-4.

**Гончаров Е. В.**

**Региональные проблемы и особенности развития аграрного предпринимательства в сельской местности**

В статье проведено исследование особенностей развития аграрного предпринимательства в сельской местности. Освещены региональные проблемы функционирования предприятий отечественного аграрного сектора экономики. Особый акцент поставлен на необходимости урегулирования системы подготовки и принятия законопроектов, обсуждении их проектов на региональном уровне. Исследована система эффективной государственной и региональной поддержки субъектов аграрного бизнеса как действенного средства повышения эффективности их функционирования.

*Ключевые слова:* регион, предпринимательство, сельская местность, государственная поддержка, субъекты аграрного бизнеса.

**Goncharov E.**

**Regional problems and peculiarities of development of agricultural entrepreneurship in rural areas**

The article is devoted to the regional peculiarities of development of agricultural entrepreneurship in rural areas. The regional problems of functioning of enterprises of domestic agrarian sector of economy are lighted up. The special accent is put on the necessity of settlement of the system of preparation and adoption of draft laws, discussion of their projects at the regional level. We studied the system of effective state and regional support of the subjects of the agrarian business as an effective mean of increase of efficiency of their functioning.

*Keywords:* region, entrepreneurship, countryside, state support of the subjects of the agrarian business.

**Рецензент:** Родіонов О. В. – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри «Аудит та контролінг» Луганського національного аграрного університету, м. Луганськ, Україна.

**Reviewer:** Rodionov A – Professor, Ph.D. of Economic, Head of Audit and Controlling Department Luhansk National Agrarian University, Lugansk, Ukraine.

*e-mail:* rodionov@lnau.lg.ua

*Стаття подана  
15.03.2013 р.*



## ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

У статті досліджено проблеми формування та якісного використання інформаційного потенціалу економіки України в регіональному аспекті і тенденції його розвитку; проаналізовано світовий досвід загальної оцінки розвитку інформаційного потенціалу країн; запропоновано використання цього досвіду на практиці діагностування розвитку інформаційного потенціалу в регіональному аспекті. Актуальність теми статті обумовлено тим, що процеси інформатизації набули глобальних масштабів та торкнулися всіх сфер людської діяльності. На основі проведеного аналізу стану інформатизації економіки країни виявлено основні проблеми цього процесу.

**Ключові слова:** проблеми, інформаційний потенціал, розбудова інформаційного суспільства, інформаційно-комп'ютерні технології.

**Постановка проблеми.** Актуальність теми статті обумовлено тим, що процеси інформатизації вже давно набули глобальних масштабів та торкнулися всіх сфер людської діяльності. Упродовж останніх років в Україні здійснюються цілеспрямовані заходи з розбудови інформаційного суспільства та їх активного просування у регіони. Позитивний ефект від стимулювання розвитку сектора інформаційних технологій і, зокрема, розробки програмного забезпечення, вже оцінили уряди багатьох країн. Постійно зростає кількість симпозіумів, конференцій, «круглих столів», присвячених висвітленню проблем розвитку інформаційного потенціалу та якісного його використання на рівні макро- та мезоекономіки; збільшується кількість наукових праць, у яких робляться спроби осмислити та спрогнозувати ті суспільні зміни, які відбуваються під впливом нових інформаційно-комунікаційних технологій у різних сферах життєдіяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню інформаційного суспільства в цілому, розглядаючи його з точки зору концепцій постіндустріалізації, присвятили наукові праці багато як іноземних, так і українських науковців: Р. Абдеєв, В. Гриценко, Є. Макаренко [1; 2; 5] та ін.

**Мета статті.** Метою статті є дослідження проблем використання інформаційного потенціалу економіки України.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Важливою складовою формування інформаційного потенціалу в Україні є

використання можливостей сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для того, щоб створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, сприяючи сталому розвитку національної та регіональної економік. Якісне його використання за умов інтенсивного розвитку ринкових відносин є одним із найбільш важливих елементів ефективного управління.

Проблеми формування інформаційного потенціалу України, по суті, мають багато спільного з аналогічними процесами в інших країнах, що пояснюється швидким поширенням новітніх інформаційних технологій, глобалізацією світових інформаційно-технологічних ринків. Розходження пов'язані з недостатньо розвинутою інформаційною інфраструктурою і загальним перехідним станом економіки та суспільства в цілому, а також із дефіцитом послідовності і системності заходів, спрямованих на побудову інформаційного суспільства й удосконалення управління інформаційними ресурсами на державному рівні.

За сучасних умов глобалізації інформаційного потенціалу держав доречніше використовувати поняття «інформатизація суспільства», ніж «комп'ютеризація суспільства», де основна увага приділяється розвитку і впровадженню бази комп'ютерів, що забезпечують оперативне отримання інформації. У понятті ж «інформатизація суспільства» увага акцентується на комплексі заходів, що спрямовані на забезпе-





чення повного використання достовірного, вичерпного і своєчасного знання в усіх видах людської діяльності. У цьому понятті розуміється не стільки використання технічних засобів, а скільки сутність та цілі соціально-технічного прогресу.

У сучасному суспільстві інформація, знання, інформаційні послуги і всі галузі, пов'язані з їх виробництвом, зростають більш швидкими темпами, стають домінуючими факторами розвитку суспільства. Інформація перетворюється на основний стратегічний ресурс і головне джерело суспільного багатства [2].

Інформаційне суспільство має такі характеристики [1]: здатність розв'язання проблем інформаційної кризи; головною формою розвитку є інформаційна економіка; в основу суспільства закладено автоматизовані генерація, зберігання, обробка та використання знань за допомогою новітньої інформаційної техніки та технології; інформаційна технологія набуває глобального характеру, охоплюючи всі сфери діяльності людини; сформовано інформаційну єдність всієї людської цивілізації; кожна людина має вільний доступ до інформаційних ресурсів всієї цивілізації.

Усі країни світу розуміють, що відставання в розвитку інформаційного потенціалу може призвести до занепаду національних та регіональних економік. У будь-якої економіки є майбутнє, якщо її рушійною силою є виробництво інформаційного продукту. Для України головна проблема сьогодні полягає в тому, що людина існує в забрудненому, дуже фрагментарному, неточному, асиметричному та спотвореному інформаційному середовищі, в якому неможливо приймати ефективні рішення. Шлях розв'язання цієї проблеми – створення нормального робочого середовища, де можливим є доступ до інформації та прийняття корисних, насамперед для конкретної людини, рішень. Щоб досягти цього, державою вже розроблено та впроваджено декілька програм, що сприятимуть розв'язанню проблем прискорення процесів інформатизації національної та регіональної економік. Для виявлення ефективності державної політики України на шляху до якісного використання інформаційного потенціалу порівняємо стратегічну спрямованість розвитку із провідними країнами світу (рис. 1).



Рис. 1. Стратегічна спрямованість державної політики в побудові інформаційного суспільства та використання інформаційного потенціалу (США, Україна, Європейський Союз)



В результаті порівняння стратегічної спрямованості державної політики в побудові інформаційного суспільства та використання інформаційного потенціалу США, Європейський Союз та України визначимо різні етапи розвитку. Провідні країни світу удосконалюють державну інформаційну політику за рахунок інноваційної діяльності та активізації процесів фінансування. Щодо України, то вона знаходиться на початковому етапі формування інформаційного суспільства і тому розв'язує завдання системної інституціоналізації інформаційної діяльності та забезпечує ефективне функціонування інформаційного ринку.

