

ISSN 2311-3413

№ 2

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

ЕКОНОМІКА

i

ФІНАНСИ

2016

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕНО ДО МІЖНАРОДНИХ НАУКОМЕТРИЧНИХ БАЗ:
РОСІЙСЬКОГО ІНДЕКСУ НАУКОВОГО ЦИТУВАННЯ (РИНЦ)
INDEX COPERNICUS INTERNATIONAL

SCIENTIFIC JOURNAL
Economics and Finance



INDEX  COPERNICUS
I N T E R N A T I O N A L

Дніпропетровськ
2016

Редакційна колегія:

- Атамас П.Й.**, кандидат економічних наук, професор (Дніпропетровськ, Україна);
Andris Denins, Dr.oec., Professor, Faculty of Economy and Management, University of Latvia (Rīga, Latvia);
Andrej Udovč, Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics, Head of the chair for agrometeorology, agricultural land management, economics and rural development Biotechnical faculty, Univerza v Ljubljani (Slovenia);
Бабич В.П., д.э.н., профессор, председатель Всемирного ноосферно-онтологического общества им. В.И. Вернадского (Бостон-Харьков-Санкт-Петербург), действительный член РАННО, член Ассоциации русскоязычных ученых штата Массачусетс (Бостон, США);
Brezina Ivan, prof. Ing., CSc., Faculty of Economic Informatics, Department of Operations Research and Econometrics, The University of Economics in Bratislava (Bratislava, Slovakia);
Довбня С.Б., доктор економічних наук, професор (Дніпропетровськ, Україна);
Dimitar Kanev, Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics (Varna, Bulgaria);
Dr. Jerald L. Feinstein, DeVry University - Engineering Dean (Denver, Colorado, USA);
Константин Савов Калинков, доктор економіки, професор (Варна, Болгарія);
Крамаренко Г.О., доктор економічних наук, професор (Дніпропетровськ, Україна);
Маюров Н.П., д.ю.н., профессор, заслуженный юрист РФ, почетный сотрудник МВД России, зав. кафедрой государственного и административного права Межрегионального института экономики и права при МПА ЕврАзЭС (г. Санкт-Петербург, Россия);
Мних М.В., доктор економічних наук, професор (Київ, Україна);
Окулич-Казарин В.П., доктор педагогических наук, профессор Академии Яна Длугоша в Ченстохове (Польша), MBA (NY), эксперт в мотивации персонала;
Павлов К.В., доктор економічних наук, професор (Іжевськ, Російська Федерація);
Dr. Parikshat Singh Manhas, Ph.D, Professor (Jammu & Kashmir, India);
Паршина О.А., доктор економічних наук, професор (Дніпропетровськ, Україна);
Пелих С.О., доктор економічних наук, професор (Мінськ, Республіка Беларусь);
Плаксієнко В.Я., доктор економічних наук, професор (Полтава, Україна);
Пліскановський С.Т., доктор технічних наук, професор (Дніпропетровськ, Україна);
Пуцько Б.М., доктор економічних наук, доцент (Львів, Україна);
Ruta Šneidere, PhD., Docent (Rīga, Latvia);
Nada Vignjević-Djordjević, Doctor of Economic Sciences, As. Professor (Novi Pazar, Serbia);
Yoshii Masahiko, Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics, Graduate School of Economics, Kobe University (Japan);
Хайдаров Н. Х., доктор економічних наук, професор (Республіка Узбекистан);
Шаталова Н.І., доктор соціологічних наук, професор (Єкатеринбург, Російська Федерація);
Дробязко С.І., кандидат екон. наук, доцент, професор РАЕ (Дніпропетровськ, Україна);
Карпенко Л.М., кандидат економічних наук, доцент (Одеса, Україна);
Лисенко Д.В., кандидат економічних наук, доцент (Москва, Російська Федерація);
Тропиніна І.Г., заступник директора з наукової роботи Красноярського інституту економіки Санкт-Петербурзької академії управління і економіки (Російська Федерація);
Фадєєва Ю.В., кандидат економічних наук (Тула, Російська Федерація);
Шевченко В.М., кандидат наук з державного управління (Дніпропетровськ, Україна)

Матеріали публікуються українською, російською та англійською мовами.

Статті проходять відбір, зовнішнє та внутрішнє рецензування.

Відповідальність за зміст статей та якість перекладу інформації на англійську мову несуть автори публікацій.

Всі права захищені.

*Повний або частковий передрук і переклад дозволено лише за згодою автора і редакції.
При передрукуванні посилання на «Економіка і Фінанси» обов'язкове.*

© «Економіка і фінанси», 2016

ЗМІСТ

Беженар Н. В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ.....	4
Grylitska A.V. HISTORICAL ASSESSMENT IN THE FORMATION VALUE OF HUMAN CAPITAL ENTERPRISE.....	10
Каламбет К.М. ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА РІЗНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РІВНЯХ.....	15
Корнілова В.О., Лохман Н.В. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ШЛЯХ ДО ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ТА НАСЛІДКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....	25
Марачевська А.В. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ДОСТУПНОСТІ ЖИТЛА ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	34
Пунько Б.М. МОДЕЛЮВАННЯ АЛГОРИТМУ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ ІНДЕКСНОЇ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	40
Отливанська Г. А., Сіньковська О. І. ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕБРЕНДИНГУ ПІДПРИЄМСТВ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ.....	50
Сухорукова О.А. РЕІНДУСТРІАЛІЗАЦІЯ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ.....	57

CONTENTS

Begenar N. V. CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF ACTIVIZATION OF INNOVATION ACTIVITY IN AGRICULTURE OF UKRAINE.....	4
Grylitska A.V. HISTORICAL ASSESSMENT IN THE FORMATION VALUE OF HUMAN CAPITAL ENTERPRISE.....	10
Kalambet K.N. APPROACHES TO DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF FINANCIAL PLANNING AT DIFFERENT ECONOMIC LEVELS.....	15
Kornilova O.V., Lokhman N.V. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A WAY SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS SOLVING AND THE CONSEQUENCES OF ECONOMIC CRISIS.....	25
Marachevska A.V. THE IMPROVEMENT OF METHODS FOR EVALUATION HOUSING AFFORDABILITY OF THE POPULATION IN UKRAINE.....	34
Punko B.M. THE SIMULATION ALGORITHM AND ECONOMIC FACTORS OF THE INDEX OF EVALUATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE ENTERPRISE.....	40
Otlyvanska G. A., Sinkovskaya A. I. THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF REBRANDING IN TELECOMMUNICATIONS SECTOR.....	50
Sukhorukova O.A. REINDUSTRIALIZATION AS A PRIORITY OF PUBLIC POLICY.....	57

УДК 335

JEL Classification: Q11

Беженар Н. В.,

аспірант,

ННЦ «Інститут аграрної економіки», м. Київ, Україна

Беженар Н.В.,

аспірант,

ННЦ «Институт аграрной экономики», г. Киев, Украина

Begenar N. V.,

postgraduate,

National Scientific Centre “Institute of Agrarian Economy”, Kyiv, Ukraine

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ УКРАЇНИ

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ УКРАИНЫ

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF ACTIVIZATION OF INNOVATION ACTIVITY IN AGRICULTURE OF UKRAINE

Розглянуто потенційні напрями інноваційної діяльності в сільському господарстві України. Обґрунтовано концептуальні засади її активізації в контексті переходу до інноваційно-інвестиційної моделі галузі.

Ключевые слова: концептуальні основи, інноваційна діяльність, активізація, сільське господарство.

Рассмотрены потенциальные направления инновационной деятельности в сельском хозяйстве Украины. Обоснованы концептуальные основы её активизации в контексте перехода к инновационно-инвестиционной модели отрасли.

Ключевые слова: концептуальные основы, инновационная деятельность, активизация, сельское хозяйство.

Potential directions of innovation activity in agriculture of Ukraine are considered in the article. Conceptual foundations of its activization are grounded in the context of transition to innovative and investment branch model.

Key words: conceptual foundations, innovation activity, activization, agriculture

Постановка проблеми. Сільське господарство є однією з основних багатофункціональних галузей економіки України. Галузь спрямована на вирішення продовольчих, економічних, соціальних, екологічних та інших суспільних проблем держави. Її значення обумовлюється сприятливими ґрунтово-кліматичними умовами галузі, стабільним попитом на продовольство в Україні та в інших країнах світу. Рівень розвитку сільського господарства обумовлює, в першу чергу, вирішення продовольчих та інших суспільних проблем та ефективність функціонування галузей переробки сільськогосподарської продукції та ринку продовольства. Поряд з цим,

розвиток сільського господарства впливає на функціонування інших галузевих під комплексів для яких продукція сільського господарства є сировиною в їх технологічних ланцюгах.

Мета статті. Оскільки технологічні процеси в сільському господарстві здійснюються в природному середовищі, що є основою життєдіяльності людей, то важливим є обґрунтування та дотримання належних екологічних умов в галузі для збереження довкілля для нащадків.

Невирішена частина проблеми. Одночасно із здійснення господарської діяльності з виробництва сільськогосподарської продукції та її переробки галузь виконує вагомий соціальну роль. Зазначене проявляється у працевлаштуванні людей, створенні умов для отримання ними доходів, що йдуть на задоволення їх потреб та обумовлюють розвиток інших галузей економіки. Отримання заробітної плати робітниками, доходів суб'єктами господарювання створює передумови для наповнення місцевих бюджетів та вирішення соціальних та інших суспільних завдань розвитку сільських територій.

Кожна з зазначених складових потребує інноваційного оновлення, особливо відносно здійснення господарської діяльності у сільському господарстві. Тому, важливим є формування концептуальних засад з активізації інноваційної діяльності у сільському господарстві та підвищення ефективності дії її складових.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню різних аспектів інноваційної діяльності в економіці, та в її аграрному секторі, формуванню інноваційно-інвестиційної моделі присвяти свої праці багато вчених, серед яких по зарубіжних вчених можна виділити Мэнкью Н. Г. [3], Самуельсона П. [4], а по вітчизняних – Гейця В.М. [1], Денисенка М.П., Михайлову Л.І. [2], Саблука П. Т., Шпикуляка О. Г., Курило Л.І. [5].

Результати дослідження. В зв'язку з цим дослідження потенційних напрямів інноваційної діяльності в економіці в контексті посилення глобалізації світогосподарських процесів та входження України в світові економічні структури потребує подальшого поглибленого вивчення. А здійснення даних завдань на основі обґрунтування концептуальних засад активізації інноваційної діяльності є актуальними в теоретичному та практичному відношенні, що обумовлює мету написання даної статті.

Потенційні напрями інноваційної діяльності в сільському господарстві представлені на рис.1. На вище наведеному рисунку узагальнено представлені основні функціональні напрями сільського господарства, що відображають його роль у суспільстві. В цілому система економіки та його складова частина сільське господарство постійно потребують оновлення або інноваційної модернізації. Тому кожен з напрямів діяльності сільського господарства є напрямом інноваційної діяльності, а це, в першу чергу, є забезпечення продовольчої безпеки, формування експортного потенціалу, забезпечення сировиною галузей переробки, у вирішення енергетичної та інших безпек держави, працевлаштування людей, у вдосконалення вирішення соціальних та екологічних проблем суспільства.

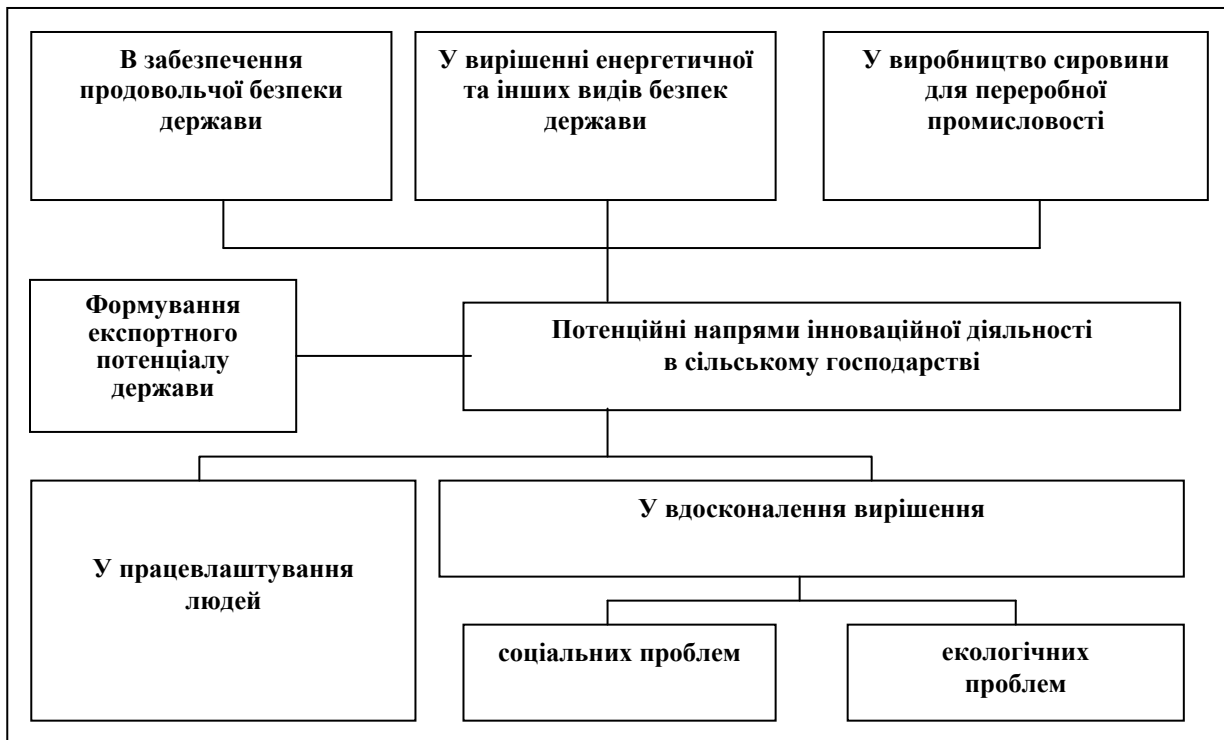


Рис. 1. Потенційні напрями інноваційної діяльності в сільському господарстві

** Джерело: сформовано автором*

Інноваційна діяльність є окремим видом діяльності, спрямованим на створення різних видів інновацій та їх впровадження у виробничу діяльність суб'єктів господарювання. Важливим на макро- та мікроекономічному рівні є забезпечення належного рівня суспільного відтворення, що визначає стратегічну перспективу функціонування суб'єктів господарювання, галузей та економіки всієї країни. Цього можна досягти за рахунок підвищення рівня інноваційності економіки та її окремих галузей. Це обумовлено еволюційним розвитком світової та вітчизняної економіки та зростанням ролі інновацій як складової підвищення ефективності господарської діяльності. Поширення процесів глобалізації у світовій економіці обумовлює посилення конкурентної боротьби на зовнішніх ринках та зростання впливу конкуренції на вітчизняних виробників сільського господарства. Тому для забезпечення їх довгострокового функціонування на ринку необхідним є опанування інноваційного підходу до модернізації власної діяльності і забезпечення, на базі цього, переходу до вищих техніко-технологічних укладів та інноваційно-інвестиційної моделі галузевого розвитку.

Модернізація економіки сільського господарства України потребує приділення уваги всім видам інновацій в сільському господарстві: інноваційним продуктам і продукції, інноваційним технологіям виробництва та переробки сільськогосподарської продукції, новим технологіям трансферу інновацій, розвитку інноваційних послуг і організаційно-технічних рішень (рис. 2).

Слід також урахувати більш тісну взаємопов'язаність між різними

складовими господарської діяльності сучасного світу. Тому в поточний період часу не виправдовує себе обмеження використання суто економічного підходу з оцінки ефективності інновацій з переважною оцінкою зміни рівня конкурентоспроможності.