Державна політика України в аспекті формування та використання інформаційного потенціалу, незважаючи на актуальність та наукоємність розроблених і впроваджених національних та регіональних програм, знаходиться на початковому етапі розбудови інформаційного суспільства. У той час у США та країнах ЄС процес інформатизації економіки вже пройшов становлення та має на меті подальшу підтримку вже існуючих засад. Також державна політика України спрямована на формування позитивного іміджу суспільства та регіонів.

Формування демократичного інформаційного суспільства, в основу якого покладено ефективність взаємодії держави із громадськістю, високий рівень розвитку

соціального контролю та здатності держави з мінімальними витратами вирішувати соціально-політичні та економічні проблеми з максимальною користю для громадян, неможливе без накопичення та покращення комунікаційних процесів. Вони створюють зв'язок між суспільством і державою та здійснюють доступ громадян до інформації – головного джерела для прийняття зважених, соціально значущих, політичних рішень.

Розвиток інформаційного потенціалу відбувається за рахунок активного просування процесів інформаційної інтеграції. Це як внутрішньонаціональні та регіональні процеси, так і міжнародні.

Україна здійснює обмін послугами пошти та зв'язку з більш ніж тридцятьма країнами світу. За 2009 – 2011 рр. показник експортованих комунікаційних послуг збільшився на 22,34 %. Країни, які найбільш цьому сприяли, це Росія, Словаччина, Німеччина, Італія, США та Швейцарія. Надходження імпортованих послуг найбільш йде з таких країн, як Росія, Велика Британія, Швейцарія.

Судячи з даних обміну послугами пошти та зв'язку України з країнами світу, цей сектор економіки загалом має позитивну тенденцію розвитку. Україна не є цілком споживчою та має спроможність продавати свою продукцію іншим країнам (рис. 2) [6; 7; 8].

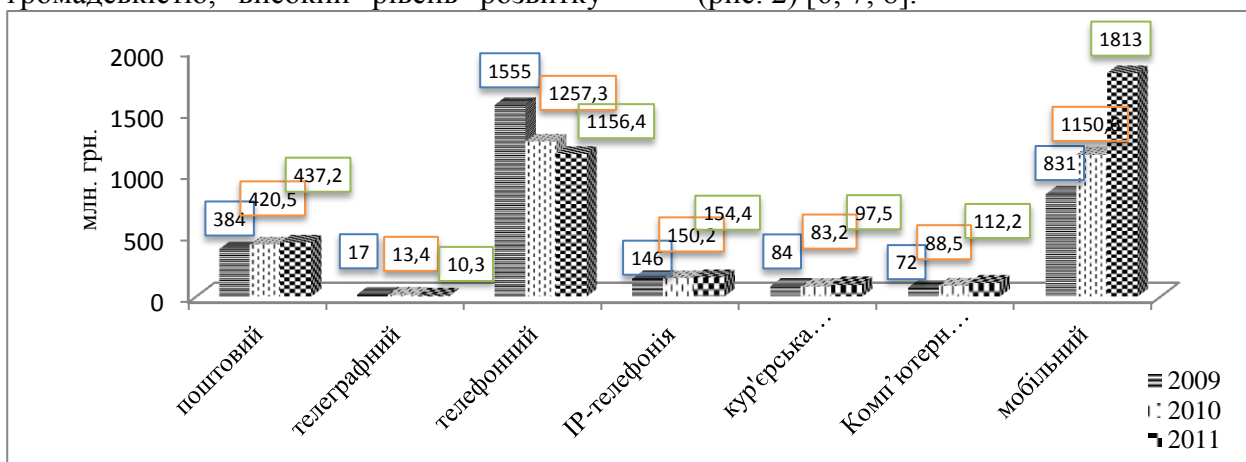


Рис. 2. Динаміка доходу від реалізації послуг міжнародної пошти та зв'язку за видами

Також треба визначити, що за останні п'ять років спостерігається зростання внутрішнього доходу від надання послуг зв'язку – загальний обсяг збільшився на

26,11 %, у тому числі від надання послуг населенню на 14,4 %.

Мобільний зв'язок – одна з найпопулярніших комунікаційних послуг. Рівень



покриття території України мережами мобільного зв'язку становить майже 100 %. Таким чином, повсюдний доступ до мобільних послуг в Україні забезпечено. Слід зазначити, що доходи від надання цього виду послуг зростають, в основному, за рахунок збільшення тривалості розмов як наслідок гнучкої тарифної та маркетингової політики операторів і впровадження додаткових сервісів та інформаційно-телекомунікаційних послуг [3].

Із загальної кількості комп'ютерних послуг більша доля належить наданню доступу до мережі Інтернет (у середньому 86,9 %). В Україні існує два види доступу: широкосмуговий та комутований, з яких другий має тенденцію вимирання. У 2011 р. Україна увійшла у десятку країн світу, в яких найвища швидкість доступу до Інтернету, і вперше увійшла до рейтингу абонентів галузевої організації FTTH Council Europe. Згідно з останніми показниками цієї організації, оголошеними на Всесвітньому форумі із широкосмугових технологій, який пройшов у Парижі у вересні 2011 р., Україна посідає 16 місце у світі за розвитком мереж FTTH [5].

Українці все частіше починають використовувати ІТ для полегшення свого існування чи пришвидшення певних цілком реальних процесів, наприклад, усе більша кількість людей використовує он-лайн магазини для здійснення різнопланових покупок – від будматеріалів до предметів особистого користування. Зрозуміло, що таким чином це сприяє розвитку поштового зв'язку та кур'єрської діяльності в країні.

Загальний дохід від реалізації поштових послуг за 5 років збільшився на 106,6 %. Отже, поштовий ринок в Україні вже сформувався, що є важливою складовою галузі зв'язку. Поштовий зв'язок, незважаючи на швидкий розвиток новітніх технологій, і навіть скоріш завдяки цьому, не втрачає своїх позицій та успішно розвивається.

Головним інформаційним потенціалом як України в цілому, так і її регіонів, є насамперед її висококваліфіковані кадри, професійність яких дуже високо оцінюють у розвинених країнах світу.

Із загальної кількості студентів за освітньо-кваліфікаційними рівнями доля чисельності студентів, які пов'язані з вивченням комп'ютерних, інформаційних технологій та систем, складала 18,87 % у 2010/2011 навч. р. та 13,48 % у 2011/2012 навч. р. Скорочення чисельності відбулося за рахунок зменшення кількості спеціалістів та магістрів.

При цьому, кількість ІТ-фахівців, що працюють в індустрії у 2011 р. досягла 25 тис. чол. (на 4 тис. більше в порівнянні з 2010 р.), з них 80% працюють у великих компаніях (зі штатом понад 200 осіб) (рис. 3). За даними аналітиків, у 2012 р. приріст українського ІТ-ринку склав 15-20%, що на порядок менше 30-відсоткового зростання за 2011 р.. Це обумовлено другою хвилею кризи на західному ринку. Про це свідчать дані з дослідження українського ринку праці аналітичним департаментом рекрутингового агентства Luxoft Personnel [4].