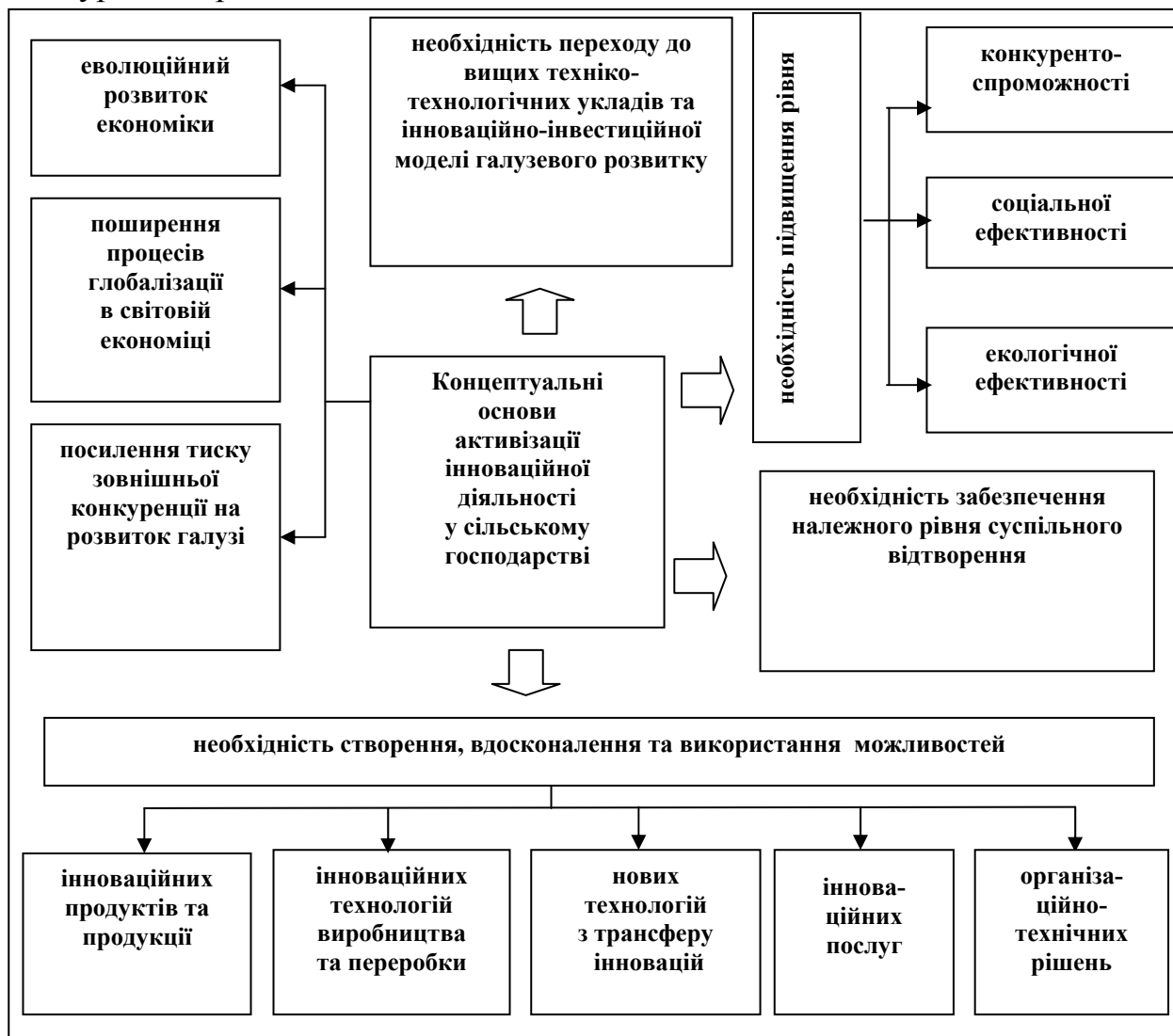


Рис. 2. Концептуальні основи активізації інноваційної діяльності у сільському господарстві

** Джерело: сформовано автором*

На сучасному етапі будь-які інноваційні розробки за заходи з їх впровадження слід оцінювати також за екологічною та соціальною ефективністю. В цілому активізація інноваційної діяльності спрямована забезпечити належний рівень суспільного відтворення сільського господарства, що буде основою забезпечення його довгострокового розвитку в економіці.

Обґрунтованість розвитку інноваційної діяльності в галузі сільського господарства значною мірою визначається врахуванням співвідношення особливостей галузевого управління та управління інноваційною діяльністю.

Однією з особливостей організаційного побудування галузі сільського господарства є наявність багатуокладності серед її суб'єктів господарювання. Кожна група суб'єктів господарювання несе своє особливе суспільне

навантаження. Так, переважною мірою, сільськогосподарські підприємства вирішують завдання забезпечення продовольчої безпеки держави. Господарства населення спеціалізуються на виробництві трудомістських видів сільськогосподарської продукції, забезпечуючи працевлаштування значної кількості населення та виступаючи джерелом додаткових доходів для них. При цьому господарства населення формують середовище з якого виходять працівники аграрної сфери підприємств. Відповідно важливості кожної з зазначених груп сільськогосподарських товаровиробників слід обґрунтувати диференційовані підходи і по їх залучення в питання здійснення інноваційної модернізації галузі. В зв'язку з цим, одним з пріоритетів активізації інноваційної діяльності для господарств населення можуть бути питання налагодження технологічних процесів, що забезпечать, в першу чергу, якісне виробництво сільськогосподарської продукції. Пріоритетом задіяння в активізацію сільськогосподарських підприємств буде підвищення продуктивності праці в галузях сільського господарства та підвищення рівня конкурентоспроможності продукції та господарської діяльності в цілому.

Галузь сільського господарства є багатофункціональною для економіки держави. Кожна з зазначених узагальнених груп сільськогосподарських товаровиробників виконує властиву для неї роль в економіці, виходячи з їх потенціалу та ресурсного забезпечення.

Висновки та пропозиції. Таким чином, подальший розвиток сільського господарства пов'язаний з переходом галузі до інноваційно-інвестиційної моделі, складовою чого виступає активізація інноваційної діяльності та рівня впровадження різних інновацій в господарську діяльність. Концептуальні основи активізації інноваційної діяльності обумовлені: еволюційним розвитком економіки, поширенням процесів глобалізації в світовій економіці, посиленням тиску зовнішньої конкуренції на розвиток галузі, необхідністю забезпечення належного рівня суспільного відтворення. Забезпечення переходу галузі до вищого техніко-технологічного укладу та інноваційно-інвестиційної моделі розвитку сприятиме підвищенню конкурентоспроможності, соціальної та екологічної ефективності галузі.

Бібліографічні посилання:

1. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків : Константа, 2006. – 272 с.
2. Інвестиційно-інноваційна діяльність: теорія, практика, досвід: Монографія / Денисенко М.П., Михайлова Л.І., Грищенко І.М., Гречан А.П. та ін.; За ред. д.е.н., проф., акад. М.П.Денисенка, д.е.н., проф. Л.І. Михайлової. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 1050 с.
3. Мэнкью Н. Г. Принципы экономики / Н. Г. Мэнкью, 2-е изд., сокращ. – СПб: Питер, 2001. – 496 с.
4. Самуельсон П. Экономика / П. Самуельсон [За ред. О. Лищишина]. – Львів: Світ, 1993. – 495 с.
5. Саблук П. Т. Інноваційна діяльність в аграрній сфері: інституціональний аспект : монографія / [Саблук П. Т., Шпикуляк О. Г., Курило Л.І. та ін.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2010. – 706 с.

List of references:

1. Heiets' V. M. Innovatsijni perspektyvy Ukrainy / V. M. Heiets', V. P. Semynozhenko. - Kharkiv : Konstanta, 2006. - 272 s.
2. Investytsijno-innovatsijna diial'nist': teoriia, praktyka, dosvid: Monohrafiia / Denysenko M.P., Mykhajlova L.I., Hryshenko I.M., Hrechan A.P. ta in.; Za red. d.e.n., prof., akad. M.P.Denysenka, d.e.n., prof. L.I. Mykhajlovoi. – Sumy: VTD «Universytets'ka knyha», 2008. – 1050 s.
3. Mjenk'ju N. G. Principy jekonomiks / N. G. Mjenk'ju, 2-e izd., sokrashh. – SPb: Piter, 2001. – 496 s.
4. Samuel'son P. Ekonomika / P. Samuel'son [Za red. O. Lyschyshyna]. – L'viv: Svit, 1993. – 495 s.
5. Sabluk P. T. Innovatsijna diial'nist' v ahrarnij sferi : instytutsional'nyj aspekt : monohrafiia / [Sabluk P. T., Shpykuliak O. H., Kurylo L.I. ta in.]. – K.: NNTs IAE, 2010. – 706 s.

УДК 335

JEL Classification: J88

Grylitska A.V.

Ph.D., associate professor

Cherkasy State Technological University, Ukraine

HISTORICAL ASSESSMENT IN THE FORMATION VALUE OF HUMAN CAPITAL ENTERPRISE

The article deals with the historical formation of the evaluation of human capital from the point of view of the enterprise.

Keywords: *human capital, accounting, evaluation*

Category "human capital" gives an idea of the structural changes in the value of human society and global economic processes that formed as a result of the development of civilization. The first attempts at interpretation of the essence of this category, had superficial problem led to a more thorough investigation of the content, structure, source of formation and movement of human capital. The smallest inaccuracies theoretically lead to errors in guaranteed practical aspect of accumulation, reproduction and use of human capital.

Since the concept of "human capital" was formed long ago, most economists thought that would be quite easy to reveal the practical value of its essence. In particular, representatives of the classical school is not just given description of the concept of "labor" and reflected the practical mechanisms of its formation. According to Karl Marx, the main role in the reproduction of labor belongs wealth, next to which is formed labor costs and ultimately creating the conditions and standards of living. It is therefore considered that the classical school study set the stage for the category of "human capital" and gave the first impetus to further research this category.

Weighty argument, as evidenced by the above opinion is that the qualification and skills of man is the value that constantly accumulates and therefore involved in many production cycles, which carries a cost for part of the cost of the newly created product as a part of fixed assets, not working. "... Additional costs of development of human capabilities - wrote Adam Smith - is the main capital, which is implemented in the individual ...".

Disclosure of the category of "human capital" has identified the need to improve the mechanisms for calculating the value of each factor, which ultimately affects the quantitative parameters for assessing the value of human capital and its change. Currently, there are many methods of calculation, but the most popular is still the approach of the American economist John Kendryka. According to the experts, this method is acceptable for countries with long rows of statistical indicators of accumulation and consumption patterns. Evaluation is done by the following elements:

- keeping children until they reach working age and get a specific profession;
- retraining;

- Certification training;
- labour migration;
- Health.

For example, as of 1970 the value of human capital of the United States was more than half the value of the national wealth. Thus, the category of "human capital" reflects the profound changes that have taken place in the economy and economics, due to increased social orientation in economic development, the need to overcome the uneven levels of economic development and well-being of developed countries and developing countries.

For many years the highest value of society in terms of economic thought considered material enrichment. The steady accumulation of material resources was considered key to progress. Over time, some scientists began to formulate singly assertion that the accumulation of wealth is a means to human development, not its purpose. This idea was clearly formulated A. Marshall: "The development of wealth - is the only means of maintaining life, to meet its needs and development of strength - physical, mental and moral. The very same people - the main means of production of wealth, and it is the ultimate goal of wealth".

Over time, given the rate of growth of productive forces, human needs are increasingly beginning to focus on intangibles, including: human needs in education, culture, science, art, creativity. Accordingly, along with the expansion of material production is growing service sector, represented primarily education, science, culture, health and so on. Al. Under such conditions it becomes clear rejection of the need for interpretation of socio-economic development as a means of wealth accumulation and not deny the fact that the development of physical, mental and spiritual qualities of man is the most important task.

Thus, the theory of human development, human capital growth reflects and describes the man as a goal and criterion of the main means of economic growth and progress of civilization as a whole. A use of the method of unity historical and logic allows to conclude that the category of human capital is the natural result of a new level of productive forces, profound changes in the structure of social production, the emergence of new, information (post-industrial) society, knowledge society. However, human development, human capital growth makes it necessary to increase the level and quality of life, overcoming poverty, inequality, caring attitude to nature, that protection of human life, democracy, expansion of social and economic activity.

According to the theory of human development and human capital efficiency policy is determined not so much economic growth as the personal achievement of each person, the development of physical and mental abilities, increase employment and socio-political activity and so on.

Given the imperfection of the modern world, the UN Millennium Declaration identifies major trends and challenges overcome the phenomena that contradict the needs of human development today. This - the eradication of extreme poverty and hunger, ensuring public primary education, empowering women and promoting their equality with men, reducing child mortality, improving maternal health, ensuring environmental sustainability and so on. Al. All this gives reason to believe that the problem of man nowadays has acquired an international character.

All this only confirms once again that it is impossible to identify the category of "human capital" and "labour costs", as each of them reflects the different economic conditions of production, changes in the role and importance of human social production. If the person resists industrial society mass of labour, the "new economy" in man and organically combines its workforce and knowledge as a factor of production.

Consequently, the cost of labour and human capital - categories are interrelated, since even if many inconsistencies in the end is to recognize them as an investment in people. But, first, as the source of the river from which it begins, can not be compared with the very river, one can not compare the category of "labour costs" and "human capital". Secondly, if we at least somehow identify these two categories, it will inevitably conclude that seemingly category of "human capital" is not a product of the new information economy, and the category of inherent and industrial society. Thus denied the historic nature of this category, its concrete historical certainty.

To the category of "human capital" has become a new essence requires that worker ceased to function in terms of appendage to service the machinery, but rather his personal knowledge at work shaped formation results. Apparently, labour as a commodity and human capital - is the economic categories characteristic of two different eras. They are united by that person embodies these qualities.

Contribution to the development of the modern theory of human capital did T. Schultz, Gary Becker, E. Denison, R. Solow, J. Kendrick, C. Smith, S. Fabricant, I. Fisher, R. Lucas H. Bouyenom, John. Kendryka , L.Turou, M.Blauha and other economists, sociologists and historians.

Development of the theory of human capital engaged as Russian scientists such as Yu.Tolypin, F.Volkov, M.Solodov, S.Strumylin, R.Kapelyushnykov, M.Krytskyy, V.Martsynkevych, S.Dyatlova, A.Dobrynin and many others, and Ukrainian scientists - O.Hrishnova, I.Kalenyuk, A.Chuhno, O.Borodina, N.Holikova, V.Mandybura and others.

Thus, S. Fischer gave a definition of human capital "is the measure of human capital embodied in the person's ability to generate income. Human capital includes innate ability and talent, as well as education and acquired skills. "

Simon Kuznets put on the spot starting potential physical capital and human capital. American economist Edward Denison (contribute to the development of this problem did Robert Solow, John Kendrick et al.) Developed a classification of economic growth. Of the 23 elected four factors are to work, 4 - Capital 1 - land, 14 - characterizing the contribution of scientific and technological progress. According to Denison, economic growth is determined not so much the number of spent factors as their quality and growth of this quality. In the first place Denison put quality workforce. An analysis of US economic growth for 1929-1982 Denison concluded that the determining factor in the growth of output per worker (productivity) Education is the most important component of human capital.

The concept of human capital (Human Capital) appeared in the publication of the second half of the XX century in the works of American scientists and economists Theodore Schultz (the term used for the first time) and his successor - Gary Becker

(1992) developed this idea explained the efficiency of investment in human capital and formulating economic approach to human behaviour.

Gary Becker first of all moved the concept of "human capital" at the micro level. The term "human capital company" Becker thought a combination of knowledge, skills and skills of all employees. Return on investment in education Becker praised as the ratio of income to expenses, received approximately 12-14% of annual profits.

In 1992, Professor of Economics and Sociology, University of Chicago Gary Becker was awarded the Nobel Prize in Economics for "the extension of microeconomic analysis to a number of aspects of human behaviour and interaction, including non-market behaviour." Ledger Becker - "Economics of Discrimination," "human capital" and "Treatise on the Family" on various aspects of the theory of human capital.

Investing in human capital should be at 4 levels:

- personal - for human capital formation of individuals;
- micro - to human capital formation of enterprises;
- miso level - to human capital formation regions and industries;
- Macro level - to form the total human capital of the country.

American Institute of Labour (Work Institute in America, WIA), human resource accounting (HRA) defines as the development of theoretical foundations that explain the nature and determinants of value people in terms of formal enterprises; development of reasonable and reliable methods for assessing the value and cost of people to the enterprise; designing the organizational support of the proposed assessment methods.

Representatives of the Institute identified the following functional objectives HRA:

1. Submit costly and cost information to make management decisions in acquisition, disposition, development of human resources to achieve costly-effective organizations objectives.

2. Provide for the possibility of management personnel to carry out effective monitoring human resources.

3. Ensure the control value of the assets that determine it remained unchanged, decreased or increased.

4. Provide management with information about human capital for effective administrative decisions [10, p. 440].

Evaluation of the productive abilities of the person who used them in the course of economic activity, was one of the main problems of economic theory. The most used is the method of measuring human capital through cash gauges - cost. [3, p. 22].

References:

1. Beztelesna L. I. Man Development: Approaches to treatment essentially and conditions him Support / L. I. Beztelesna // Economy Ukraine. - 2009. - № 7.- С. 4-12.
2. Marshall A. Principles ekonomycheskoy science: in 3 vol. / A. Marshall. - M. : Progress, 1993. - T. 1 - 415 p. ; T. 2 - 310 p. ; T. 3 - 351 p.