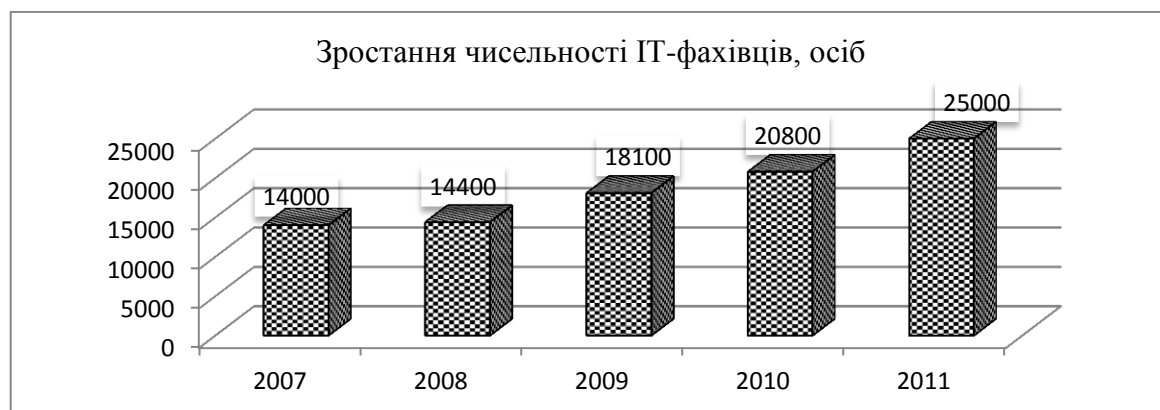


Рис. 3. Зростання чисельності ІТ-фахівців із 2007 по 2011 рр., що зайняті в галузі





Спостерігається тенденція до "виращування" професіоналів із молодих фахівців усередині компанії. У 2012 р. кількість вакансій для фахівців початкового рівня виросла у 3,2 раза, сильно випередивши вакансії для програмістів із великим досвідом. Експерти прогнозують аналогічне зростання у 2013 р. Разом із тим, 80% усіх вільних місць для програмістів і тестувальників розміщуються компаніями галузі розробки програмного забезпечення і, відповідно, лише 20% – компаніями з інших галузей. Третина всіх вакансій, що розміщуються компаніями галузі розробки програмного забезпечення, призначаються для програмістів таких мов програмування, як Net і Java.

Сьогодні ситуація на ринку праці ІТ-персоналу така, що все частіше компанії

прагнуть збільшити кількість своїх кваліфікованих кадрів. Але дефіцит висококваліфікованих фахівців, що зберігається, призводить до того, що більшість готові перетягувати співпрацівників із компаній-конкурентів, пригострюючи і без того високу конкуренцію.

Всесвітнім економічним форумом і міжнародною школою бізнесу INSEAD із 2002 р. у рамках спеціальної щорічної серії доповідей про розвиток інформаційного суспільства в країнах світу випускається «Індекс мережевої готовності» (табл. 1), який використовується як засіб аналізу для побудови порівняльних оцінок, що відображають рівень розвитку інформаційного потенціалу різних країн.

Т а б л и ц я 1

**Індекс мережевої готовності України**

Період, рр.	Індекс мережевої готовності	Місце	Кількість країн, що взяли участь у дослідженні	Тренд
2006 – 2007	3,46	75	122	-
2007 – 2008	3,69	70	127	5
2008 – 2009	3,88	62	134	8
2009 – 2010	3,53	82	133	-20
2010 – 2011	3,53	90	138	-8
2011 – 2012	3,85	75	142	15

Розроблено автором

Це складний показник, сформований на основі багатьох факторів. Перш за все, це сприятливість середовища (ринкового, політичного та інфраструктури) для розвитку інформаційних технологій: чи є в державі здорова конкуренція, інноваційний потенціал, можливість фінансувати нові проекти. Другий критерій – готовність людей, бізнесу та уряду до використання нових технологій. Сюди входить доступність мережі Інтернет у школах, вартість мобільного зв'язку, державна позиція щодо інформаційних технологій, доступність ІТ для бізнесу, витрати на дослідження і розвиток сфери. Останнім критерієм є поточний ступінь використання інформаційних технологій на державному, виробничому та приватному рівнях. Тут враховується кількість персональних комп'ютерів, інтернет-користувачів, абонентів мобільного зв'язку, наявність робочих інтернет-

ресурсів урядових організацій, а також те, скільки інформаційних технологій країна виробляє і споживає.

Також існують інші розроблені індекси, які характеризують ступінь готовності країн до електронного розвитку:

Глобальний індекс конкурентоспроможності (WEF Global Competitiveness Index);

Індекс технологічної готовності (WEF Technological Readiness Index);

Готовність уряду (Governmentreadiness);

Використання урядом (Governmentusage);

Рейтинг за електронною готовністю (EIUeReadinessRanking);

Індекс електронного уряду ООН (UNe-GovernmentIndex).

З огляду на те, що українськими науковцями ще не розроблена методологія

моніторингу та діагностування розвитку інформаційного потенціалу в межах національної та регіональної економік, доречним буде розробка та впровадження подібних індексів, що дозволить краще визначати проблеми як в регіональному аналізі інформаційного простору, так і межах всієї країни.

Огляд перелічених показників достатній для того, щоб виявити тенденції розвитку інформаційного потенціалу України порівняно з іншими країнами світу та визначити перспективи розвитку. Спостерігається поступове та впевнене наближення України до заданої мети – розбудови інформаційного суспільства.

За всіх цих доволі позитивних тенденцій існує ціла низка гострих проблем, які заважають подальшому розвитку інформаційної економіки України, більшість з яких вказана на парламентських слуханнях з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні. Найважливіші з них: соціальна й економічна нестабільність; недостатній розвиток нормативно-правової бази інформаційної сфери, зокрема, відсутність національної стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні і плану дій щодо її реалізації; хаотичний характер вже існуючого інформаційного законодавства, що складається з численних нормативно-правових актів різних рівнів, які часто суперечать один одному; недостатній розвиток та неефективність інформаційної інфраструктури [2]. Нерозв'язання цих проблем призведе до згорання інформатизації українського суспільства.

Усе це можна узагальнено сформулювати як проблему інтеграції всіх суб'єктів та об'єктів господарської діяльності та верств населення в інформаційне суспільство. Вирішення зазначених проблем інформатизації в цілому розглядається фактично як окремий процес, а не як складова демократичної сутності суспільного управління. Крім того, означені проблеми ускладнюються низьким рівнем розвитку економіки України та асиметричним розповсюдженням впровадження стандартів інформаційної економіки по регіонах. При цьому сфера ІКТ є однією з небагатьох галузей економіки України, що де-

монструє стабільне зростання навіть в умовах фінансово-економічної кризи та має орієнтацію на експортну діяльність.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Описані тенденції формування та використання інформаційного потенціалу в Україні та її регіонах відбуваються в основному стихійно і хаотично, неузгоджено між собою. Перехід до інформаційної економіки має характер самоорганізації, тому наявність зазначених передумов не є достатньою умовою для автоматичного входження України в інформаційне суспільство. Однак, цей потенціал дозволяє вважати, що вітчизняний ринок ІКТ перебуває у фазі активного розвитку та інституціоналізації, і за певних умов може стати міцним фундаментом майбутнього інформаційного суспільства. Водночас необхідно відзначити, що процеси та окремі явища становлення інформаційного суспільства в Україні та її регіональних утвореннях є недостатньо дослідженими. У порівнянні зі світовими тенденціями український потенціал є несформованим і не відповідає можливостям реальної економіки та потребам життєдіяльності.

### Література

1. Абдеев Р. Философия информационной цивилизации / Р.Абдеев. – М. : Владос, 1994. – 336 с.
2. Гриценко В. Суспільство в інформаційну епоху: реалії і перспективи розвитку / В.Гриценко // Вісн. нац. акад. наук України. – 2006. - №6. – С. 28 – 32.
3. Звіт щодо діяльності НКРЗ та стану телекомунікацій в Україні. – К., 2012. – 38 с.
4. Звіт аналітичного департаменту рекрутингового агентства Luxoft Personnel. – СПб: 2011. – 26 с.
5. Макаренко Є. А. Європейська інформаційна політика / Макаренко Є.А. К., 2000. – 235 с.
6. Стан і розвиток зв'язку України: статистичний бюлетень / Відповід. за вип. І. В. Калачова. – К., 2010.
7. Стан і розвиток зв'язку України: статистичний бюлетень / Відпов. за вип. І. В. Калачова. – К., 2011.



8. Стан і розвиток зв'язку України: статистичний бюлетень / Відповід. за вип. І. В. Калачова. – К., 2012.

### References

1. R.Abdeyev Philosophy of information civilization/R.Abdeyev. – М.: Vldos, 1994. – 336 p.
2. V.Gritsenko The society in the information age: realities and prospects of the development ///journal of natioanl academy of sciencies of Ukraine -2006.-No 6.-p. 28-32.
3. Report on the activities of the National committee of communication regulation and the status of telecommunications in Ukraine. - К., 2012. 38 p.
4. The report of analytical department of

recruting agency Luxoft. -St. Petersburg: 2011 - 26 p.

5. Makarenko E.A. European information policy/E.A.Makarenko Kyiv, 2000. – 235 p.
6. Current status and development of communication in Ukraine: Statistical Bulletin/responsible for issue I.V.Kalachova - Kyiv, 2010.
7. Current status and development of communication in Ukraine: Statistical Bulletin/responsible for issue I.V.Kalachova - Kyiv, 2011.
8. Current status and development of communication in Ukraine: Statistical Bulletin/responsible for issue I.V.Kalachova - Kyiv, 2012.

**Мартынович В. Г.**

#### **Использование информационного потенциала экономики Украины: региональный аспект**

В статье исследованы проблемы формирования и качественного использования информационного потенциала экономики Украины в региональном аспекте и тенденции его развития; проанализирован мировой опыт общей оценки развития информационного потенциала стран; предложено использование этого опыта на практике диагностирования развития информационного потенциала в региональном аспекте. Актуальность темы статьи обусловлена тем, что процессы информатизации приобрели глобальные масштабы и коснулись всех сфер человеческой деятельности. На основе проведенного анализа состояния информатизации экономики выявлены основные проблемы этого процесса.

*Ключевые слова:* проблемы, информационный потенциал, развитие информационного общества, информационно-компьютерные технологии.

**Martynovych V.**

#### **Exploiting information capacity of Ukraine's economy: regional dimension**

The article deals with the problem of the formation and use of quality information potential of the economy of Ukraine in the regional context and its trends, analyses international experience overall assessment of the potential of information and proposed use this experience to practice diagnosing development of information capacity in regional terms. Background paper due to the fact that the processes of information gained global proportions and affected all spheres of human activity. On the basis of the analysis of the information economy revealed major problems in this process.

*Keywords:* problems, information potential, building information society, information and computer technology.

**Рецензент:** Черниш О. І. – доктор державного управління, професор кафедри «Менеджмент невинробничої сфери» Донецького державного університету управління, м. Донецьк, Україна.

**Reviewer:** Chernish O. – Professor, Ph.D. of Public Administration, Professor of Management unproductive Donetsk state university of management, Donetsk, Ukraine.

*e-mail:* info@dsum.edu.ua

*Стаття подана  
06.05.2013 р.*





## Підсумки проведення

III-ї Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених **"ПРОБЛЕМИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА МОДЕЛІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ"**, що відбулася в Східноукраїнському національному університеті імені Володимира Даля, м. Луганськ, Україна.



У Східноукраїнському національному університеті імені Володимира Даля відбулася III Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів і молодих вчених "Проблеми глобалізації та моделі стійкого розвитку економіки". Конференція проходила під егідою Науково-дослідного центру студентів та молодих вчених «ФЕНІКС», який вже понад 30 років працює на кафедрі економічної кібернетики Давіського університету.

Географія і кількість учасників конференції зростає з кожним роком. Цього разу в конференції взяли участь близько 200 учасників з України, Росії, Польщі, Білорусії та Молдови. Пленарне засідання було цікавим, змістовним, йшло жваве обговорення доповідей.

«В епоху глобалізації і світової кризи умови життя людини стають все більш складними. Ми щодня стикаємося з нестійкими рівноважними процесами в політиці, економіці та суспільстві, - зазначив у вступному слові на урочистому відкритті декан факультету інноваційної економіки і кібернетики, доктор технічних наук, доктор економічних наук, професор Султан Курбанович Рамазанов. – Нам терміново потрібні моделі, що дають уявлення про основні тенденції (тобто розуміння того, що відбувається, що чекає світ, і який коридор потенційних можливостей), моделі, що дозволяють будувати прогноз і, відповідно, давати рекомендації».

Член Президії Польсько-Української господарської палати, головний координатор співробітництва зі Східними країнами (м. Варшава, Польща) Тадеуш Намединський підняв

питання про польсько-українське співробітництво, в тому числі і між студентами, яке виникає в рамках конференції о глобалізаційних проблемах світової економіки. Член Ради Польсько-Української господарської палати, директор «Platform of Business Integration» Ltd. (м. Варшава, Польща) Володимир Кузін висказав сподівання на зміцнення тісних зв'язків між польськими та українськими студентами, щоб створювати інноваційні підприємства на базі Давіського університету.

Заступник начальника управління освіти і науки Луганської обласної державної адміністрації, к.е.н. Наталія Кришталь запропонувала через активне включення університету до інноваційних мереж, в тому числі і міжнародних, створити в ньому потужний центр досліджень та трансферу технологій. Це дозволить змінити критерії успіху від масової вищої освіти до якісної спеціалізованої освіти, і, відповідно, до глобальних технологічних змін. Проректор з наукової роботи СНУ ім. В.Даля Юрій Осенін запропонував студентам йти шляхом науки, як одним з престижних шляхів: «Наука – це та річ, котра спроможна змінити наше життя і спроможна створити добрі перспективи на майбутнє».

Доповіді провідних та молодих вчених були присвячені глобалізації, її впливу на економіку в країні і світі, інтеграції та моделям управління стійким розвитком і безпекою, передбачення прогнозуванням криз, прогнозуванням ризиків тощо.

У секціях розглядалися актуальні теоретичні і практичні проблеми глобалізації, як фактору впливу на економіку в умовах кризи. Значна увага надавалася розв'язанню питань моделювання і управління економічними системами в умовах невизначеності та ризиків. Розглядалися моделі управління в трансформаційній економіці, світова динаміка та проблеми стійкого розвитку економіки. Також приділялася значна увага використанню інформаційних технологій в економічних системах, моделюванню складних соціально-економічних процесів з використанням сучасних досягнень кібернетики, інформаційних технологій. Найкращі наукові роботи в кожній секції було відзначено грамотами.



На базі Євпаторійського відділення Кримського факультету  
Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля  
30 квітня 2013 р. відбувся

### ***Кримський пул міжнародних науково-практичних конференцій***



На базі Євпаторійського відділення Кримського факультету Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля 30 квітня 2013 р. відбувся Кримський пул міжнародних науково-практичних конференцій. У його роботі взяли участь 350 вчених і практиків з України, Росії, Польщі, США, Ізраїлю, Румунії, Швейцарії та Угорщини.

Кримський пул об'єднав п'ять заходів: I Міжнародну науково-практичну конференцію «Управління економічним розвитком: проблеми теорії та практики», I науково-практичну конференцію з міжнародною участю «Тенденції розвитку національного та міжнародного бізнесу в XXI столітті», I міжнародну науково-практичну конференцію «Державна політика та реформи в економічній, правовій, соціальній та інформаційній системах сучасного суспільства», III Міжнародну науково-практичну конференцію «Ділове і публічне адміністрування» та VII Міжнародну науково-практичну конференцію «Розвиток трудового потенціалу в умовах інноваційної економіки». Організаторами двох останніх конференцій виступили кафедра адміністрування та кафедра управління персоналом та економічної теорії СНУ ім. В. Даля.