3. Grishnova Oh. And. Man Capital: formation in System Education and Professional training / O. A. Grishnova - K. : Knowledge of, 2001. - 254 p.
4. Sen A. As Development Freedom / P er. with the English. ed. RM Nuriev. - M. : Novo Publishing, 2004. - 432 p.
5. AN Borodin The human capital in rural areas: scientific basis, state development problems: [monograph] / A. Borodin. - K.: IAEUAAN, 2003. - 227 p.
6. Cooper S. Social solutions and human capital formation in rural areas / market economy transformation APC: col. Monograph. / Ed. PT Sabluk, B. I. Ambrosova, D. There. Maznyeva. - M. 1.- K. : IAE, 2002.- 571 p.
7. Mikhailova LI Human capital: formation and development in rural areas: [monograph] / LI Mikhailova. - K. : Center educational literature, 2008. - 388 p.
8. Davydyuk T. B. Classification costs in section components Human capital as prerequisite Development methodology boo halterskoho accounting / TV Davydyuk // Bulletin Zaporizhzhya National University / Series: Economic Science. - 2012. - № 1 (13). - C. 102-107.
9. Davydyuk T. In. Development of Accounting Human Capital: Theory and Methodology: [monograph] / T. B. Davie Duke. - Exactly: ZSTU, 2011. -508 p.
10. Mətyus MR buhucheta Theory: Textbook / P er. With the English. ed. Y. Sokolov, IA Smyrnovoy. / MR Mətyus, M. H. B. Perera - M.: Audit, YUNYTYD 999. - 663 p.
11. Shetinin V. Chelovecheskyy capital disambiguate ego and interpretation / V. Shetinin // Mirovaya Between People's economy and relations. - 2001. - № 12. - P. 42-49.
12. 35 regulations (standards) accounting ILA region [text]: As of March 14, 2012 - K: Center of educational literature, 2012. - 258 p.
13. International Financial Reporting Standards and accounting. - K. Publishing House "Svarog», 2012. - 734 p.
14. Derun I. Improving display components of intellectual capital in the accounting / IV Derun // Accounting and Auditing. - 2013. - № 5. - S. 28-34.
15. Ladovsky Oh. And. Accounting Reporting as source Information about cost Company: monitoring Ukrainian practice / O. A. Ladovsky // Collection research papers ChSTU / Series: Economic Science. - 2012. - Ch. II. - C. 237-241.
16. Davydyuk T. In. Increasing informative the data by development reporting Information software management men capital / T. B. Davydyuk // Financial - Credit System: Problems Theory and Practice, 2013. - Vol. 2. - C. 310-316.

Каламбет К.М.

аспірант кафедри економіки підприємства
Полтавська державна аграрна академія

Каламбет К.Н.

аспірант кафедри економіки підприємства
Полтавська державна аграрна академія

Kalambet K.N.

postgraduate department of enterprise economics
Poltava state agrarian academy

ПІДХОДИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА РІЗНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РІВНЯХ

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА РАЗНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УРОВНЯХ

APPROACHES TO DETERMINING THE EFFECTIVENESS OF FINANCIAL PLANNING AT DIFFERENT ECONOMIC LEVELS

У статті розглянуто методичні підходи оцінки ефективності фінансового планування на економічних рівнях. Наведена порівняльна характеристика методів оцінки ефективності фінансового планування. Зазначено показники, що характеризують ефективність фінансового планування на державному рівні, рівні підприємства та домогосподарства. Узагальнюючи підходи до оцінки ефективності фінансового планування пропонується використовувати підхід щодо оцінки на основі визначення відхилень фактичних значень фінансово-економічних показників від запланованих при врахуванні як множини контрольно-аналітичних даних, що характеризують зовнішню і внутрішню середу, так і ефективність рішень, прийнятих в попередні періоди часу.

Ключові слова. Фінансове планування, ефективність фінансового планування, методологія оцінки ефективності, показники ефективності, мінімальні відхилення.

В статье рассмотрены методические подходы оценки эффективности финансового планирования на экономических уровнях. Приведена сравнительная характеристика методов оценки эффективности финансового планирования. Приведены показатели, характеризующие эффективность финансового планирования на государственном уровне, уровне предприятия и домохозяйства. Обобщая подходы к оценке эффективности финансового планирования предлагается использовать подход к оценке на основе определения отклонений фактических значений финансово-экономических показателей от запланированных при учете как множества контрольно-аналитических данных, характеризующих внешнюю и внутреннюю среду, так и эффективность решений, принятых в предыдущие периоды времени.

Ключевые слова. Финансовое планирование, эффективность финансового планирования, методология оценки эффективности, показатели эффективности.

The article considers methodological approaches assess the effectiveness of financial planning at the economic level. The comparative characteristic of methods for evaluating the effectiveness of financial planning. These indicators characterizing the efficiency of financial

planning at the national level, the level of enterprises and households. Summarizing approaches to evaluating the effectiveness of financial planning are encouraged to use approach to evaluation by identifying deviations actual financial and economic indicators of the planned taking into account both set control and analytical data on the external and internal environment and the effectiveness of decisions taken in previous periods.

Keywords. *Financial planning, financial planning effectiveness, methodology, evaluation, performance.*

Постановка проблеми. Фінансове планування - суб'єктивна діяльність людей, що базується на пізнанні об'єктивних законів розвитку суспільства, тенденцій руху фінансових ресурсів, вивченні наявного економічного становища, результатів заходів, що вживалися раніше, цілей, які поставлені на сьогодні. У процесі фінансового планування й прогнозування визначаються обсяги фінансових ресурсів, які створюватимуться в державі в цілому, обсяги ресурсів, що зосереджуватимуться й розподілятимуться через бюджетну систему, підприємницькі структури і населення.

Фінансове планування здійснюється на різних економічних рівнях, зокрема стосується трьох видів суб'єктів - держави, підприємства і домогосподарства. На всіх цих рівнях фінансове планування суттєво відрізняється. Основні відмінності виражаються, як в підходах до оцінки ефективності, так й в суб'єктах, об'єктах, формах, етапах та методах фінансового планування. Спостерігаються й схожі ознаки: мета, завдання, складові фінансового планування. Схожість фінансового планування пояснюється тим, що в кінцевому результаті планування будь-якого рівня направлене на позитивний результат – зміцнення фінансового становища і впевненість у майбутньому.

Підвищення ефективності фінансового планування дозволить через результативність, дієвість та якість фінансового плану досягти стратегічних та тактичних цілей розвитку усіх суб'єктів ринкової економіки.

Аналіз останніх досліджень. У сучасних теоретичних розробках вітчизняні та зарубіжні науковці значну увагу приділяють питанням досягнення ефективності фінансового планування. Багато із зазначених вище питань висвітлювалося у працях таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як: Ю. Брігхем, Л. Гапенскі, Дж. Ван. Хорн. А. М. Кінг, Б. Койл, Т. Райе, А. М. Хіл. Лафуанте, В. В. Бочаров, Т. А. Бочарова, Е. В. Бикова, Б. Д. Промислов, Й. Б. Жученко, В. В. Ковальов, Є. В. Нагашев. Л. Н. Павлова, І. А. Бланк, В. В. Галасюк, О. О. Терещенко та ін.

Як правило, у працях фахівців для визначення ефективності фінансового планування застосовується метод економічного аналізу, який дозволяє визначити ступінь виконання планових показників за минулий період шляхом порівняння їх з фактичними даними. Цей метод дозволяє виявляти показники за якими відбулось невиконання плану. Але, якщо розглядати фінансове планування як процес, то майже відсутні критерії оцінки ефективності фінансового планування на всіх економічних рівнях. Майже не досліджуються проблеми оцінки реальності та достовірності планів держави та домогосподарств з метою збільшення доходів, визначення заходів щодо

підвищення ефективності використання фінансових ресурсів, розрахунку очікуваного виконання плану тощо. Деякі аспекти якості планів підприємств у фаховій літературі підіймаються, але також не достатньо досліджено підходи до оцінки ефективності фінансового планування, особливо в умовах нестабільності та кризи. Відсутність реального стратегічного фінансового планування економічного розвитку держави з визначенням конкретних критеріїв не дозволяє іншим суб'єктам ринкових відносин на передбачуваний основі скласти свої стратегічні та тактичні фінансові плани.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні та обґрунтуванні системи показників, що характеризують ефективність фінансового планування на різних економічних рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність фінансового планування як функція управління багато в чому залежить від того, якими принципами і методами планування керуються при складанні планів. На практиці використовуються різні методи планування, починаючи від традиційних методів, як бюджетні, до більш складних - моделювання, розробка планів або окремих його розділів на основі теорії ігор і проектів сценаріїв. Для кожного суб'єкта фінансового планування характерні свої методи та показники. Але, як правило, по кожному виду доходів і витрат визначається вихідна базова величина за період, що передує плановому, а потім беручи до уваги фактори, що впливають на показник у плановому періоді, розраховується його рівень.

Ефективність фінансового планування на державному рівні визначається низкою економічних показників: величина приросту національного доходу, ВВП, структурні зміни видатків і надходжень до бюджету, дефіцит і профіцит бюджету тощо. При ефективному фінансовому плануванні держава гарантує фінансове забезпечення передбачуваного рівня економічного й соціального розвитку, що можливо на основі ефективного використання наявних у суспільстві ресурсів; фінансового забезпечення планових показників, завдань і запланованих заходів. Ефективне державне планування означає використання фінансових ресурсів з метою першочергового забезпечення фінансовими ресурсами пріоритетних напрямків розвитку економіки й соціальної сфери, забезпечення розподілу фінансових ресурсів через усі ланки фінансової системи, тобто через сферу державних фінансів, підприємницьких структур, фінансового ринку та домогосподарств. Отже, ефективність фінансового планування на державному рівні повинна оцінюватися не тільки макроекономічними показниками, а й фінансовим становищем нижчих ланок – суб'єктів господарювання та домогосподарств.

За умов переходу до ринку зростає роль фінансового планування на рівні окремих господарських суб'єктів, оскільки діяльність підприємств, організацій, установ пов'язана з певним економічним ризиком, тому обсяги доходів, витрат або втрат повинні бути попередньо розраховані за різними варіантами для прийняття оптимального рішення.

Головним призначенням фінансового планування на рівні певних господарських суб'єктів є розрахунки потреб у фінансових ресурсах, обсягу й

напрямок їх використання, визначенні ефективності кожної фінансової операції й результатів діяльності такого суб'єкта. Ефективність фінансового планування на рівні суб'єктів господарювання також може оцінюватися різними фінансовими показниками. Але, одними із головних показників, на наш погляд, повинні бути прибуток, темпи приросту (росту) прибутку та темпи приросту (росту) реальної вартості підприємства.

Для розуміння сутності фінансів домогосподарств, важливо визначитись із категорією «домогосподарство». Домогосподарство – сукупність фізичних одиниць – резидентів, що мають спільні економічні інтереси, функції, поведінку і джерела фінансування. Система національних рахунків дає визначення домогосподарства як невеликої групи людей, що проживають в одному помешканні, повністю або частково об'єднують свої доходи і майно, спільно споживають певні види товарів і послуг. Спільне проживання і ведення побуту передбачають спільні витрати, тобто члени домогосподарства повинні мати спільний бюджет для задоволення своїх потреб.

В загальному аспекті для визначення ефективності фінансового планування домогосподарств потрібно провести емпіричну перевірку, що організована як аналіз досягнення стратегічної мети функціонування домогосподарства в умовах нестационарного зовнішнього середовища. Але такий підхід є актуальним і для підприємств.

Визначенням поняття ефективності фінансового планування займалося багато авторів, їх думки щодо методології оцінки ефективності фінансового планування доволі різноманітні.

Аналіз підходів до оцінки ефективності фінансового планування дозволив їх узагальнити в табл. 1.

Узагальнюючи підходи наведені в табл. 1. можна зазначити основне, що їх поєднує – це необхідність досягнення певних показників розвитку об'єкту.

Як відомо, економічна ефективність обумовлена відносним ефектом, тобто відношенням корисного результату до витрат. Таким чином, ефективність виступає як міра раціональності використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Але такий підхід до оцінки ефективності фінансового планування потребує деякого уточнення, бо планування це процес, а оцінити ефективність процесу можна через інші показники, а саме, ритмічність, послідовність, синхронність тощо.

Узагальнюючи проаналізовані підходи можна запропонувати використання наступних показників для оцінки ефективності фінансового планування, які можуть враховувати специфіку економічних рівнів:

1. Мінімальні відхилення фактичних від планових показників, що характеризують поточний стан, стан розвитку та показників, що характеризують ефективність рішень щодо нівелювання негативного впливу зовнішнього середовища. Так, через врахування відповідного функціонування суб'єкта у попередні періоди, реалізація фінансового планування може розглядатися як ефективна, якщо забезпечується реалізація наступного функціоналу:

Підходи до оцінки ефективності фінансового планування

Методи	Сутність
Система економічних показників	Ефективність фінансового планування на державному рівні визначається низкою економічних показників: величина приросту національного доходу, ВВП, структура зміни видатків і надходжень до бюджету, дефіцит і профіцит бюджету
Метод оцінки коефіцієнтів	Виділяють дві основні групи фінансових коефіцієнтів: коефіцієнти координації та коефіцієнти розподілу. Коефіцієнти координації показують відношення між абсолютними фінансовими показниками, що мають різну економічну сутність, а також між їх комбінаціями. Коефіцієнти розподілу показують, яку частку той чи інший абсолютний фінансовий показник становить від групи абсолютних фінансових показників, до якої він входить
Метод комплексного коефіцієнтного аналізу	Оцінювання за допомогою величини п'ятьох основних груп коефіцієнтів: коефіцієнтах ліквідності на основі притоку грошових коштів; коефіцієнтах грошової ємності на базі відтоку грошових коштів; коефіцієнтах ефективності на основі чистого грошового потоку; коефіцієнтах перспективних грошових потоків; коефіцієнтах осідання та маневреності грошових коштів підприємства
Метод співвідношення корисного результату до витрат	Економічна ефективність обумовлена відносним ефектом, тобто відношенням корисного результату до витрат. Ефективність визначається як мінімізація відхилень фактичних значень фінансово-економічних показників від запланованих можлива лише при врахуванні як множини контрольно-аналітичних даних, що характеризують зовнішню і внутрішню середу, так і ефективність рішень, прийнятих в попередні періоди часу
Метод співвідношення між очікуваними і фактично отриманими показниками	Будь-яка множина фактичних показників повинна максимально дорівнювати величині планових показників, різниця між скоригованими і запланованими показниками повинна бути мінімальною
Метод співвідношення термінів	Критерій емпіричної перевірки даного принципу, що може бути представлений як умова достатності доступних ресурсів для фінансування існуючих потреб операційної, інвестиційної та фінансової діяльності в кожний період часу
Метод на основі процесного підходу	Дана системи фінансового планування дозволяє підприємству перейти від фінансового управління «цифрами», «боротьби» за розподіл фінансових ресурсів між підрозділами (як це досить часто відбувається на практиці) до прямого фінансового управління процесами, орієнтованого на досягнення стратегічних фінансових цілей та підвищення цінності підприємства, що спрямовує підприємство на постійні зміни, що в сучасних умовах є необхідним фактором ефективного розвитку
Модель LONGER	Модель створена для прийняття рішень в сфері фінансового планування. Модель розраховує найбільш вдалий фінансовий план у межах заданих допущень та меж. Показником ефективного фінансового планування є максимальна чиста приведена вартість компанії
Модель фінансового планування Уоррена - Шелтона	Модель є засобом забезпечення менеджерів необхідними даними для прийняття управлінських рішень щодо досягнення стабільного росту компанії. Показником ефективного фінансового планування є задані темпи росту вартості компанії

$$E_1 = \forall t E_{ft} - E_{pt} = \forall t_f A, K, e, r, p, t - E_p t_2 \rightarrow \min \quad (1)$$

де $t=1, t$ – роки реалізації фінансових планів;

E_{ft} , E_{pt} – фактична і планова ефективність розробленого фінансового плану на рік t , відповідно;

$A = a_i$ – множина контрольних-аналітичних даних, що характеризують як поточний стан, так і існуючі тенденції на момент розробки плану;

$K = k_i$ – множина контрольних-аналітичних даних, що характеризують стан зовнішнього середовища суб'єкта;

e – показник, що характеризує ефективність рішень, які були прийняті в попередні періоди часу для нівелювання негативного впливу зовнішнього середовища [8];

r – показник, що характеризує ритмічність виконання плану;

p – показник, що характеризує послідовність дій та рішень щодо виконання плану.

Функціонал E_1 означає, що мінімізація відхилень фактичних значень фінансово-економічних показників від запланованих можлива лише при врахуванні як множини контрольних-аналітичних даних, що характеризують зовнішню і внутрішню середу, ефективність рішень, прийнятих в попередні періоди часу, так і ефективність процесу реалізації плану. Отже, функціонал $E_1 \geq 0$ [8].

Приведена економічно-математична формула показує, що різниця будь-якої множини показників фактичної ефективності і планової ефективності повинна дорівнювати мінімальному значенню.

Система фінансового планування буде вважатися ефективною, якщо розбіжність між очікуваними і фактично отриманими показниками ефективності буде мінімальною і становитиме не більше 3-10%.

В окремих випадках, коли розробляється напружений план, функціонал E_1 може дорівнювати 0, або навіть мати значення менше 0. Тобто, суб'єкт ставить перед собою занадто складні завдання, розуміючи що заплановані показники можуть бути невиконані.

2. Загальні показники ефективності фінансового планування.

Такі показники найбільш притаманні для використання оцінки ефективності планування на підприємстві, але можуть бути використані й для оцінки окремих аспектів державного планування та планування домогосподарств. При цьому множини таких показників повинні розраховуватися спеціально розробленими програмами, окремо для кожного підприємства (чи суб'єкту планування) виходячи із специфіки їх діяльності та мети.