На пленарному засіданні були представлені майже 20 найцікавіших та актуальних доповідей з тематики конференцій. Також присутнім пропонувалися до перегляду відеозвернення ректора Невинномиського інституту економіки, управління та права (Росія) Тетяни Рябченко, кандидата педагогічних наук, доцента, Заслуженого вчителя Російської Федерації, директора Азовського філії «Євразійського відкритого інституту» Євгенія Захарченка, на-

чальника відділу Департаменту статистики Міжнародної організації праці (м. Женева, Швейцарія) Ігоря Чернишова та професора Зінгера з Державного Університету Аляски (Фербенкс, США).

У рамках проведення науково-практичних конференцій відбувся майстер-клас з використанням інтерактивних освітніх технологій, авторами якого виступили доценти кафедри адміністрування СНУ ім. В. Даля кандидат економічних наук Наталія Держак і кандидат економічних наук Оксана Ромахова. За результатами проведення Кримського пулу видано п'ять збірників матеріалів конференцій.

У рамках Кримського пулу відбулися наступні конференції:

I Міжнародна науково-практична конференція «Управління економічним розвитком: проблеми теорії та практики» (ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», м. Слов'янськ, Україна);

I Науково-практична конференція з міжнародною участю «Тенденції розвитку національного і міжнародного бізнесу в XXI столітті» (Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна);

III Міжнародна науково-практична конференція «Ділове та публічне адміністрування» (Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, кафедра адміністрування, м. Луганськ, Україна);

VII Міжнародна науково-практична конференція «Розвиток трудового потенціалу в умовах інноваційної економіки» (Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, кафедра управління персоналом та економічної теорії, м. Луганськ, Україна);

I Міжнародна науково-практична конференція «Державна політика та реформи в економічній, правовій, соціальній та інформаційній системах сучасного суспільства» (Невинномиський інститут економіки, управління та права, м. Невинномиськ, Росія).

За результатами проведення конференцій планується видання 5 збірок тез та розміщення матеріалів на відповідних сайтах локальних конференцій. Учасникам конференцій Кримського пулу надається можливість опублікувати результати своїх наукових досліджень у наукових виданнях: фаховий науковий журнал «Вісник СНУ ім. В. Даля»; міжнародне наукове видання «Сучасні фундаментальні та прикладні дослідження».





**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ РЕКОМЕНДУЄ**

Т.В. Калінеску  
Ю.А. Романовська  
О.М. Антіпов

**СОЦІАЛЬНЕ  
СТРАХУВАННЯ**



**Рекомендовано Міністерством освіти і науки,  
молоді та спорту України  
як навчальний посібник для студентів вищих  
навчальних закладів  
(лист № 1/11-15250 від 01.10.2012 р.)**

**Рейдерство: витоки, процедури, способи запобігання:** монограф. / О. А. Бурбело, Г. В. Козаченко, Ю. С. Погорелов, С. О. Бурбело; МВС України, Луган. держ. ун-т внутр. справ ім. Е. О. Дідоренка. – Луганськ: РВВ ЛДУВС ім. Е. О. Дідоренка, 2012. – 184 с.

У монографії розкрито зміст процесу злиттів і поглинань. Як негативне відгалуження процесу злиттів і поглинань подано поняття «рейдерство», розглянуто його генезис та охарактеризовано сучасний стан в Україні. Описано об'єкти та суб'єкти рейдерських дій, розкрито способи рейдерських дій. Розглянуто захисні механізми протидії рейдерству. Подано головний напрям протидії рейдерству – вдосконалення законодавства.

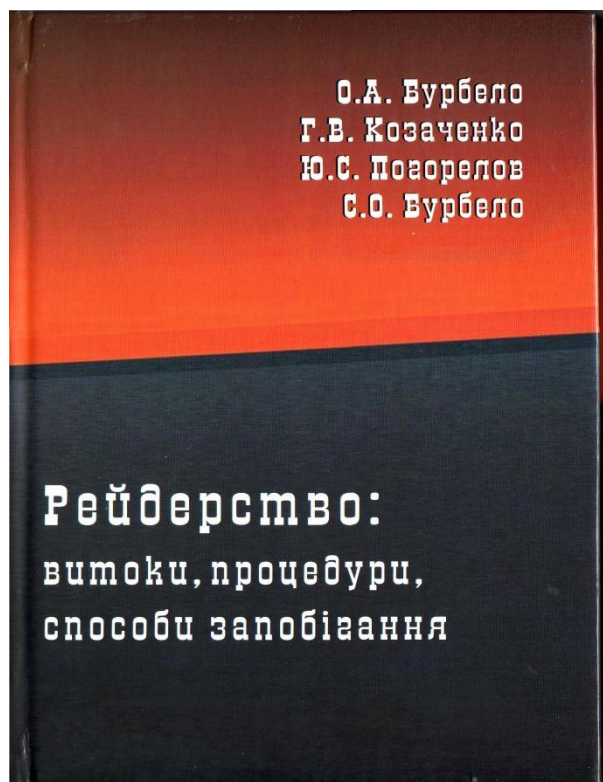
**Соціальне страхування :навчальний посібник / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. М. Антіпов. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2013. – 516 с.**

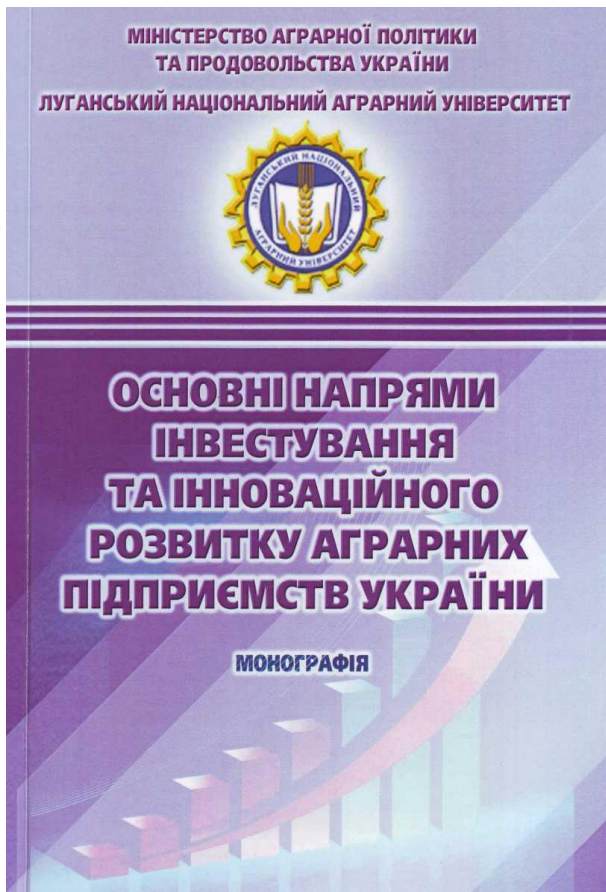
Навчальний посібник містить опис структури соціального страхування в Україні та методичні підходи щодо його реформування з урахуванням світового досвіду розвинутих держав. Особлива увага приділяється визначенню ролі держави в регулюванні соціального розвитку країни.

Навчальний посібник спрямовано на розгляд найбільш значимих досягнень та проблем розвитку державного пенсійного страхування, а також задоволення потреби у коштах щодо визначення можливостей недержавного пенсійного страхування і визначення механізму поєднання цих систем страхування в Україні.

Навчальний інтерес викликає наведений підхід до реформування механізму управління коштами соціального страхування як підґрунтя для сталого розвитку України і формування взаємовідносин громадян з державою нової якості. Навчальний посібник доповнено практикумом, у якому представлено завдання, ситуації, вправи для самостійної роботи і контролю знань.

Посібник призначено для викладачів і студентів економічних вузів, а також для підприємців, спеціалістів усіх напрямів діяльності підприємств, регіональних органів управління, що цікавляться проблемами соціального страхування.





**Державна інноваційна політика розвитку науково-технічних систем:** монографія / В. М. Гончаров, І. В. Моргачов. — Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. — 372 с.

У монографії досліджуються проблеми розвитку і державного регулювання вітчизняних науково-технічних систем, їх участі в інноваційній діяльності суб'єктів, що відносяться до підприємницького сектора економіки. Розглянуто сутність та класифікацію відповідних систем, їх роль в національному господарстві, а також їх зв'язок з інноваційною та фінансово-економічною діяльністю промислових підприємств. Уточнено заходи удосконалення організаційно-економічної інфраструктури реалізації інноваційно-інвестиційних проектів за участю вітчизняних науково-технічних систем та державних органів влади.

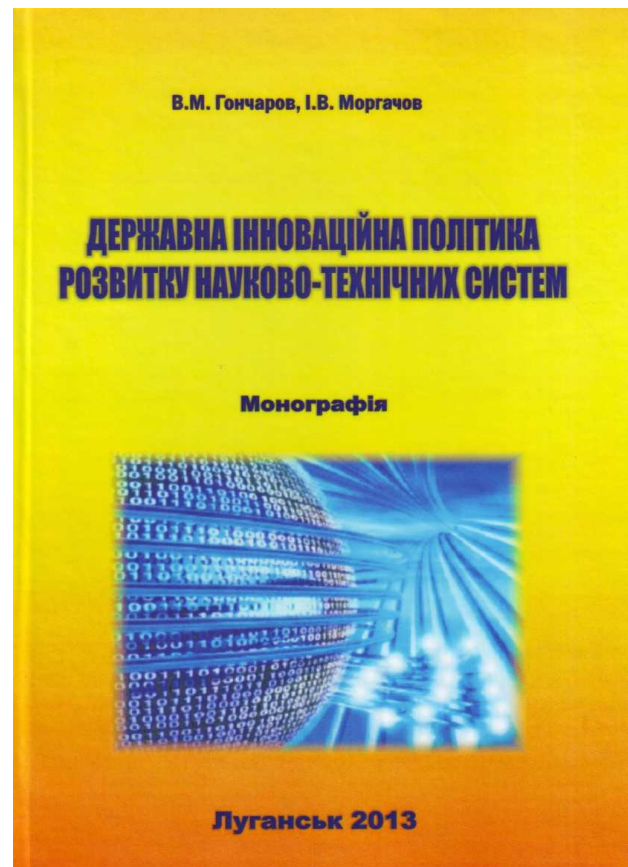
Для керівників та спеціалістів державних і регіональних органів управління, наукових працівників, викладачів, аспірантів та студентів вузів.

**Основні напрями інвестування та інноваційного розвитку аграрних підприємств України :** монографія / за заг. ред. В. Г. Ткаченко. – Луганськ: Янтар, 2013. – 208 с.

На основі проведених наукових досліджень вченими кафедри економічної теорії маркетингу ЛНАУ з держбюджетної теми: «Розробка методичних основ та критеріїв забезпечення інноваційного та інвестиційного розвитку агропромислових підприємств України подається глибокий аналіз теоретичних засад процесів інвестування та інноваційного розвитку аграрних підприємств. Викладено умови реалізації інвестиційно-інноваційної моделі розвитку підприємств аграрного сектора економіки. Розкрито сутність моделі інвестиційно-інноваційного забезпечення аграрних підприємств.

Наведено нові форми господарювання на селі з реалізації інноваційної політики, а також зарубіжний досвід розвитку форм стимулювання інноваційних підприємств в умовах кластерних систем. Проаналізовано перспективи розвитку сільськогосподарського виробництва на період до 2020 року.

Для вчених, фахівців та керівників сільськогосподарських підприємств і господарств, викладачів, аспірантів та студентів вищих аграрних навчальних закладів.





**СОЦІАЛЬНЕ СТРАХУВАННЯ :**  
**навчальний посібник / Т. В. Калінеску, Ю. А. Романовська, О. М. Антіпов.**  
**– Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2013. – 516 с.**

Гриф надано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України  
(Лист № 1/11-15250 від 01.10.2012 р.)

На сьогодні система соціального страхування є невід’ємною складовою політики стратегічного розвитку держави, оскільки відіграє важливу роль, створюючи умови для відтворення робочої сили і тим самим забезпечуючи надійні умови економічного захисту громадян. Так, механізм оподаткування можна використовувати як один з найбільш широко розповсюджених інструментів сучасного податкового регулювання соціального напряму розвитку країни.

Соціальне страхування в Україні має велике значення, створюючи умови для економічного захисту громадян, забезпечуючи соціальну захищеність суспільства і є головним елементом соціально-економічного розвитку країни, оскільки є важливим підґрунтям процесу економічного розвитку, підвищує добробут суспільства, створює умови для соціального прогресу. Тема реформування соціального страхування за допомогою ретельно виваженого механізму оподаткування є надзвичайно актуальною, але їй недостатньо уваги приділено у вітчизняних дослідженнях, тому існує необхідність подальшого дослідження напрямів спільного розвитку системи соціального страхування і оподаткування в Україні. Таким чином, навчальний посібник «Соціальне страхування», розроблений колективом авторів, не тільки набуває актуальності як теоретичне дослідження, а й має певне практичне значення.

Автор ретельно поставився до наукового дослідження, здійснив детальний аналіз чинного українського і міжнародного законодавства в соціальній та податкових сферах, знайшовши точки їх дотику, опрацював значний обсяг теоретичного матеріалу, дійшовши цікавих наукових висновків, які за-

слуговують на увагу. Досить повно визначені зміст і специфіка оподаткування в соціальних інститутах держави, що є позитивним моментом рецензованої праці.

У навчальному посібнику ретельно проаналізовано державне регулювання інституту соціального страхування за допомогою податкової політики, – насамперед щодо формування системи податкових пільг в умовах старіння населення України.

Особливу увагу приділено оподаткуванню недержавного пенсійного забезпечення держави. Досить детально висвітлені позитивні та негативні аспекти нормативно-правового забезпечення, що регулюють діяльність недержавних пенсійних фондів України як платників податків. Під час викладення матеріалу автор послідовно доводить думку про необхідність подальшого вдосконалення Податкового кодексу України, яким регламентовано певну сферу діяльності соціальної системи України загалом та окремих її галузей, із урахуванням курсу нашої країни на інтеграцію до Європейського Союзу.

Як позитивний момент необхідно відзначити перелік рекомендованої літератури в роботі, який містить значну кількість навчальної та наукової літератури, національних і міжнародних нормативно-правових актів, якими регулюються функціонування соціального страхування і соціально спрямованої податкової політики України.

Отже, можна висновувати, що автори навчального посібника зробили значний внесок у розвиток соціально-податкової науки. Робота буде цікавою і корисною для широкого кола читачів: від студентів і аспірантів до викладачів і практиків.