Крім того, аналіз ефективності фінансового планування на практиці можна проводити за допомогою визначення та оцінки фінансових коефіцієнтів координації та розподілу. Коефіцієнти координації показують відношення між абсолютними фінансовими показниками, що мають різну економічну сутність, а також між їх комбінаціями. Коефіцієнти розподілу показують, яку частку той чи інший абсолютний фінансовий показник становить від групи абсолютних фінансових показників, до якої він входить.

Для аналізу фінансових потоків підприємства з метою формування ефективної системи фінансового планування доцільно використовувати відносні показники. Сучасною фінансовою практикою розроблено комплексний коефіцієнтний аналіз грошових потоків, який ґрунтується на матриці фінансових коефіцієнтів.

Ефективність фінансового планування на підприємстві, як правило, оцінюється за допомогою таких основних груп коефіцієнтів:

- 1) коефіцієнтах ліквідності на основі притоку грошових коштів;
- 2) коефіцієнтах грошової ємності на базі відтоку грошових коштів;
- 3) коефіцієнтах ефективності на основі чистого грошового потоку;
- 4) коефіцієнтах перспективних грошових потоків;
- 5) коефіцієнтах осідання та маневреності грошових коштів підприємства.

Отже, загальні показники ефективності фінансового планування для підприємства характеризуються наявністю позитивних фінансових потоків (прибутковості підприємства), збільшення показників ліквідності та платоспроможності, збільшення показників рентабельності та рівня продажів.

Для інших економічних рівнів показники можуть визначатися виходячи з виду плану та мети суб'єкта.

3. Мінімальні відхилення фактичних значень від запланованих і скоригованих значень показників.

Сучасні економічні процеси характеризуються високою динамічністю та невизначеністю, тому заплановані показники можуть за деякий плановий період часу коректуватися. Тому така оцінка ефективності фінансового планування може бути використана на всіх економічних рівнях. Особливо стає актуальною для держави в сучасних умовах, коли фінансові плани постійно піддаються коректуванню. Відповідно й інші суб'єкти ринкової економіки в умовах кризи змушені також коректувати свої фінансові плани під змінами зовнішнього середовища.

Функціонал E_2 означає, що мінімізація відхилень фактичних показників від запланованих та скоригованих характеризує ефективність реалізації плану.

Тобто:

$$E_2 = \forall t E_0 FP_1, FP_2, \dots, FPN, t - E_f FP_{1,}, FP_{2,}, \dots, FPN_{,}, t_2 \rightarrow \min \quad (2)$$

де E_0 , E_f – функції очікуваної і фактично отриманої ефективності функціонування держави, домогосподарства або підприємства, відповідно;

FP_1, FP_2, \dots, FPN – заплановані значення показників фінансових планів на момент часу t ;

FP_1, FP_2, \dots, FPN , – скориговані значення показників фінансових планів на момент часу t [8].

Отже, будь-яка множина фактичних показників повинна максимально дорівнювати величині планових показників, різниця між скоригованими і запланованими показниками повинна бути мінімальною, тобто $E_2 \leq 0$.

4. Для визначення ефективності планування можна скористатись також принципом співвідношення термінів отримання та використання коштів.

Тобто умова достатності доступних ресурсів для фінансування існуючих потреб держави, домогосподарств, підприємств (іншого суб'єкту планування) в кожний період часу, тобто виконання співвідношення:

$$E_3t = Dt - 1 + P_t + C_t \geq H_t \quad (3)$$

де $Dt - 1$ – сума доступних і вільних фінансових ресурсів на кінець періоду часу $t - 1$;

P_t – очікувані надходження коштів протягом періоду часу t ;

C_t – фінансові ресурси, які можна залучити із зовнішніх джерел протягом періоду часу t ;

H_t – потреба у фінансуванні протягом періоду часу t [8].

Висновки. Питанням оцінки ефективності фінансового планування фахівцями не приділяється належної уваги. В той час, як діяльність зі складання планів формування, розподілу і використання фінансових ресурсів на рівні окремих суб'єктів господарювання, їх корпоративних об'єднань, галузевих структур, територіально-адміністративних одиниць, країни в цілому забезпечують реалізацію фінансової стратегії суб'єктів в майбутньому періоді.

Сучасні підходи до оцінки ефективності фінансового планування достатньо різноманітні відповідно до приналежності до економічного рівня та стратегічної мети суб'єкта. В той же час, узагальнюючи ці підходи пропонується використовувати підхід щодо оцінки на основі визначення відхилень фактичних значень фінансово-економічних показників від запланованих при врахуванні як множини контрольно-аналітичних даних, що характеризують зовнішню і внутрішню середу, ефективність рішень, прийнятих в попередні періоди часу, так і ритмічність, послідовність та синхроністі у виконанні планів.

Ефективність фінансового планування на всіх економічних рівнях має свою специфіку і дозволяє: виявити фактори та причини, що вплинули на виконання планових завдань у попередньому і поточних роках, а також резерви зростання фінансових ресурсів; обґрунтувати основні параметри фінансового плану; проаналізувати його ефективність та результативність; визначити недоліки в роботі органів управління фінансами в ході складання та виконання фінансових планів, підготувати пропозиції щодо їх усунення.

Ефективність фінансового планування на державному рівні визначається низкою економічних показників: величина приросту національного доходу, ВВП, структура зміни видатків і надходжень до бюджету, дефіцит і профіцит бюджету.

Використовуючи наведені показники оцінки ефективності фінансового планування на рівні державних фінансів можна визначити виконання передбачуваного рівня економічного й соціального розвитку, ефективного використання наявних у суспільстві ресурсів та грошових фондів, завдань, програм, заходів тощо.

На рівні держави система фінансового планування може вважатися ефективною, якщо відхилення між досягнутими та запланованими основними

макроекономічними показниками соціального та економічного розвитку будуть мінімальними.

Аналіз ефективності фінансового плану на підприємстві можна проводити за допомогою оцінки групи коефіцієнтів та коефіцієнту мінімізації відхилень фактичних значень від запланованих. При цьому розробка планових показників повинна враховувати гранично напружені можливості підприємства.

На рівні домогосподарства система фінансового планування може вважатися ефективною, якщо розбіжність між очікуваними і фактично отриманими показниками життєзабезпечення буде мінімальним. Для визначення ефективності планування можна скористатись також принципом співвідношення термінів отримання та використання коштів.

Бібліографічні посилання:

1. Вишнеvский В. П. Принципы налогообложения: обоснование и эмпирическая проверка / В. П. Вишнеvский // Экономика Украины. – 2008. – № 10. – С. 55-72.
2. Бримсон Д. Процессно-ориентированное бюджетирование. Внедрение нового инструмента управления стоимостью компании [Текст] / Д. Бримсон, Дж. Антос / [Пер. с англ.]. - М.; СПб. : Вершина, 2006. - 336 с.
3. Лихачева О. Н. Финансовое планирование на предприятии [Текст] / О. Н. Лихачева. - М.: Проспект, 2004. - 264 с.
4. Составляем семейный бюджет [Электронный ресурс] // Офіційний веб-портал. Режим доступу: http://Avwvv.dominsoft.ru/articles_temp.php?p=artsb2
5. Линдгрэн М. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией / М. Линдгрэн, Х. Бандхольд / [Пер.с англ. И. Ильиной]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009. – 256 с.
6. Мясин А.В. Моделирование финансовых параметров компании на основе бухгалтерской информации и с учетом рыночной динамики / А. В. Мясин // Имущественные отношения в РФ. – 2011. – № 5 (116). – С. 32-45.
7. Ричард Брейли, Споарт Майерс. Принципы корпоративных финансов: - М.,1997. - 1120 с.
8. Кравченко О.О. Сценарне фінансове планування і прогнозування на залізничному транспорті: теорія і практика: [монографія] / О.О. Кравченко. – К.: ДЕТУТ, 2013. – 300с.
9. Кравченко О.О. Моделирование оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів на залізничному транспорті в умовах економічної кризи / О.О. Кравченко, О.В. Андреева // Ефективна економіка. – 2012. - №12 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=&z=1676>
10. Кравченко О.О. Побудова адаптивної системи прогнозування з використанням недовизначених моделей / О.О. Кравченко // Зб. наук. Праць Державного економіко-технологічного університету, секція «Економіка і управління». – 2010. – Вип.16. – С.293-299.
11. Онищенко С.В. Принципы та основні критерії побудови ефективної системи бюджетування на підприємстві / С.В. Онищенко // Економіка: проблеми теорії та практики / Зб. наук. пр. Випуск 156. - Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – С. 120-126.
12. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений / Д.Норт; пер. с англ. К.Мартынова, Н.Эдельмана. – М: Изд. дом гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. – 256.

List of references:

1. Vishnevskiy V. P. Printsipyi nalogooblozheniya: obosnovanie i empiricheskaya proverka / V. P. Vishnevskiy // Ekonomika Ukrainyi. – 2008. – №10. – S. 55-72.

2. Brimson D. Protsessno-orientirovannoe byudzhetrovanie. Vnedrenie novogo instrumenta upravleniya stoimostyu kompanii [Tekst] / D. Brimson, Dzh. Antos / [Per. s angl.]. - M.; SPb. : Vershina, 2006.-336 s.
3. Lihacheva O. N. Finansovoe planirovanie na predpriyatii [Tekst] / O. N. Lihacheva. - M.: Prospekt, 2004. - 264 s.
4. Sostavlyаем семейный бюджет [Elektronniy resurs] // Ofitsiyniy veb-portal. Rezhim dostupu: http://Avvvv.dominsoft.ru/articles_temp.php?p=artsb2
5. Lindgren M. Stsenarnoe planirovanie. Svyaz mezhdubuduschim i strategiy / M. Lindgren, H. Bandhold / [Per.s angl. I. Ilinoy]. - M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2009. - 256 s.
6. Myasin A.V. Modelirovanie finansovyih parametrov kompanii na osnove buhgalterskoy informatsii i s uchetom ryinochnoy dinamiki / A. V. Myasin // Imuschestvennyie otnosheniya v RF. - 2011. - №5 (116). - S. 32-45.
7. Richard Breyli, Spoart Mayers. Printsipy korporativnyih finansov: - M.:, 1997. — 1120 s.
8. Kravchenko O.O. Stsenarne finansove planuvannya I prognozuvannya na zallznichnomu transporti: teoriya I praktika: [monografiya] / O.O. Kravchenko. - K.: DETUT, 2013. - 300s.
9. Kravchenko O.O. Modelyuvannya otslnki ekonomIchnoYi effektivnosti InvestitsIynih proektIv na zallznichnomu transporti v umovah ekonomIchnoYi krizi / O.O. Kravchenko,O.V.Andreeva // Efektivna ekonomIka. - 2012. - №12 [Elektronniy resurs] - Rezhim dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=&z=1676>
10. Kravchenko O.O. Pobudova adaptivnoYi sistemi prognozuvannya z vikoristannyamm nedoviznachenih modeley / O.O. Kravchenko // Zb. nauk. Prats Derzhavnogo ekonomIko-tehnologIchnogo unIversitetu, sektsIya «EkonomIka I upravlnnya». - 2010. - Vip.16. - S.293-299.
11. Onischenko S.V. Printsipi ta osnovni kriterIyi pobudovi effektivnoYi sistemi byudzhetuвання na pidpriEmstvI / S.V. Onischenko // EkonomIka: problemi teoriyi ta praktiki / Zb. nauk. pr. Vipusk 156. - DnIpropetrovsk: DNU, 2002. - S. 120-126.
12. Nort D. Ponimanie protsesa ekonomicheskikh izmeneniy / D.Nort; per. s ang. K.Martynova, N.Edelmana. - M: Izd. dom gos. un-ta Vyisshey shkolyi ekonomiki, 2010. - 256.

УДК (331.107.266:332.145):338.124.4

JEL Classification: M2, M14, Q02

Корнілова В.О.

кандидат економічних наук, доцент,

Лохман Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. Михайла Туган-Барановського (м.Кривий Ріг)

Корнилова Е.В.

кандидат экономических наук, доцент,

Лохман Н.В.

кандидат экономических наук, доцент,

Донецкий национальный университет экономики и торговли
им. Михаила Туган-Барановского (г.Кривой Рог)

Kornilova O.V.

candidat of economics, associate professor,

Lokhman N.V.

candidat of economics, associate professor,

Donetsk National University of Economics and Trade
name dafter Mykhayilo Tugan-Baranovsky

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ШЛЯХ ДО ВИРІШЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ТА НАСЛІДКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА КАК ПУТЬ РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ И ПОСЛЕДСТВИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A WAY SOCIO-ECONOMIC PROBLEMS SOLVING AND THE CONSEQUENCES OF ECONOMIC CRISIS

В статті проаналізовано погляди українських і зарубіжних вчених про необхідність розуміння соціальної спрямованості бізнесу і необхідність його соціальної відповідальності, представлено критерії за якими підприємство може бути визначено як соціально відповідальне.

***Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, економічне мислення, соціально-економічні програми, розвиток, соціальне підприємство.*

В статье проанализированы взгляды украинских и зарубежных ученых о необходимости понимания социальной направленности бизнеса и необходимости его

социальной ответственности, представлены критерии по которым предприятие может быть определено как социально ответственное.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, экономическое мышление, социально-экономические программы, развитие, социальное предприятие.

The present article is devoted to the analysis of Ukrainian and foreign scientists' views of necessity of business social orientation understanding and its social responsibility, the criteria of company identification as a social responsible one, and social-oriented enterprises problems and prospects are presented.

Keywords: corporate social responsibility, economic thinking, social and economic programs, development, social enterprise.

Постановка проблеми. Сьогодні найбільш гостро стає проблема виживання для багатьох українських підприємств. Зрозуміло, що в період тривалої кризи, коли підприємства балансують на межі виживання, залишаться на ринку лише ті підприємства, які мають сучасне обладнання та користуються новітніми технологіями, а також підприємства, які зберегли та примножили свій інтелектуальний потенціал. Разом з тим, актуальною є проблема пошуку нових шляхів ефективного функціонування й розвитку сучасного бізнесу.

Двадцять перше століття у світовій науці визначається, як період поширення впливу новітніх знань та уявлень у всі сфери діяльності людини. Шириться таке поняття, як соціально-відповідальне економічне мислення підприємця, як різновид мислення спеціалістів з економіки та підприємництва, у якому провідне місце відводиться саме безпеці життєдіяльності людини та якості споживання. Відомо також, що значна частина валового національного продукту (ВВП) створюється в наукоємних галузях, які забезпечують інформаційні блага і послуги, а також обладнання для передачі і обробки знань та інформації. Наприклад, в країнах ЄС та США частка вироблених за допомогою високих технологій товарів і послуг у загальному обсязі ВВП перевищує 70%. Якщо не так давно головною складовою національного багатства були основні фонди, тобто основний капітал, то сьогодні в США, країнах Європи, Китаї $\frac{3}{4}$ його приходиться на людський капітал. В Україні цей показник рівняється біля 50% [1, с.20].

Питання соціального відповідальності бізнесу корегують з питаннями ефективності використання людського капіталу. Відомі американські вчені Д.Коллінза та Д.Порраса в своїй книзі «Побудовані навечно» описують, як великі та малі компанії різними шляхами йдуть до успіху. В книзі наведено результати багаторічних досліджень 18 найкращих компаній США, які існують на ринку по сто і більше років. У ході дослідження було встановлено, що повернення інвестицій із січня 1926 по 31 грудня 1999 року в цих компаніях становило в середньому 56%, що виявилось аж у 15 разів більше, ніж у цілому по американській економіці. Причиною цього, як виявилось, було те, що в цих компаніях прибуток не був головною метою їхнього існування, бо на першому місці там стояли негрошові цінності. І цими цінностями були споживачі та персонал фірми.

Зміна підприємницького мислення на соціально-відповідальне економічне мислення сприяє підвищенню іміджу підприємства та збільшення

кола споживачів. Д. Коллінз та Д. Поррас – відомі автори бестселеру «Побудовані навечно», стверджують, що «...насправді провідні організації уявляють себе інакше, ніж підприємства середньої руки. У них є філософія, дух, смисл буття, який виходить далеко за межі повсякденного, пов'язаного з грошима». [5, с.12].

Так ми підійшли до думки про необхідність розуміння соціальної спрямованості бізнесу, її важливості та корисності як із боку клієнтів, так і співробітників та інших зацікавлених сторін суспільства. Можемо впевнено говорити, що сучасному підприємству вже недостатньо просто повернути увагу до своєї продукції. Значно важливішим є необхідність формування довіри споживачів і постачальників до підприємства, що відбувається лише за умови сприяння просуванню соціальних ініціатив, благодійного маркетингу, корпоративного соціального маркетингу, волонтерської діяльності на користь суспільства тощо, тобто того, що надає компанії додаткової привабливості та цінності – соціально-орієнтована поведінка компанії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Безперечним є той факт, що більшість вітчизняних підприємств на сьогодні існують за межами стабільності. Суспільство чекає від бізнесу значних зрушень і досягнень не лише з точки зору високих економічних результатів, а й з точки зору дієвої реалізації соціальних цілей. Підтвердження цього знаходимо у працях вітчизняної дослідниці І.М.Рябець: „Останнім часом зростають вимоги до відповідальної поведінки бізнес-структур, входять у практику їх соціальні звіти, які відображають спрямованість їхньої діяльності, звертається увага на вирішення соціальних проблем, збереження соціального капіталу, від чого й залежить їхнє процвітання” [7, с.199].