Голова Державної Казначейської служби  
в Луганській області,  
кандидат економічних наук, професор

М. І. Попов





**ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ**

<p><b>Абрамова Алла Сергіївна</b></p>	<p>Аспірант Львівської державної фінансової академії (м. Львів, Україна) <i>e-mail: sofroniyalla@mail.ru</i></p>	<p><b>Abramova Alla</b></p>	<p>Postgraduate Lviv state academy of finance (Lviv, Ukraine) <i>e-mail: sofroniyalla@mail.ru</i></p>
<p><b>Бабалола Ісау Абіодун</b></p>	<p>Аспірант кафедри «Облік і аудит» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: audit2@ukr.net&gt;</i></p>	<p><b>Babalola Yisau Abiodun</b></p>	<p>Postgraduate of Accounting and Audit Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: audit2@ukr.net&gt;</i></p>
<p><b>Біханова Алмагуль Советівна</b></p>	<p>Старший викладач кафедри «Фінанси, облік та оподаткування» Східно-Казахстанського державного технічного університету ім. Д. Серикбаєва (м. Усть-Кам'яногірськ, Казахстан) <i>e-mail: a.bihanova@mail.ru</i></p>	<p><b>Bihanova Almagul</b></p>	<p>Senior Lecturer of Finance, Accounting and Taxation Department East Kazakhstan State Technical University. D. Serykbayeva (Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan) <i>e-mail: a.bihanova@mail.ru</i></p>
<p><b>Брікман Тетяна Олександрівна</b></p>	<p>Фінансовий директор «Мастер Колд ЛТД» (м. Йокнем, Ізраїль) <i>e-mail: mastercold@nana10.co.il</i></p>	<p><b>Brikman Tatiana</b></p>	<p>Chief of Financial Officer «Master Cold LTD» (Yoknem, Israel) <i>e-mail: mastercold@nana10.co.il</i></p>
<p><b>Гончаров Євген Валентинович</b></p>	<p>Кандидат економічних наук, доцент кафедри «Міжнародна економіка» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: vgonch@lnau.lg.ua</i></p>	<p><b>Goncharov Evgen</b></p>	<p>Ph.D. of Economics, Assistant of Professor International Economics Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: vgonch@lnau.lg.ua</i></p>
<p><b>Гончаров Валентин Миколайович</b></p>	<p>Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економіка підприємства та управління трудовими ресурсами» Луганського національного аграрного університету (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: vgonch@mail.ru</i></p>	<p><b>Goncharov Valentin</b></p>	<p>Professor, Ph.D. of Economics, Head of Business Economics and Human Resources Management Department Luhansk National Agrarian University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: vgonch@mail.ru</i></p>
<p><b>Гузь Лейла Анатоліївна</b></p>	<p>Старший викладач кафедри «Менеджмент» ДВНЗ «Донецький інститут залізничного транспорту УкрДАЗТ» (м. Донецьк, Україна) <i>e-mail: guz.leila@yandex.ua</i></p>	<p><b>Guz Leyla</b></p>	<p>Teacher of Management Department State higher educational establishment "Donetsk Railway Transport Institute of Ukrainian State Academy of Railway Transport» (Donesk, Ukraine) <i>e-mail: guz.leila@yandex.ua</i></p>
<p><b>Децик Юлія Григорівна</b></p>	<p>Слухач магістратури спеціальності «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: yuliyadetsyk@mail.ru</i></p>	<p><b>Detsyk Yuliya</b></p>	<p>Listener graduate specialty «Taxation» Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: yuliyadetsyk@mail.ru</i></p>



<b>Дубовиков Микола Матвійович</b>	Член-кореспондент Міжнародної академії наук екології та безпеки життєдіяльності, Приватний ВНЗ «Вища школа бізнесу – інститут економіки та менеджменту», (м. Алчевськ, Україна) <i>e-mail: forvshb@ukr.net</i>	<b>Dubovikov Nicolay</b>	Corresponding Member of International Academy of Ecology and life safety Private Universities' Graduate School of Business - Economics Institute and Management " (Alchevsk, Ukraine) <i>e-mail: forvshb@ukr.net</i>
<b>Жаріков Валерій Вікторович</b>	Доктор економічних наук, кандидат технічних наук, академік МАОП, професор кафедри «Економіка, управління персоналом і маркетинг» ФДБОУ ВПО «Московський державний гуманітарно-економічний інститут» (м. Москва, Росія) <i>e-mail: valera_zharikov@mail.ru</i>	<b>Zharikov Valery</b>	Professor, Ph.D. of Economics, Ph.D. of Technical, academician, Professor of "Economics, management personnel, and marketing" Department of Federal university "Moscow State Humanitarian-Institute of Economics" (Moscow, Russia) <i>e-mail: valera_zharikov@mail.ru</i>
<b>Жаріков Олександр Романович</b>	Студент спеціальності «Інфокомунікаційні технології та системи зв'язку» ФДБОУ ВПО «Московський державний гуманітарно-економічний інститут» (м. Москва, Росія) <i>e-mail: psp-gen@yandex.ru</i>	<b>Zharikov Alexsander</b>	Student of specialty «Infocommunication technology and communication systems» Federal university "Moscow State Humanitarian-Institute of Economics" (Moscow, Russia) <i>e-mail: psp-gen@yandex.ru</i>
<b>Калінеску Тетяна Василівна</b>	Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: t.calinescu@mail.ru</i>	<b>Calinescu Tetyana</b>	Professor, Ph.D. of Economic, Head of Taxation Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: t.calinescu@mail.ru</i>
<b>Кирилов Олег Дмитрович</b>	Кандидат економічних наук, доцент кафедри «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: info@taxation.lg.ua</i>	<b>Kyrylov Oleg</b>	Ph.D. of Economics, Associate Professor of Taxation Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: info@taxation.lg.ua</i>
<b>Костак Зоряна Романівна</b>	Кандидат економічних наук, Старший викладач кафедри «Банківська справа» Львівської комерційної академії (м. Львів, Україна) <i>e-mail: kostakz@ukr.net</i>	<b>Kostak Zoryana</b>	Ph.D. of Economics, Lecturer of Banking Department Lviv Commercial Academy (Lviv, Ukraine) <i>e-mail: kostakz@ukr.net</i>
<b>Ліхоносова Ганна Сергіївна</b>	Кандидат економічних наук, доцент кафедри «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: lihonosova@bk.ru</i>	<b>Likhonosova Ganna</b>	Ph.D. of Economics, Associate Professor of Taxation Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: lihonosova@bk.ru</i>
<b>Лисенко Ігор Олександрович</b>	Кандидат історичних наук, виконавчач обов'язків доцента кафедри «Маркетинг» Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail: lysenko_igor@mail.ru</i>	<b>Lysenko Igor</b>	Ph.D. of History, executive commitment of assistant professor of Marketing Department Taras Shevchenko Luhansk national university (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail: lysenko_igor@mail.ru</i>



<b>Мадіярова Ельвіра Собстол- ласвна</b>	Кандидат економічних наук, Доцент, заступник завідувача ка- федри «Фінанси, облік та оподат- кування» Східно-Казахстанського державного технічного університе- ту ім. Д. Серикбаєва (м. Усть-Кам'яногірськ, Казахстан) <i>e-mail:</i> emadiyarova@mail.ru	<b>Madiyarova Elvira</b>	Ph.D. of Economics, Associate Professor, Deputy Head of Finance, Accounting and Taxation Department East Kazakh- stan State Technical University. D. Serykbayeva (Ust-Kamenogorsk, Kazakhstan) <i>e-mail:</i> emadiyarova@mail.ru
<b>Мартинович Віктор Геннадійович</b>	Старший викладач кафедри «Облік та аудит» Донецького інституту залізничного транспорту Української державної академії залізничного транспорту (м. Донецьк, Україна) <i>e-mail:</i> economicexpert@ukr.net	<b>Martynovych Victor</b>	Senior Lecturer of Accounting and Auditing Department Donetsk institute of rail transport Ukrainian state academy of railway transport (Donetsk, Ukraine) <i>e-mail:</i> economicexpert@ukr.net
<b>Недобєга Олена Олександр- рівна</b>	Кандидат економічних наук, Старший викладач кафедри «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail:</i> l_grechishkina@mail.ru	<b>Nedobiega Olena</b>	Ph.D. of Economics, Lecturer of Taxation Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail:</i> l_grechishkina@mail.ru
<b>Рахметуліна Жібек Берлібековна</b>	Кандидат економічних наук, професор кафедри «Бізнес та діло- вого адміністрування» Східно- Казахстанського державного уні- верситету імені С. Аманжолова (м. Усть-Кам'яногірськ, Казахстан) <i>e-mail:</i> rahmetulina_zh@mail.ru	<b>Rakhmetulina Zhibek</b>	Ph.D. of Economics, Associate Professor of Business and Business Administration Depart- ment East Kazakhstan State Uni- versity named after S. Amanzholov, Kazakhstan <i>e-mail:</i> rahmetulina_zh@mail.ru
<b>Романовська Юлія Анатоліївна</b>	Кандидат економічних наук, доцент кафедри «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail:</i> lybjul@mail.ru	<b>Romanovska Yulia</b>	Ph.D. of Economics, Associate Professor of Taxation Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail:</i> lybjul@mail.ru
<b>Серікова Олена Миколаївна</b>	Асистент кафедри «Облік і аудит» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail:</i> olga.mymail@list.ru	<b>Serikova Olga</b>	Assistant of Accounting and Audit- ing Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail:</i> olga.mymail@list.ru
<b>Сирова Дарина Станіславів- на</b>	Студент спеціальності «Оподаткування» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail:</i> lybjul@mail.ru	<b>Surovay Daryna</b>	Student of Taxation specialty Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail:</i> lybjul@mail.ru



<b>Снопенко Георгій Григорович</b>	Кандидат економічних наук, доцент кафедри «Економіка підприємства» Технологічного інституту Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Сєверодонецьк, Україна) <i>e-mail:</i> snopenko@i.ua	<b>Snopenko Georgey</b>	Ph.D. of Economics, Associate Professor of Business Economics Department of Technology Institute Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Severodonetsk, Ukraine) <i>e-mail:</i> snopenko@i.ua
<b>Тарлопов Ігор Олегович</b>	Кандидат економічних наук, декан економічного факультету Бердянського університету менеджменту і бізнесу, (м. Бердянськ, Україна) <i>e-mail:</i> tarlopov@ukr.net	<b>Tarloпов Igor</b>	Ph.D. of Economics, Dean of Economics Faculty Berdyansk university of manage- ment and business (Berdyansk, Ukraine) (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail:</i> tarlopov@ukr.net
<b>Чиж Віра Іванівна</b>	Доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Облік і аудит» Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail:</i> vera-chizh@yandex.ru	<b>Chizh Vera</b>	Professor, Ph.D. of Economic, Head of Accounting and Auditing Department Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Luhansk, Ukraine) <i>e-mail:</i> vera-chizh@yandex.ru
<b>Штапаук Галина Павлівна</b>	Аспірант кафедри «Маркетинг» Луганського національного універ- ситету ім. Т. Г. Шевченка (м. Луганськ, Україна) <i>e-mail:</i> infgfer@yandex.ru	<b>Shtapauk Galina</b>	Postgraduate student of Marketing Department Taras Shevchenko Lugansk national university (Luhansk , Ukraine) <i>e-mail:</i> infgfer@yandex.ru



## ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ

науково-виробничий журнал

№ 2 (10), 2013

Відповідальний за випуск	С. К. Рамазанов
Літературний редактор	З. І. Андропова Л. В. Бугокова
Технічний редактор	О. А. Мартинцева
Оригінал-макет	Г. С. Ліхоносова

Підписано до друку 04.06.2013 р.  
Формат 60x84 1/8. Гарнітура Times New Roman.  
Умов. друк. арк. 18,9. Обл. вид. арк. 19,8.  
Тираж 300 екз. Вид. № 823. Замов. № 2547

Видавництво  
Східноукраїнського національного університету  
імені Володимира Даля  
91034, м. Луганськ, кв. Молодіжний, 20а

Свідоцтво про реєстрацію: серія ДК № 1620 від 18.12.03 р.

**Адреса видавництва:** 91034, м. Луганськ, кв. Молодіжний, 20а  
**Телефон:** (0642) 41-34-12. **Факс:** (0642) 41-31-60  
**E-mail:** uni@ snu.edu.ua  
**http://snu.edu.ua**

**Надруковано у видавництві «Ноулідж»**  
Свідоцтво про реєстрацію серія ДК №2884 від 26.06.2007 р.  
91051, м. Луганськ, кв. Якіра, 3/316,  
тел./факс (642) 71-09-43, e-mail: nickvnu@gmail.com





**Шановні колеги, пропонуємо Вашій увазі**  
**ВИМОГИ**  
**щодо змісту та оформлення статей для подання в науково-виробничий журнал**  
**«ЧАСОПИС ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ»**

Сфера розповсюдження науково-виробничого журналу «Часопис економічних реформ»: загальнодержавна, зарубіжна.

**Тематичні рубрики:**

- теорія та методологія економічного розвитку;
- економіка та підприємництво;
- податки та бюджетна політика;
- фінанси та банківська справа;
- управління сучасним підприємством;
- облік та аудит;
- менеджмент;
- економіка регіону;
- соціальна економіка;
- міжнародна економіка;
- економічна кібернетика;
- організація виробництва.

**Програмні цілі науково-виробничого журналу**  
**«Часопис економічних реформ»:**

- висвітлення проблем соціально-економічного розвитку країни;
- поглиблене вивчення методологічних та прикладних проблем сучасної економіки;
- оприлюднення результатів досліджень у галузі економіки, менеджменту, організації виробництва та підприємництва;
- поширення досвіду реформувань у всіх сферах економічної діяльності;
- надання інформаційної підтримки аспірантам, докторантам та молодим вченим.

Рукописи статей, що будуть направлятися до журналу повинні бути набрані у текстовому редакторі Microsoft Word (файл повинний мати розширення \*.doc або \*.rtf), написані українською мовою (або російською, чи англійською – для громадян інших країн).

Обсяг статті – від 8 до 10 сторінок формату А4 (210x297 мм).

Шрифт Times New Roman Суг № 14;

Міжрядковий інтервал 1,5.

Поля сторінок: усі – 20 мм (колонтипули не передбачаються).

**Структура статті повинна відповідати** Постанові Президії ВАК України № 7-05/1 від 15.01.2003 р. ("Бюлетень ВАК України" № 1/2003) та мати такі **елементи**:

- Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.
- Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми, на які спирається автор;

**ДО РУКОПISУ ДОДАЮТЬСЯ**

- **рецензія доктора економічних наук** (завірена відповідним чином);
- **довідка про автора**, у якій вказуються прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступінь і вчене звання, зазначається посада й організація, де працює автор, контактний телефон, електронна адреса, назва статті та обрана тематична рубрика;
- **витяг із протоколу** засідання кафедри, факультету або Вченої ради установи з рекомендацією статті до друку;

У текст статті можуть бути внесені редакційні правки без узгодження з автором.

**Головний редактор**

доктор економічних наук, професор Калінеску Тетяна Василівна

тел. (0642) 500-749.

**Відповідальний секретар**

кандидат економічних наук Ліхоносова Ганна Сергіївна

тел. (0642) 500-748.

Статті подаються поштою за адресою: кафедра оподаткування Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, кв. Молодіжний 20-А, м. Луганськ, 91034 або надсилаються на e-mail:

lihonosova@bk.ru чи info@taxation.lg.ua

www.chasopys.snu.edu.ua ; www.chasopys.jimdo.com

**Сподіваємося на плідну співпрацю!**