Як зазначав президент Української асоціації якості Петро Калита: „Соціальна спрямованість бізнесу – це поєднання соціально відповідальних підходів до ведення бізнесу (базис) і специфічної діяльності компанії з вирішення соціальних проблем у суспільстві (надбудова) [4,с.148-152]. Звідси можемо говорити, що соціальна орієнтація підприємства обов'язково передбачає його соціальну відповідальність. Сьогодні все більше вітчизняних та зарубіжних науковців у своїх працях намагаються довести необхідність соціальної відповідальності, розкриваючи питання її сутності, майбутніх перспектив, форм та проблем упровадження. Дослідження учених підтверджують той факт, що компанії, які мають статус монополій іноді конфліктують з інтересами суспільства та держави, і лише економічні важелі спрямовують їх до вирішення соціальних проблем, першими з яких стоять у списку екологічні та громадські. Актуалізація цих проблем зумовлена, насамперед, підвищенням значущості нематеріальних факторів економічного зростання, пов'язаних із розвитком людського потенціалу.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, незважаючи на теоретичні напрацювання й практичне використання соціальної відповідальності, практично не дослідженим залишається питання специфіки соціального спрямування українського бізнесу в сучасних умовах господарювання.

Мета статті. Виходячи з цього, метою статті є обґрунтування теоретичних концептуальних засад соціально спрямованого бізнесу як інноваційного напрямку розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу. В бізнесі будь-яка компанія створюється для виробництва товарів чи послуг та їх подальшого продажу з метою забезпечення споживачів відповідно до чинних норм та вимог. На сьогодні практично всякий бізнес може заявити про себе як соціально спрямований, оскільки досить часто виділяються кошти на допомогу знедоленим чи малозабезпеченим. Однак говорити про компанію як соціально відповідальну не можна, коли вона займається лише благодійністю. Кожна компанія зобов'язана виконувати, насамперед, вимоги, пов'язані з безпекою споживачів, співробітників, навколишнього середовища: без цього вона в принципі не має права на існування. Також кожна компанія повинна дотримуватися норм і правил соціального забезпечення, соціального захисту, сплати податків, які вже самі по собі спрямовані на вирішення соціальних проблем суспільства.

Слід наголосити, що серед науковців до цього часу немає єдності в розумінні природи, джерел і наслідків соціально відповідальної діяльності. Більшість дослідників зразком соціально відповідального підприємства вважають такі, що займаються спонсорством, меценатством та звертають увагу на захист навколишнього середовища. При цьому, як справедливо зазначає О.В.Солодуха, зовсім „не наголошується на необхідності толерантного ставлення підприємства до власного персоналу, персоналу партнерських організацій та не привертається увага до проблем професіоналізації управління соціальною поведінкою компанії”. Управління ж соціальним розвитком підприємств здійснюється завдяки впровадження соціальних технологій менеджменту [8, с.159].

Соціальна спрямованість підприємницької діяльності також простежується у „створенні умов для підвищення продуктивності праці, наданні робочих місць, виробництві конкурентоспроможної продукції, забезпеченні сучасної гідної оплати праці працівникам. А.М.Колот, обстоює думку про соціальну відповідальність як „намагання завуалювати справжні цілі та водночас спроба надати корпораціям “людського обличчя”, уникнути звинувачень у неетичній поведінці; підступний спосіб посилення влади корпорацій; одну з технологій світового домінування, за якої глобальний бізнес залишається все тим самим бізнесом економоцентричним, асоціальним”[6,с.71].

В.М.Загорулько та О.В. Коваленко під соціальною відповідальністю бізнесу розуміють „...певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми з боку бізнесу-структури та її керівників, а саме: проведення політики, прийняття рішень, дотримання напрямків діяльності, бажано виходячи із цілей і цінностей суспільства” [3,с. 15].

Спеціаліст з менеджменту А.О. Глебова пов'язує питання ділової етики і соціальної відповідальності бізнесу. Автор вказує на недостатньо дослідження цих проблем для вітчизняної економіки та чинного законодавства України, яке не створює передумов для розвитку соціальної відповідальності і використання

конкурентних переваг від позитивного іміджу підприємства у суспільстві [2, с.62-63].

На цій підставі можемо говорити, що соціально орієнтований бізнес будується на добрій волі підприємців, які приймають її за обов'язок діяти в інтересах суспільства. Однак тут же одразу виникає питання необхідності державного регулювання соціально-економічної діяльності, здатного повною мірою не лише розкрити сутність зобов'язань у нормативно-правових документах і забезпечити їхнє виконання, але й одночасно задіяти широке коло підприємців, забезпечуючи тим самим більшу безпеку споживача й можливість комплексного підходу в сфері державного регулювання в різних галузях економіки. Тобто, проблематика соціальної відповідальності має розглядатись і на теоретичному, системному, рівні, і в управлінському контексті.

Тому в сучасному світі як великі транснаціональні компанії, так і невеликі місцеві підприємства переосмислюють формати свого функціонування, формулюють нові стратегії, що дозволили б їм краще реагувати на потреби споживачів, партнерів, персоналу, суспільства та довкілля. Принципи соціальної відповідальності стають однією зі складових успішної стратегії, що зміцнює імідж і репутацію компанії, приваблює клієнтів та утримує найкращих працівників.

Згідно із західними стандартами кожне підприємство розробляє власну соціальну стратегію і щорічно виділяє кошти на фінансування витрат на соціальні програми. В Україні, на жаль, прояви соціальної активності мають спонтанний характер та не є частиною плану з формування іміджу компанії.

В працях відомих американських вчених Г. Боуена та К. Девіса було обґрунтовано цілу низку принципів положень, які розвинули теоретичні засади цього феномену й водночас зробили їх більш зрозумілими для професіоналів, зорієнтувавши на практику соціальної діяльності. К. Девісом було сформульовано так званий „залізний закон” відповідальності: ті, хто не беруть на себе відповідальності, адекватної їхній владі, у результаті втратять цю владу. На думку вченого, фірма не буде соціально відповідальною, якщо вона співвідносить свою діяльність лише з мінімальними вимогами закону, оскільки це притаманне будь-якому хорошому громадянину [9,с.47]. Дотримуючись у цілому трактування відповідальності як моральної категорії, К. Девіс припускав, що деякі соціально відповідальні рішення в бізнесі в процесі тривалого, складного аналізу можуть бути «виправдані» як такі, що надають непоганий шанс для отримання фірмою довгострокового економічного ефекту.

Світовий досвід сформував критерії, відповідність яким дозволяє визначити компанію як соціально відповідальну. До них належать: добросовісна сплата податків; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з підвищення кваліфікації, охорони здоров'я, морального стимулювання працівників; реалізація благодійних і спонсорських проектів; захист екології та ін.

Практично всі науковці розділяють соціальну відповідальність на дві великі групи: 1) внутрішню і 2) зовнішню. До внутрішньої соціальної відповідальності можна віднести такі види діяльності компаній: повага до працівників, етичне управління персоналом; безпека праці та охорона здоров'я; формування та забезпечення виробничої демократії; підтримка високого рівня й стабільності заробітної плати, яка б давала змогу не просто жити й утримувати сім'ю, але розвиватися і в загальнолюдському, і у професійному сенсі; додаткове медичне та соціальне страхування працівників; розвиток персоналу через навчальні програми та програми підготовки і підвищення кваліфікації працівників; допомога в критичних ситуаціях (наприклад, у разі серйозного захворювання, що потребує великих матеріальних затрат та призводить до тривалої втрати працездатності); прозора звітність компаній, обов'язковим складовим елементом якої є соціальна звітність.

Внутрішня складова корпоративної соціальної відповідальності з погляду інтересів бізнесу спрямована на те, щоб через гармонізацію соціально-трудових відносин працівники ставали більш професійними, мотивованими, лояльними до підприємства, прагнули максимальних результатів у роботі.

Одним із можливих засобів активізації та соціального спрямування українських підприємств є використання менеджментом Європейської моделі досконалості (з умовою адаптації до українських особливостей ведення бізнесу та умов сучасного бізнес-середовища), яка слугує еталоном та взірцем для провідних західних компаній.

Можливим варіантом соціально-економічного розвитку підприємства є різновид сукупності застосування у господарській діяльності ресурсів підприємства та спеціальних фондів, який забезпечує задані його кінцеві цілі соціально-економічного розвитку.

Сьогодні соціальна відповідальність реалізується вітчизняними компаніями через відповідні соціальні проекти і програми, а також впровадження відповідних законодавчих актів, які спрямовані, по-перше, на захист людини як потенційного працівника та одночасно споживача.

Соціально-економічні програми, розробляються на рівні держави та на рівні місцевих органів самоврядування і спрямовані:

- на зовнішнє середовище підприємства, в яких в вирішуються проблеми екології (екологічні програми), освіти (освітні програми), медицини (медичні та оздоровчі програми) підтримки культури, містечтва та захисту історичних пам'ятників (історико-культурні програми);

- на розвиток внутрішнього середовища підприємства, соціальну підтримку власного персоналу, працівників (програми розвитку персоналу: навчальні курси і програми; комплексні соціальні пакети; програми з охорони здоров'я і покращення умов праці персоналу та відпочинку).

Регіональні програми розвитку малого і середнього підприємництва одним з джерел фінансування соціально-спрямованого бізнесу мають створення Фондів підтримки соціального розвитку підприємств, які реалізують соціальні програми. Також можливо залучення фінансової підтримки Міжнародного фонду «Відродження» для розвитку соціально орієнтованого бізнесу у сільській

місцевості, сприяння працевлаштуванню сиріт, дітей з багатодітних родин, створення робочих місць для осіб із обмеженими можливостями.

Соціальне підприємство відрізняється від інших підприємств тим, що для таких підприємств соціальний ефект є прямим цілеспрямованим результатом, а не побічним продуктом діяльності. Так, деякі підприємства, які мають лише комерційну спрямованість, іноді проводять благодійні акції для дітей сиріт, дитячих будинків, притулків тощо, але у цілому вони не вирішують соціальних проблем і їх діяльність не переслідує таких цілей. Це означає, що соціальні цілі повинні бути прописані у статуті підприємств соціально-спрямованого бізнесу або в інших документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими до виконання.

Зразками вітчизняних соціально-відповідальних компаній можна назвати ТОВ СП «НІБУЛОН» (м.Миколаїв), ПАТ «Оболонь» (м.Запоріжжя), АТ НКМЗ (м.Кроматорськ), ТОВ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДІНГ» (м.Маріуполь) адже ці компанії обрали соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу. На їх сторінках в інтернеті з'являються статті і соціальні звіти про реалізацію проектів охорони навколишнього природного середовища; допомоги дитячим будинкам; впровадження енергозберігаючих новітніх технологій; покращення рівня медичного обслуговування; охорони та збереження навколишнього середовища.

Безперечно, держава зацікавлена у розвитку соціально-орієнтованого підприємництва, тому що результатом їх діяльності є зменшення соціальної напруги у суспільстві.

Новітня архітектура розвитку економіки свідчить про можливість використовувати європейську модель досконалості, яку застосовують провідні західні компанії і яка в своїй основі являє приклад соціальної спрямованості бізнесу. Соціальне спрямування бізнесу великих європейських компаній відбувається внаслідок спрямування залученого прибутку від своєї діяльності на фінансування соціальних проектів. Тут можна провести розподіл: або прибуток іде на реінвестицію в діяльність підприємства, на якому працюють соціально вразливі категорії населення, або на фінансування соціальних проектів.

Роль фінансування у вирішенні соціально-економічних проблем та підвищенні підприємницької активності малого та середнього бізнесу була досліджена світовою громадською організацією SEO в Канаді. На основі проведеного дослідження були зроблені висновки про те, що серед зовнішнього фінансування соціальної економіки, найбільше значення мають, так звані, «місцеві оптимізатори», які вирішують питання фінансування підприємств соціальної економіки і, як оптимізатори, використовують можливість доступу до зовнішнього фінансування (гранти, кредити та кредитні лінії) [10].

Висновки і пропозиції. Таким чином, дослідження проблеми розвитку соціально-спрямованого підприємництва в Україні дозволило зробити наступні висновки:

- посилення соціальної відповідальності бізнесу є необхідним в умовах нестабільності післякризового становища економіки України, а соціальна

відповідальність має широкий спектр проблем, шляхи вирішення яких потрібно шукати негайно;

- досвід світових корпорацій свідчить, що конкурентоспроможність підприємств, а відповідно і національних економік в цілому, визначається якісними, а не ціновими чинниками, найбільш істотними з яких є здатність до інновацій і сприйняття новітніх технологічних досягнень, в основі якої лежить людський, інтелектуальний, соціальний капітал, а саме це і зумовлює соціальну спрямованість бізнесу;
- соціально-орієнтоване підприємство повинно чітко визначати свої цілі у статуті і уявляти свою стратегію довготривалого розвитку лише за умови підтримки соціально важливих ініціатив суспільства, належного рівня соціального забезпечення працівників, впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо;
- використання пріоритетного напрямку реалізації соціальної відповідальності бізнесу свідчить про впровадження ефективної стратегії управління підприємством, що забезпечує йому конкурентоспроможність, інноваційний розвиток, довгострокову стійкість, високий імідж і позитивну соціальну роль.

Бібліографічні посилання:

1. Воронкова В.Г. Нова парадигма філософії економіки XXI століття // Гуманітарний вісник ЗДІА, № 46, Запоріжжя.- 2011.С.19-32 ISSN 2072-1692.
2. Глебова А. О. Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств на сучасному етапі : проблеми та шляхи вирішення [Текст] / А. О.Глебова // Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти [Текст]. Ч. 1. [Електронний ресурс]: матеріали V міжнар. наук.-практ. конф., (13-14 трав. 2010 р.) / редкол. О. О.Нестуля, Л. Г. Войнаш, І. А. Маркіна. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – С.62–64.
3. Загорулько В.М. Соціальна відповідальність бізнесу як наслідок державного регулювання економіки / В.М. Загорулько, О.В.Коваленко // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції: "Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону", 16 грудня 2011 р. - В 2-х томах. – Т.1. - Красноармійськ: КП ДонНТУ, 2011. – С.13-19.
4. Калита П.Я. Соціально спрямований бізнес, або бізнес з турботою про людей. //Конкурентоспроможність: країна, регіон, підприємство/ Рада конкурентоспроможності України; За ред. Полунєєва Ю.В. – К.: ПАТ&К, 2006 – С. 147–159
5. Коллинз Д. Построенные навечно: Успех компаний, обладающих видением / Джим Коллинз, Джерри Поррас; пер. с англ. Виталия Мишучкова. – 2-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. –368 с.
6. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: сучасна філософія, проблеми засвоєння / А.М.Колот // "Економіка України". – 2014. – 3 (628). – С.70-82.
7. Рябец И.Н. Социальная ответственность бизнеса: социологический аспект анализа / "Sotsioprostir, interdisciplinary scientific research journal of sociology and social work".№1. – 2010, p.199-202.
8. Солодуха О.В. Организационные вопросы обеспечения социально-экономической эффективности менеджмента / О. В. Солодуха // Матеріали четвертої міжнародної науково-практичної конференції для викладачів, аспірантів та молодих вчених: "Сучасні технології управління підприємством та можливості використання

- інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи", 27-28 березня 2009 р. / уклад.: С. Г. Васильєв ; ОНУ ім. І.І. Мечникова . – Одеса : Букаєв В.В., 2009 . – С. 158-159.
9. Davis K. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society / K. Davis // Business Horizons. – Vol. 10 (4).-
 10. С.46-49.
 11. Karaphillis G. Financing social economy organizations: research results and policy recommendations // Dartmouth, Nova Scotia - March 25 & 26, 2010 - [Електронний ресурс].–Режим доступу: <<http://www.msvu.ca/socialeconomyatlantic/pdfs/SN5/Spring2011%20Fact%20Sheet%20Docs-5.1/5.1%20ACCSE%20PolicyHandout%20GK0310.pdf>>

List of referances:

1. Voronkov V. The new paradigm of the philosophy of the economy of the XXI century// Gumanitary News ZDIA, number 46, Zaporizhzhya.- 2011.pp.19-32. ISSN 2072-1692.
2. Glebova A.O. Social responsibility of domestic enterprises at present stage: problems and solutions [Text] / A.O Glebova // Methodology and Practice Management on the threshold of XXI century: national, sectoral and regional aspects [text]. Ch 1 + [Electronic resource]: materials of Vth Intern. nauk. and practical. Conf., (13-14 May 2010) - Poltava: RVV PUET, 2010. - pp.62-64.
3. Zagorulko V.M. Social responsibility of business as a result of government regulation of the economy / V.M Zagorulko, O.V.Kovalenko // Materials of the All-Ukrainian scientific-practical conference "Actual problems of economic and social development of the region", 16 December 2011 - The 2-x volumes. - Ch.1. - Krasnoarmiysk: KP DonNTU, 2011. - pp.13-19.
4. Kalita P.Y. Socially oriented business or the business of caring about people. // Competitiveness: country, region, company / Ukraine Competitiveness Council; red. Poluneeva Y.V. - K. : PAT & K, 2006 - pp. 147-159.
5. Collins D. Built to Last: Successful companies with vision / Jim Collins, Jerry Porras; per. from English. Vitaly Mishuchkova. - 2nd ed. - Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2014,p.368.
6. Kolot A.M. Corporate Social Responsibility: modern philosophy, problems of assimilation / A.M.Kolot // "Economy of Ukraine". - 2014 - 3 (628). - pp.70-82.
7. Rjabets I.N. Corporate Social Responsibility: the sociological aspect of the analysis / "Socioprostr: mizhdistsiplinaryny zbirnik Naukova Prace s sotsiologiiı that sotsialnoı robots." №1. - 2010, pp.199-202.
8. Solodukha O.V. Organizational issues of socio-economic efficiency of management / O.V.Solodukha // Materials fourth international scientific conference for teachers, graduate students and young scientists "Modern technology management company and the possibilities of using information systems: state, problems and prospects", 27-28 March 2009 / conclud.: S.G. Vasiliev; ONU. named Mechnikov. - Odessa: Bukayev V.V., 2009. - pp. 158-159.
9. Davis K. Understanding the social responsibility puzzle: what does the businessman owe to society / K. Davis // Business Horizons. - Vol. 10 (4) .- pp.46-49.
10. Karaphillis G. Financing social economy organizations: research results and policy recommendations // Dartmouth, Nova Scotia - March 25 & 26, 2010 - [Electronic resource] .- Access mode: <<http://www.msvu.ca/socialeconomyatlantic/pdfs/SN5/Spring2011%20Fact%20Sheet%20Docs-5.1/5.1%20ACCSE%20PolicyHandout%20GK0310.pdf>>

УДК: 338:365.2

JEL Classification: R 210, R 310

Марачевська А.В.,

аспірант кафедри бухгалтерського обліку
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Марачевская А.В.,

аспірант кафедры бухгалтерського учета
Харьковський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Marachevska A.V.

graduate student of accounting
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ДОСТУПНОСТІ ЖИТЛА ДЛЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ДОСТУПНОСТИ ЖИЛЬЯ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ

THE IMPROVEMENT OF METHODS FOR EVALUATION HOUSING AFFORDABILITY OF THE POPULATION IN UKRAINE

Розглянуто існуючу світову методіку щодо оцінки доступності житла для населення України, запропоновано удосконалення розрахунку коефіцієнта доступності житла за рахунок врахування рівня щомісячних витрат кожної родини, а також розроблено авторську класифікацію молодих родин України за рівнем доходу та відповідною потребою у власному нерухомому майні.

Ключові слова: *власне житло, коефіцієнт доступності житла, категорія родин за рівнем доходу та рівнем потреб*

Рассмотрена существующая методика оценки доступности жилья для населения Украины, предложено усовершенствование расчета коэффициента доступности жилья за счет учета уровня ежемесячных затрат каждой семьи, а также разработано авторскую классификацию молодых семей Украины по уровню дохода и потребностью в собственном недвижимом имуществе.

Ключевые слова: *собственное жилье, коэффициент доступности жилья, категория семей по уровню дохода и уровнем потребностей*

The methods for evaluation housing affordability of the population in Ukraine have been existed, the improving the calculation of housing affordability index by taking into account the level of monthly expenses of each family has been proposed, also the author 's classification of young families in Ukraine by income level and the need to own real estate have been developed.

Keywords: *own housing, housing affordability index, the category of families by income level and needs*

Постановка проблеми: Ринок нерухомого майна є одним з тих важелів національної економіки, розвиток якого призведе до розвитку багатьох секторів економіки. Крім того, ринок нерухомого майна – це не лише

економічний аспект розвитку держави, але й соціально-демографічний, оскільки власна оселя для молоді родини завжди є запорукою щасливого та спокійного життя. Але, на жаль зараз, в умовах економічної нестабільності ситуація на ринку нерухомості наступна: дохід родин не дозволяє заощаджувати власний капітал, іпотечний кредит став непопулярною фінансовою послугою банківських установ за рахунок значних ризиків, а зростання курсу іноземної валюти призводить до недоступності житла. Саме для того, щоб об'єктивно оцінити ситуацію, що склалася, та на основі цього вже запропонувати раціональні та ефективні методи вирішення проблеми, необхідно вивчити методику оцінки доступності житла для населення України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Вивченням проблеми забезпечення власним житлом населення займається не велике коло вітчизняних вчених, зокрема вивчають методику оцінки доступності житла такі автори як Н. Косарева [2] та А. Туманов [2]

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми: Під час вивчення питання оцінки доступності житла було виявлено, що це питання чи взагалі не вивчається, чи йому приділяється мало місця саме у вітчизняному науковому секторі економіки. За основу береться методика ООН, що не є оптимальною, оскільки вона взагалі не враховує рівень витрат родини, а бере до уваги лише її дохід.

Мета статті: удосконалення методики оцінки доступності житла для населення України за рахунок впровадження класифікації родин за рівнем доходу та потребою в житлі, а також врахування під час розрахунку доступності житла щомісячного рівня витрат молоді родини.

Виклад основного матеріалу: На даний час ситуація з забезпеченням населення власним житлом стоїть дуже гостро, особливо це стосується молодих сімей (Згідно Закону України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” молоддю або молодими громадянами вважаються громадяни України віком від 14 до 35 років). Так лише за офіційними даними Державного комітету статистики щорічно на квартирному обліку перебуває більш ніж 100 тис. чоловік, серед яких приблизно 10 % - молодь. При цьому щорічно поліпшують свої квартирні умови впродовж року від 0,7 до 1,5 % молоді, а більшість так і залишається винаймати житло або жити в незадовільних для життя умовах. І це лише дані за населенням, яке стоїть в черзі на квартирному обліку, загалом картина ще набагато гірша.

Саме для того, щоб реально оцінити ситуацію з забезпеченням людей власним житлом, а також виявити можливість самостійної купівлі нерухомого майна у власність і використовують методику оцінки доступності житла для населення, у відповідності до якої у практиці ООН використовують показник “коефіцієнт доступності житла” (housing price to income ratio), який розраховується як відношення медіанної вартості житла до медіанного розміру доходу домогосподарства за рік. Пр цьому зарубіжні науковці визначають, що показник доступності житла за своєю сутністю - це період часу (кількість років), за який середньостатистична сім'я може накопичити кошти для придбання помешкання (стандартної квартири) за умови 100% спрямування

сукупного доходу всіх членів домогосподарства для досягнення цієї мети. Чим менше значення показника доступності житла, тим краще рівень вирішення житлової проблеми у державі [2].

Доступність житла розраховується за наступною формулою:

$$КДЖ = \frac{(B * S)}{(D * K)} \quad (1)$$

де: КДЖ – коефіцієнт доступності житла;

В – вартість 1 кв. метра житла;

S – середня площа квартири;

Д – дохід одного члена сім'ї за один рік;

К – кількість осіб сім'ї

Розраховуючи доступність житла, треба враховувати той факт, що є різні за рівнем доходу родини, в яких різні потреби в житлі, а також різне уявлення про ступінь комфортності. Саме тому автор пропонує розділити українські родини на три категорії, кожна з яких має свій рівень достатку та має різну першочергову потребу в житлі (рис.1)

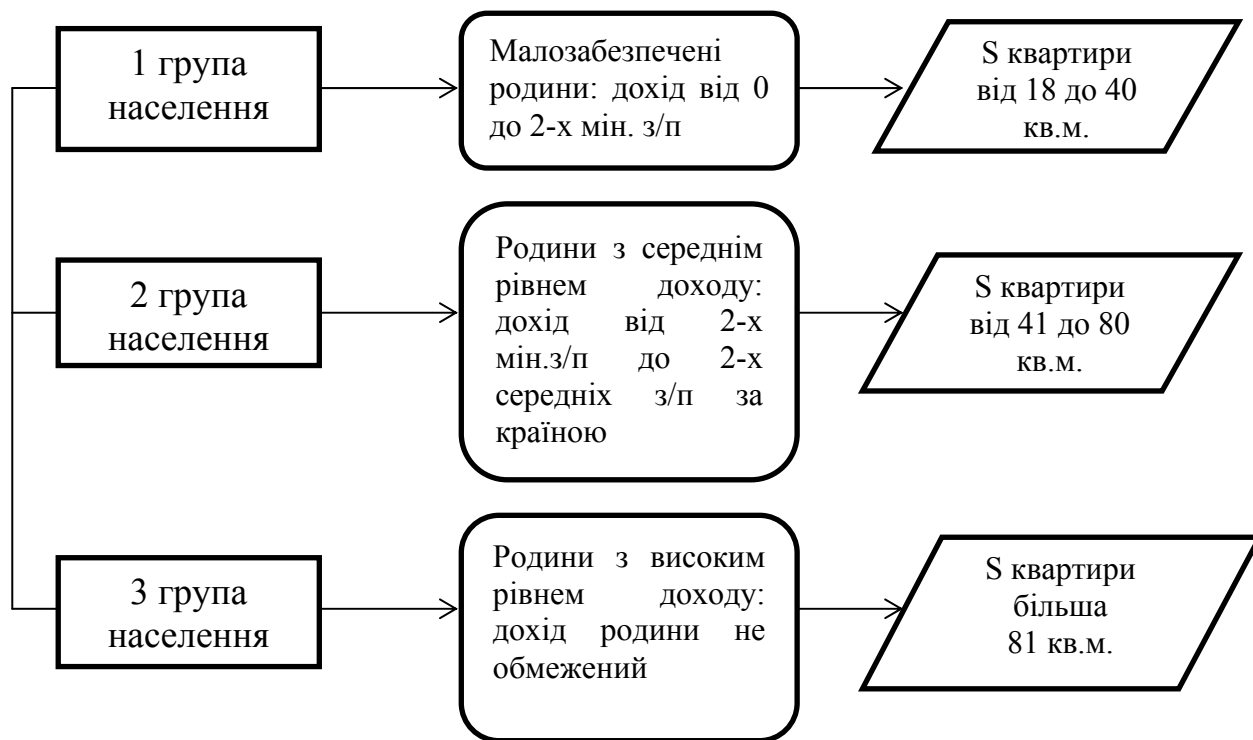


Рис. 1. Розподіл українських молодих сімей за рівнем доходу та потребою у житлі

В результаті, як бачимо з рис.1 отримуємо наступний розподіл молодих родин:

1 категорія родин – малозабезпечені родини. Всі члени родини отримують заробітну плату, яка не перевищує мінімальний розмір, встановлений в країні, вони не мають додаткових джерел отримання доходу. Для забезпечення своїх потреб на початковому рівні їм необхідна окрема кімната в гуртожитку чи малогабаритна 1-кімнатна квартира в будь-якому

районі міста, не зважаючи на престижність. Перевага буде надаватися житлу, вартість якого найменша, а площа квартири становить від 18 до 40 кв.м.;

2 категорія родин – родини з середнім рівнем доходу. Всі члени родини отримують заробітну плату, яка вписується в межі середньої заробітної плати за регіоном, або в середньому за Україною. Для забезпечення потреби в житлі та комфорті їм необхідна однокімнатна чи двокімнатна квартира з власною кухнею, ванною і т.п., при цьому вартість житла не повинна перевищувати середню вартість житла за всім містом, а площа квартири становить від 41 до 80 кв.м.;

3 категорія родин – родини з високим рівнем доходу. Всі члени родини отримують високу заробітну плату, вони мають інші джерела надходжень коштів, окрім заробітної плати, наприклад, власний бізнес. Для забезпечення потреби в житлі їм необхідна, як мінімум, 3-хкімнатна квартира (від 81 кв.м.). Для такої категорії населення розраховувати рівень доступності житла не є доцільним.

Отримані дані приведено в табл. 1.

Таблиця 1

Коефіцієнт доступності житла за різними обласними центрами України для 3-х груп населення

Групи населення	Коефіцієнт доступності за різними обласними центрами України						
	Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів	в середньому
1 група:							
КДЖmin	9,0	5,3	7,0	5,4	5,3	5,7	6,3
КДЖmax	19,9	11,7	15,7	11,9	11,8	12,6	13,9
2 група:							
КДЖmin	6,4	7,2	8,7	5,5	4,9	8,2	7,1
КДЖmax	12,4	14,0	16,9	10,7	9,6	16,0	13,8
3 група							
КДЖmin	-	-	-	-	-	-	-
КДЖmax	-	-	-	-	-	-	-

В результаті проведених розрахунків можна зробити висновок, що молода сім'я, яка прагне придбати кімнату в гуртожитку чи однокімнатну квартиру, при отриманні мінімальної заробітної плати на кожного члена родини, зможе це зробити приблизно через 6,3-13,9 років, за умови, що 100% доходів спрямовується саме на придбання житла. Якщо враховувати фактор, що з мінімальної заробітної плати на двох треба платити за оренду житла чи частково сплачувати комунальні платежі при проживанні з батьками, необхідно ще спрямовувати кошти на їжу, одягу та інші потреби, то навідь 10% доходу, який спрямовується на заощадження, в такій ситуації є оптимальними. В такому випадку молода родина взагалі зможе придбати власне житло в середньому за країною через 83,5 років. А якщо брати до уваги, що в родині може бути один працюючий, то отримаємо наступні параметри моделі - коефіцієнт доступності

- [0; 13,9]

Стосовно 2 категорії населення, то родини з середнім рівнем доходу при умові спрямування 100% доходу на купівлю житла, матимуть змогу придбати власні апартаменти через 7,1-13,8 років. Якщо ж знову враховувати фактор витрат, то родина в кращому випадку може заощаджувати в місяць близько 30% від щомісячного доходу, тобто в середньому за країною 1913,4 грн. на місяць, за рік – 22960,8 грн. За таких умов молода родина зможе придбати власну квартиру через 31 рік. Коефіцієнт доступності [0; 13,8]

3 категорія, як було зазначено, - це категорія, до якої відносяться заможні громадяни, які мають інші джерела доходів, окрім заробітної плати, чи працюють на керівних посадах та отримують достатньо високу заробітну плату. Для такої категорії розраховувати коефіцієнт доступності не є раціональним, оскільки серед них є люди, які можуть придбати власний будинок без заощаджень та накопичень, інші можуть отримати в подарунок апартаменти і інш. Коефіцієнт доступності [0;+]

Зобразимо отримані дані графічно

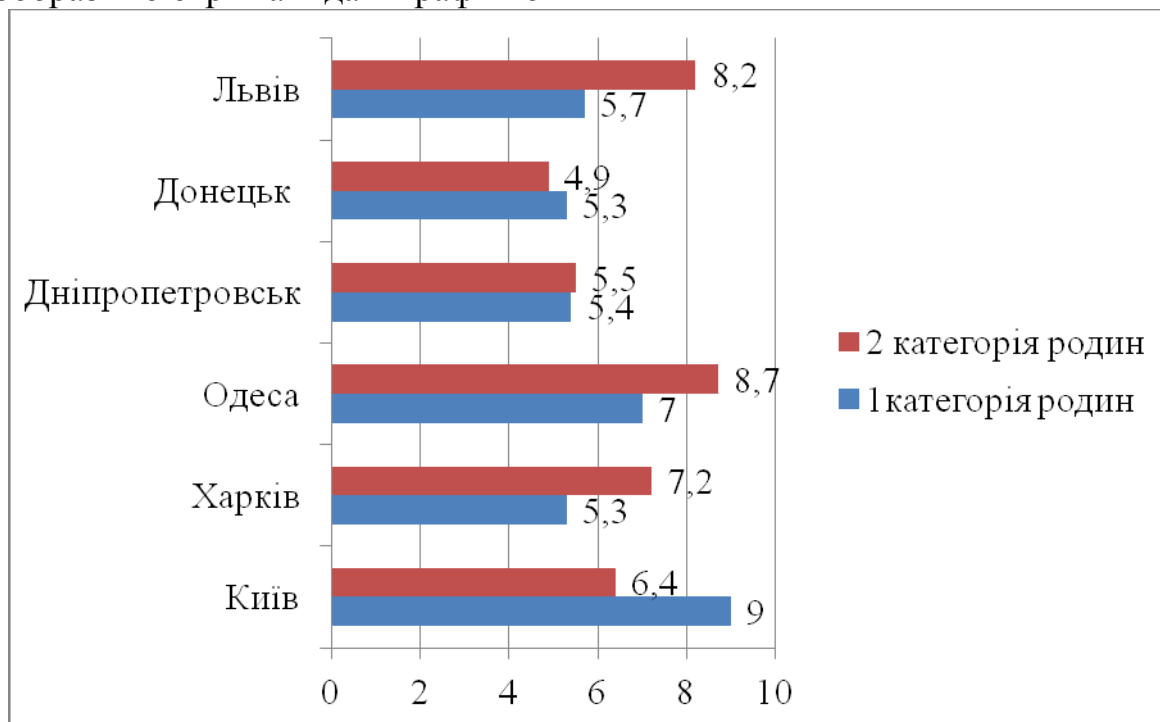


Рис. 1. Коефіцієнт доступності житла длі різних категорій населення

Таким чином, більшість молодих сімей не мають змоги одразу придбати власне житло, родинам при умові 100% заощадження необхідно від 7,1 до 13,9 років на придбання власної оселі, а при врахуванні всіх витрат та при умові реального розміру заощаджень, на купівлю житла необхідно від 31 до 83,5 років. Тому, як бачимо, для реального відображення стану справ в сфері придбання власної оселі населенням України, необхідно змінити методику розрахунку. Автор пропонує удосконалити існуючий розрахунок за рахунок внесення до його формули коефіцієнту заощадливості, який дозволить проводити оцінку стану доступності населення більш правдиво та раціонально.

Автор пропонує розраховувати коефіцієнт доступності житла за

наступною формулою:

$$КДЖ = \frac{Вн}{Зр} \quad (2)$$

де: V_n – вартість нерухомості, грн.;

Z_r – річний розмір заощаджень, грн.;

Такий розрахунок дозволить оцінити реальну можливість громадян України придбати нерухоме майно за власні кошти та надасть можливість уряду країни та фінансовим установам можливість краще зрозуміти важливість розвитку іпотечного кредитування в країні, як це, наприклад, діє в США та розвинених країнах Європи, де більшість квартир та домівок купується у кредит за рахунок залучення позичок банків, які активно співпрацюють з урядом країн щодо розвитку соціальних кредитних програм.

На основі удосконалення методик оцінки доступності власного житла уряду України необхідно буде і вдосконалювати соціальні програми, які націлені на розвиток зокрема молодіжного іпотечного кредитування.

Висновки: В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що при оцінці доступності житла для громадян України не слід використовувати методику ООН, за якою розраховується коефіцієнт доступності виходячи з того, що всі 100 відсотків доходу населення країни спрямовуються на заощадження для купівлі житла. Така ситуація є економічною утопією. В цій ситуації краще тільки враховувати рівень заощадливості родини, що в свою чергу надасть реальну оцінку доступності власної оселі для родин України. Крім того, кожна родина має власні базові потреби, які також формуються на основі отриманого рівня доходу, а тому необхідно розподіляти ці родини і для кожної категорії розраховувати свій коефіцієнт доступності.

В подальшому необхідно не лише змінити методику оцінки доступності житла для молодих родин, а розробити систему на рівні держави, яка дозволить частково за рахунок заощаджень родини, частково за рахунок субвенцій держави та іпотеки банків збільшувати рівень родин, для яких власна оселя буде доступною.

Бібліографічні посилання:

1. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні // Закон України від 05.02.1993 № 2998-ХІІ зі змінами та доповненнями – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
2. Что показывает коэффициент доступности жилья... / Н. Косарева, А. Туманов // "Демоскоп Weekly". - 2007. - 29 октября-11 ноября

List of references:

1. About promotion Social Development of Youth in Ukraine // Law of Ukraine dated 05.02.1993 № 2998-XII with amendments - Access: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
2. What does the housing affordability index / N. Kosarev, A. Tumanov // "Demoscope Weekly". - 2007 - 29 October-11 November

Пуцько Б.М.

доктор економічних наук, професор, м. Львів, Україна

Пуцько Б.М.

доктор экономических наук, профессор, г. Львов, Украина

Punko B.M.

Doctor of Economics, Professor, Lviv, Ukraine

**МОДЕЛЮВАННЯ АЛГОРИТМУ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ЧИННИКІВ
ІНДЕКСНОЇ ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
МОДЕЛИРОВАНИЕ АЛГОРИТМА И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ
ИНДЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ**

**THE SIMULATION ALGORITHM AND ECONOMIC FACTORS OF THE
INDEX OF EVALUATION OF INNOVATIVE ACTIVITY
OF THE ENTERPRISE**

Розроблено схематичне представлення алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства та систему розрахунку взаємопов'язаних чинників-співмножників для проведення індексного аналізу інноваційної діяльності підприємства.

***Ключові слова:** аналітична оцінка, алгоритм оцінки, інноваційна діяльність підприємства, система розрахунку, економічні моделі.*

Разработано схематическое представление алгоритма оценки инновационной деятельности предприятия и систему расчета взаимосвязанных факторов - сомножителей для проведения индексного анализа инновационной деятельности предприятия.

***Ключевые слова:** аналитическая оценка, алгоритм оценки, инновационная деятельность предприятия, система расчета, экономические модели.*

Developed schematic representation algorithm estimates the innovation of the company and the payment system - related factors, the factors for the index analysis of enterprise innovation .

***Keywords:** analytical evaluation, algorithm evaluation, innovation enterprise, the system calculating, the economic model.*

Постановка проблеми. Інноваційна модель розвитку країни передбачає значне зростання ролі системної і своєчасної оцінки інноваційної діяльності підприємств. Об'єктивна оцінка інноваційної діяльності це ефективність роботи підприємства і соціально-економічний розвиток економіки країни в цілому. Дослідження слід спрямовувати: 1) на розробку системи єдиних критеріїв оцінки ефективності інноваційної діяльності; 2) на врахування специфічних особливостей здійснення інноваційної діяльності в умовах української невизначеності; 3) на формування єдиного алгоритму аналізу ефективності здійснення інноваційної діяльності; 4) на економічне і технологічне (використання сировини, базові і перспективні технології, високотехнологічність та інноваційність продукції, терміни - розробки, впровадження у виробництво, реалізації) прогнозування показників ефективності здійснення інноваційної діяльності на підприємстві тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Піднятій тут проблематиці присвячено багато досліджень і публікацій. Вважається що питання розробки і впровадження збалансованої системи показників діяльності підприємства (виокремлення, крім показників монетарного, і немонетарного характеру) було сформульовано в Гарвардській школі бізнесу. Представники цієї школи Р. Каплан та Д. Нортон вперше розробили оціночну систему «Balanced Scorecard Collaborative, Inc». Це дослідження було спрямоване на пошук і вимір ключових чинників, які б дозволили збільшити інформативні можливості з метою формування концепції збалансованої системи показників економічної ефективності успішних компаній [1].

Х.Я. Соловій свою статтю під багатообіцяючою назвою «Збалансована система показників як інструмент об'єктивної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства» насправді присвятила структурі показників BSC («Balanced Scorecard Collaborative, Inc»), графічному відображенню бізнес-моделі інноваційної діяльності, зокрема представлено схематичний приклад бізнес-моделі, що лежить в основі вимірювальної системи ефективності інноваційної діяльності підприємства. Але у статті немає прикладу розрахунку жодного економічного показника, який був би складовою «збалансованої системи показників як інструменту об'єктивної оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємства» [2].

Традиційне використання показників прибутковості є недостатнім для повного уявлення про потенціал і можливості організації на шляху до інноваційного розвитку. В цьому випадку необхідне врахування усіх факторів, що впливають на прийняття та реалізацію інноваційних рішень, із врахуванням можливих наслідків, що можливо на основі застосування розглянутого підходу до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства (критерії оцінювання ефективності інноваційних рішень, види показників ефективності, матриця вибору інноваційних рішень). Перспективними є дослідження впливу кожного чинника ефективної інноваційної діяльності, виділеного, як на основі концепції збалансованої системи показників, так, і на основі врахування інших складових, оскільки кожне підприємство характеризується специфікою структури елементів потенціалу, що впливає на результати інноваційної діяльності. Важливим і малоз'ясованим для українських підприємств є структуризація показників на основі вхідних, вихідних і підсумкових критеріїв ефективності, а також виділення випереджувальних і запізнених індикаторів. Оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства на основі врахування розглянутих підходів дає змогу охарактеризувати досягнутий рівень та визначити необхідні зміни з врахуванням часового критерію на чинники, що впливають на досягнення цілей інноваційного розвитку [3].

Метою дослідження є розробка схематичного представлення алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства та системи розрахунку взаємопов'язаних чинників-співмножників для проведення індексного аналізу інноваційної діяльності підприємства.

Основні результати дослідження. Інноваційна діяльність - це діяльність, спрямована на впровадження новітніх науково-технічних ідей, винаходів,

розробок, і передбачає їх удосконалення у процесі застосування. У повному обсязі до інноваційної діяльності належать усі види наукової діяльності, проектно-конструкторські, технологічні, дослідні розробки, діяльність із впровадження нових ідей у виробництво. У світовій економічній літературі інновацію інтерпретують як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що реалізується у нових продуктах і технологіях. Аналіз визначень інновації приводить до висновку, що специфічний зміст інновації становлять зміни, а головною функцією є функція зміни.

Відповідно до міжнародних стандартів інновацію визначають як кінцевий результат інноваційної діяльності, що реалізувався у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується у практичній діяльності, або у новому підході до послуг, що надаються. Здійснення інноваційної діяльності пов'язане з внутрішніми і зовнішніми витратами. Внутрішні витрати (поточні й капітальні) розподіляються за такими джерелами фінансування, як:

- 1) власні кошти підприємства;
- 2) кошти бюджету;
- 3) кошти бюджетних фондів;
- 4) кошти організацій підприємницького сектору.

Внутрішні поточні витрати на дослідження і розробки розподіляються:

1. За видами робіт: фундаментальні дослідження; прикладні дослідження; розробки.
2. За секторами діяльності: державний; підприємницький; сектор вищої освіти; приватний неприбутковий сектор.

Для оцінювання ефективності витрат на інноваційну діяльність необхідно вирішити проблему власне оцінювання її результатів. Потрібно розрізняти ефективність витрат на інноваційну діяльність у виробників (продавців) і покупців. Освоєння нових видів продукції серійного і масового виробництва, а також технологічних процесів, не відносять на собівартість продукції і відшкодовують за рахунок позабюджетних фондів фінансування галузевих науково-дослідних робіт. Позабюджетні фонди формуються за рахунок добровільних відрахувань підприємств та організацій незалежно від форм власності у розмірі 1,5% від собівартості продукції. Кошти позабюджетних фондів використовують для фінансування науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт зі створення нових видів наукомісткої продукції, сировини та матеріалів, розробки нових і вдосконалення наявних технологій, робіт із підвищення технологічного рівня продукції, робіт з охорони праці та техніки безпеки тощо. Кошти, що отримують з позабюджетних фондів, використовуються виключно за цільовим призначенням і відображаються на рахунку. До комплексу витрат, пов'язаних із винахідництвом, належать витрати на: проведення дослідно-експериментальних робіт; виготовлення моделей і зразків; організацію виставок, конкурсів та інших заходів із маркетингу; виплати авторських винагород.

Витрати на створення нової техніки залежать від терміну початку і завершення відповідних робіт. Тому у рік закінчення науково-дослідних і

дослідно-конструкторських робіт враховують витрати цього року, включаючи витрати минулих років, загальні витрати на створення нової техніки. Покупець, придбаваючи нову техніку, вдосконалює свою матеріально-технічну базу, технологію виробництва та управління. Він несе витрати, пов'язані з купівлею нової техніки та її транспортуванням, освоєнням тощо. Ефективність витрат на використання нової техніки можна регулювати через такі показники: витрати на освоєння інноваційної техніки; загальні витрати, на виробництво та реалізацію продукції; виручка від реалізації продукції, виготовленої із застосуванням інноваційної технології; виручка від реалізації всього обсягу продукції; вартість нематеріальних активів (середня за певний період); вартість основних засобів (середня за певний період); чистий прибуток; середньооблікова кількість персоналу.

Наведені показники дають змогу побудувати систему взаємопов'язаних чинників-співмножників для проведення індексного аналізу за чинниками: 1) витрат на одиницю обсягу реалізації; 2) прибутку від реалізації продукції; 3) чистого прибутку.

Введемо такі умовні позначення окремих економічних показників:

1. ОЗ – основні засоби;
2. ВВ – витрати на виробництво реалізованої продукції;
3. ОВ – обсяг виручки від реалізації всієї продукції;
4. ВОН – витрати на освоєння інноваційних технологій, видів техніки;
5. ВНТ – виручка від реалізації продукції, виготовленої із застосуванням інноваційної технології;
6. П – прибуток від реалізації продукції;
7. ПН – прибуток від реалізації інноваційної продукції;
8. НА – вартість нематеріальних активів;
9. ПЧ – чистий прибуток;
10. РНА – рентабельність нематеріальних активів при освоєнні інноваційної технології;
11. ЧП – середньооблікова чисельність персоналу.

Ефективність витрат на освоєння інноваційної технології виявляється у: зниженні собівартості продукції; зміні фондозабезпеченості праці; зростанні продуктивності праці; зростанні обсягу реалізації продукції; підвищенні рентабельності реалізованої продукції та інших виробничих і фінансових показників.

На рис. 1 зображено схематичне представлення алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства.

Головними блоками цієї схеми є 1) чинники витрат і забезпеченості нематеріальними активами та основними засобами; 2) чинники рентабельності і прибутковості; 3) результат інноваційної діяльності, який можна встановити на основі аналітичної оцінки представлених економіко-математичних формул (моделей). Для цього наведемо характеристику економіко-математичних формул (економічних моделей) здійснення розрахунків для аналітичної оцінки інноваційної діяльності підприємства на основі об'єктивного економіко-математичного співвідношення окремих економічних показників.

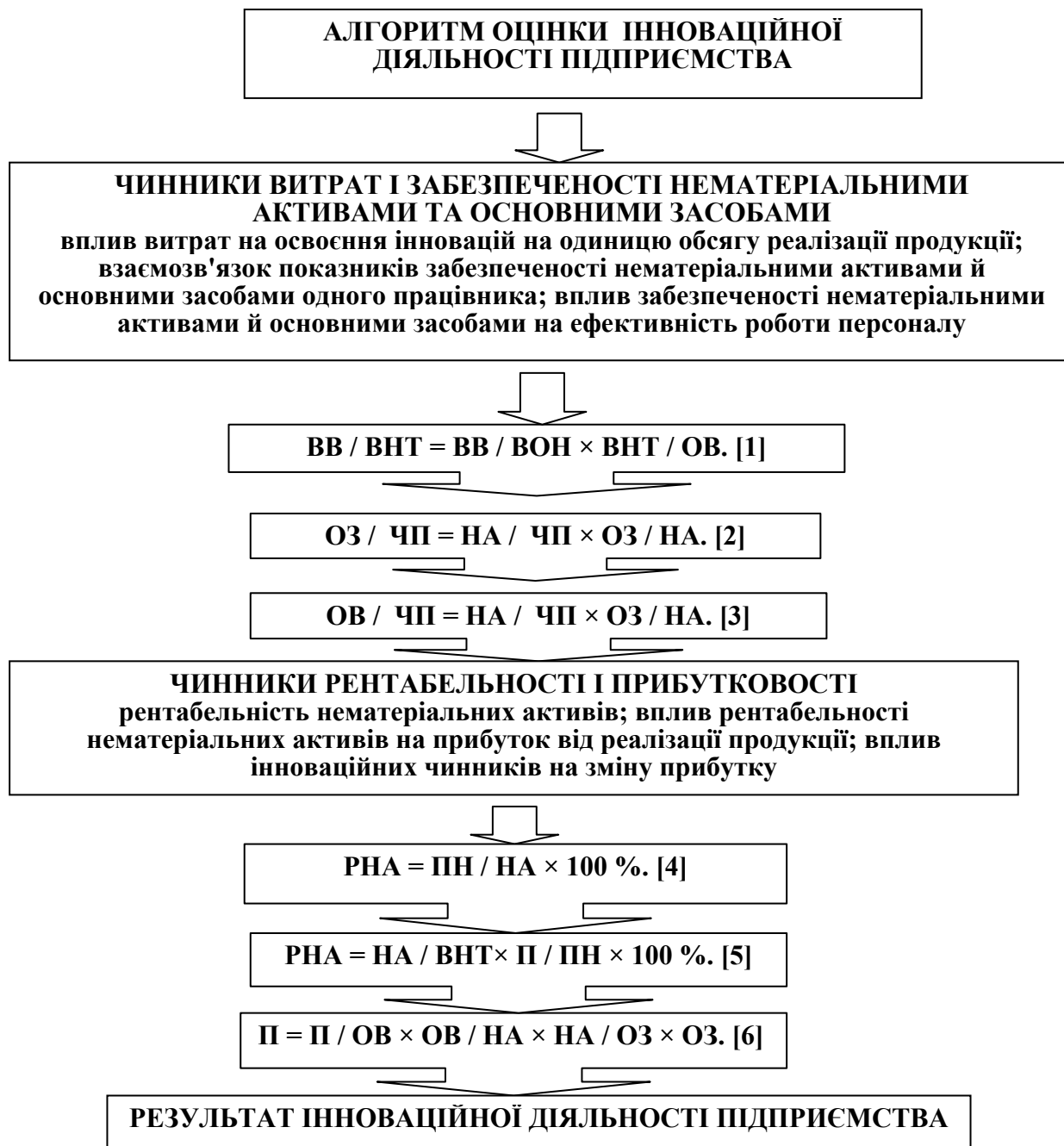


Рис. 1. Схематичне представлення алгоритму оцінки інноваційної діяльності підприємства (авторська інтерпретація)

У економічній науці термін співвідношення зустрічається часто, наприклад: 1) кон'юнктура ринку праці - співвідношення попиту і пропозиції праці на даний період, яке визначає ставки заробітної плати на конкретні види праці та рівень зайнятості населення; 2) норма відсотка - співвідношення доходу на позичковий капітал із сумою наданої позики (вимірюється у відсотках); 3) баланс - порівняльний підсумок прибутків і видатків при завершенні розрахунків, а також відомість, у якій зафіксовано цей підсумок; 4) паритет - співвідношення у золоті грошових одиниць різних країн, яке є основою валютного курсу або ціна цінного папера, еквівалентна його номінальній вартості і т.д.

Приведені нижче співвідношення, ми назвемо сукупністю об'єктивних економіко-математичних співвідношень окремих економічних показників, які покладаються у систему розрахунку економічних моделей, як окремих складових загальної аналітичної оцінки інноваційної діяльності підприємства.

Співвідношення $HA / O3$ – коефіцієнт співвідношення нематеріальних активів та основних засобів; співвідношення BB / OB – витрати на одиницю обсягу реалізації продукції, для аналізу впливу.

Вплив витрат на освоєння інновацій на одиницю обсягу реалізації продукції дає змогу проаналізувати економічна модель:

$$BB / BHT = BB / BON \times BHT / OB \rightarrow$$

зменшення (оптимізація) витрат збільшення доходу. [1]

Співвідношення BB / BHT – коефіцієнт ефективності інновацій виробництва (співвідношення витрат на виробництво реалізованої продукції до виручки від реалізації продукції, виготовленої із застосуванням інноваційної технології); співвідношення BB / BON – коефіцієнт, який характеризує частку інноваційних витрат у структурі виробництва (співвідношення витрат на виробництво реалізованої продукції до витрат на освоєння нових технологій, видів техніки); співвідношення BHT / OB - коефіцієнт дохідності інноваційного виробництва (співвідношення виручки від реалізації продукції, виготовленої із застосуванням інноваційної технології до обсягу виручки від реалізації всієї продукції).

Показник озброєності нематеріальними активами одного співробітника отримаємо шляхом відношенням вартості нематеріальних активів до середньооблікової кількості персоналу. Взаємозв'язок показників забезпеченості нематеріальними активами й основними засобами одного працівника відображає така економічна модель:

$$O3 / \text{ЧП} = HA / \text{ЧП} \times O3 / HA \rightarrow$$

зниження фондозабезпеченості. [2]

Співвідношення $O3 / \text{ЧП}$ - показник фондозабезпеченості (вартість основних засобів на одного працівника); співвідношення $HA / \text{ЧП}$ – показник забезпеченості працівників нематеріальними активами; співвідношення $O3 / HA$ - коефіцієнт співвідношення основних засобів і нематеріальних активів.

Оцінити вплив забезпеченості нематеріальними активами й основними засобами на ефективність роботи персоналу дає змогу економічна модель:

$$OB / \text{ЧП} = HA / \text{ЧП} \times O3 / HA \rightarrow$$

збільшення виручки. [3]

Співвідношення $OB / \text{ЧП}$ - виручка від реалізації на одного працівника; співвідношення $HA / \text{ЧП}$ - вартість нематеріальних активів на одну особу персоналу; співвідношення $O3 / HA$ – показник співвідношення вартості основних засобів до вартості нематеріальних активів (частка основних засобів в нематеріальних активах).

Для освоєння інноваційної технології необхідні знання, досвід та інші нематеріальні активи. Відношення прибутку від реалізації продукції, виготовленої із застосуванням інноваційної технології, до середньорічної

вартості нематеріальних активів, характеризує рентабельність нематеріальних активів:

$$РНА = ПН / НА \times 100 \% \rightarrow$$

збільшення рентабельності. [4]

РНА - рентабельність нематеріальних активів при освоєнні інноваційної технології. Як співвідношення прибутку від реалізації інноваційної продукції (ПН) до вартості нематеріальних активів (НА).

Вплив рентабельності нематеріальних активів на прибуток від реалізації продукції відображає економічна модель:

$$РНА = НА / ВНТ \times П / ПН \times 100 \% \rightarrow$$

збільшення рентабельності і прибутку. [5]

Співвідношення НА / ВНТ - потреба в нематеріальних активах на одиницю обсягу виручки від реалізації продукції; співвідношення П / ПН - коефіцієнт збільшення прибутку від реалізації всієї продукції.

Вплив інноваційних чинників на зміну прибутку (П) відображає економічна модель:

$$П = П / ОВ \times ОВ / НА \times НА / ОЗ \times ОЗ \rightarrow$$

позитивна зміна прибутку, його зростання. [6]

Співвідношення П / ОВ – рентабельність продажу; співвідношення ОВ / НА – коефіцієнт оборотності нематеріальних активів; співвідношення НА / ОЗ - коефіцієнт співвідношення нематеріальних активів до основних засобів.

Визначення термінів до теми дослідження. Основні засоби - матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва чи поставки товарів, надання послуг, здачі в оренду іншим особам чи для виконання адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року. Основні засоби - матеріальні активи, у тому числі запаси корисних копалин наданих у користування ділянок надр (крім вартості землі, незавершених капітальних інвестицій, автомобільних доріг загального користування, бібліотечних і архівних фондів, матеріальних активів, вартість яких не перевищує 2500 гривень, невиробничих основних засобів і нематеріальних активів), що признаються платником податку для використання у господарській діяльності платника податку, вартість яких перевищує 2500 гривень і поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом та очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких з дати введення в експлуатацію становить понад один рік (або операційний цикл, якщо він довший за рік).

Основні засоби підприємства - це сукупність матеріально-речових цінностей, що діють у натуральній формі протягом тривалого часу як у сфері матеріального виробництва, так і в невиробничій сфері, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним та моральним зносом.

Основні фонди - у плановій економіці використовувався термін основні фонди. Основні фонди - це сукупність вироблених суспільною працею матеріально-речових цінностей, що діють протягом тривалого періоду. До основних фондів в соціалістичній економіці відносять будівлі, споруди,

передавальні пристрої, машини, обладнання, транспортні засоби, інструменти, виробничий і господарський інвентар, робоча і продуктивна худоба та інші. Основні фонди, що функціонують у сфері матеріального виробництва, є виробничими основними фондами; а, які не беруть участь безпосередньо в процесі виробництва, складають невиробничі основні фонди.

Групи основних засобів. Група 1 - земельні ділянки; група 2 - капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом; група 3 - будівлі, споруди, передавальні пристрої; група 4 (мережеві засоби або засоби мережі економіки) - машини та обладнання, з них: електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роялті, та/або програм, які визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 гривень; група 5 - транспортні засоби; група 6 - інструменти, прилади, інвентар (меблі); група 7 – тварини; група 8 - багаторічні насадження; група 9 - інші основні засоби; група 10 - природні ресурси; група 11 - інвентарна тара; група 12 - предмети прокату; група 13 - довгострокові біологічні активи та ін.

Нематеріальні активи - Нематеріальні активи (Intangible Assets (Intangibles) - активи, які не мають фізичної дотикової форми, наприклад, захист, забезпечений страховкою, або ціна фірми. Нематеріальний актив - об'єкти інтелектуальної, в тому числі промислової власності, а також інші аналогічні права, визнані у порядку, встановленому відповідним законодавством, об'єктом права власності платника податку. Нематеріальний актив відображають у балансі, якщо існує ймовірність отримання майбутніх економічних вигод, пов'язаних з його використанням, і його вартість може бути достовірно визначено. Придбані (створені) нематеріальні активи зараховують на баланс підприємства за первісною вартістю.

Первісна вартість придбаного нематеріального активу складається з ціни (вартості) придбання, мита, непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню, та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з його придбанням і доведенням до стану, придатного для використання. Первісну вартість нематеріальних активів збільшують на суму витрат, пов'язаних з удосконаленням цих нематеріальних активів і підвищенням їхніх можливостей і терміну використання, які сприятимуть збільшенню первісно очікуваних майбутніх економічних вигод. У балансі суму нематеріальних активів відображають у складі необоротних активів за залишковою вартістю, яка визначається як різниця між первісною вартістю і сумою накопиченої амортизації.

Облік нематеріальних активів ведеться за групами: 1) право користування природними ресурсами (право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища); 2) право користування майном (право користування земельною ділянкою, право користування будівлею); 3) право на

знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки); 4) право на об'єкти промислової власності (право на винаходи, промислові зразки, ноу-хау); 5) авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ); 6) вартість фірми (підприємства); 7) незавершені капітальні інвестиції в нематеріальні активи; 8) інші нематеріальні активи (право на провадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв).

Не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат звітного періоду, в якому їх здійснено: витрати на дослідження, витрати на підготовку і перепідготовку кадрів; витрати на рекламу і просування продукції на ринку; витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємства або його частини; витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань; витрати на створення торгових марок (товарних знаків).

Висновки і пропозиції. Основні прикладні аспекти застосування запропонованих алгоритму та економічних чинників індексної оцінки інноваційної діяльності підприємства: 1) для планування і реалізації інновацій, як засобу систематичного виявлення інноваційних можливостей підприємства; 2) для аналізу оперативної діяльності у контексті забезпечення виконання виробничо-фінансової стратегії; 3) для побудови дієвої системи забезпечення компетенції менеджерів, делегування її частини, підвищення мотивації праці; 4) з метою оптимізації організаційної структури, виробничого та людського факторів підприємства; 5) з метою оптимізації усіх витрат підприємства, у тому числі на адміністративні потреби, якщо воно реалізує стратегію інтеграційного зростання; 6) для підвищення ефективності управління сучасними і перспективними інноваційними проектами підприємства; 7) для загального оцінювання ефективності діяльності підприємства на ринку та у порівнянні з конкурентами; 8) для комп'ютерного програмування алгоритму та економічних чинників індексної оцінки інноваційної діяльності підприємства тощо.

Бібліографічні посилання:

1. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон / Пер. с англ. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 304 с.
2. Соловій Х.Я. Збалансована система показників як інструмент об'єктивної оцінки ефективної інноваційної діяльності підприємства / Х.Я. Соловій // Актуальні проблеми економіки України. – 2010, №1. - С. 156-165.
3. Полянська А.С. Сучасні підходи до оцінювання ефективності інноваційної діяльності підприємства /А.С. Полянська // Зб. наук. праць. Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу. - Ів.-Франківськ, 2010. - С. 175-180.

List of references:

1. Robert Kaplan. Balanced system parameters. From strategy to action k / R. Kaplan and D. Norton / Per. with English. - 2nd ed., corr. and add. - М.: Business-Olympus, 2003. - 304 с.
2. Soloviy H.Y. Balanced Scorecard as a tool for objective assessment of effective innovation enterprise / H.Y. Soloviy // Actual problems of economy of Ukraine. - 2010, №1. - S. 156-165.

3. Poljanskaya A.S. Current approaches to evaluating the effectiveness of innovation enterprises / A.S. Poljanskaya // Coll. Science. works. Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. - Ivano-Frankivsk, 2010. - P. 175-180.

УДК338.47:659.4

JEL Classification: D 21, D 22

Отливанська Г. А.

кандидат економічних наук, доцент

Сіньковська О. І.

студентка, бакалавр

Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова

Отливанская Г. А.

кандидат экономических наук, доцент

Синьковская А. И.

студентка, бакалавр

Одесская национальная академия связи им. А. С. Попова

Otlyvanska G. A.

PHD in economics, associate professor

Sinkovskaya A. I.

student, bachelor

Odessa National A. S. Popov Academy of Telecommunications

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РЕБРЕНДИНГУ ПІДПРИЄМСТВ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЕБРЕНДИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СФЕРЕ

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF REBRANDING IN TELECOMMUNICATIONS SECTOR

Стаття розкриває поняття та зміст ребрендингу, задачі які вирішує його застосування. Матеріал статті дає можливість зрозуміти важливість цього маркетингового інструменту та проаналізувати результати проведення ребрендингу телекомунікаційними підприємствами України, Росії та Білорусії.

***Ключові слова:** ребрендинг, підприємства зв'язку, телекомунікаційна сфера, бренд, оновлення.*

Статья раскрывает понятие и содержание ребрендинга, задачи, решаемые при его применении. Материал статьи дает возможность понять важность этого маркетингового инструмента и проанализировать результаты проведения ребрендинга телекоммуникационными предприятиями Украины, России и Белоруссии.

***Ключевые слова:** ребрендинг, предприятия связи, телекоммуникационная сфера, бренд, обновление.*

This article open the questions what is rebranding, its general tasks for that we need it. The article can give possibilities of rebrandingas instrument of marketing and it showsthe rebrandingresults for the telecommunication companies in Ukraine, Russia and Belarus.

***Key words:** rebranding, communication companies, telecommunication sector, brand, renewal.*

Постановка проблеми. Сучасна економіка постійно змінюється, вбираючи в себе різні нововведення, які відображаються на роботі великих і

дрібних підприємств. Кон'юнктура ринку реагує на ці зміни миттєво, тому мікроклімат і мікроекономіка всіх організацій повинні підлаштовуватися під нові правила, які диктує ринок. Для того, щоб компанія була постійно конкурентоспроможна, їй необхідно весь час розвиватися, використовуючи різні інструменти впливу на попит і своїх потенційних конкурентів. Тому, факт якісного бренду для кожної організації – це необхідний елемент для того, щоб доводити свою життєздатність. Для підтримки бренду існують різні маркетингові засоби. Одним з найбільш дієвих в даному аспекті є ребрендинг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження показали що саме ребрендинг, на сьогоднішній день є недостатньо дослідженим, як у науковому сенсі, так і з точки зору практичного втілення. Теоретичні аспекти ребрендингу потребують подальшого розвитку, оскільки є необхідною основою розробки заходів для підтримки актуальності бренду сучасних компаній. Серед науковців, які приділяють увагу питанням формування бренду та проведення ребрендингу слід виділити Д. Алесандро, П. Фельдвік, Ф. Котлер, Ф. Шарков, І. Позін, Д. Джоунс, С. Анурова, С.Тесакова, В. Перція.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на зростання інтересу науковців до дослідження питань ребрендингу, на сьогоднішній день ребрендинг є мало вивченою областю, теоретичною основою якої виступає брендменеджмент. При цьому практичні потреби в розробці нових підходів до проведення ребрендингу свідчать про необхідність подальшого розвитку та дослідження теорії у цьому контексті. Надзвичайно важливим є дослідження питань ребрендингу для підприємств телекомунікаційної сфери України, які діють в умовах зростаючої конкуренції та бурхливого розвитку інформаційних технологій. За таких обставин виживання на ринку та розвиток діяльності ускладнюється не тільки для невеликих підприємств, а і для крупних гравців ринку.

Ціль статті: основною ціллю статті є дослідження теоретичних та практичних аспектів ребрендингу підприємств телекомунікаційної сфери.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день ми маємо розширений спектр розуміння про те, що таке бренди і для чого вони потрібні. Будь-яке підприємство, абсолютно кожна організація, яка займається виробництвом продукції або надає послуги, розробляє ряд брендів, які будуть просувати діяльність фірми в нові ніші ринку. Але час йде, а потреби споживачів зростають пропорційно розвитку науково-технічного прогресу, тільки в подвійному масштабі. Тоді підприємства приходять до розуміння, що мало просто мати розкручений товар. З часом попит на таку продукцію знижується. Від цього залежить висока конкуренція між виробниками. Кожен намагається брати свого споживача якоюсь новою фішкою, якої ще не було раніше на полицях магазинів. Відповідно, старі переваги відходять на другий план, коли з'являється новинка. З цього моменту починається процес появи ребрендингу. Що робити, коли бренд застарів? Знімати з виробництва занадто радикально і ще більш витратно розробляти новий. Тому з'являється альтернативний варіант – стратегія часткового або повного оновлення бренду.

Це досить дорогі маркетингові інструменти підвищення попиту, однак вони користуються достатньою популярністю.

Для того, щоб послуги і товари були затребувані, підприємства використовують різноманітні теорії, методи, стратегії, засоби та прийоми, які сприяють підвищенню попиту на потрібний їм продукт. При цьому вони намагаються досягти очікуваного результату за короткий термін і з мінімальними витратами. Однак великі гравці ринку знають, що чим голосніше і масштабніше вони заявлять про себе, тим швидше і більше відгукнуться на них споживачі [1]. Найбільш відомі засоби, на яких зосереджена увага сучасних підприємств, що намагаються бути лідерами наведено на рис. 1.

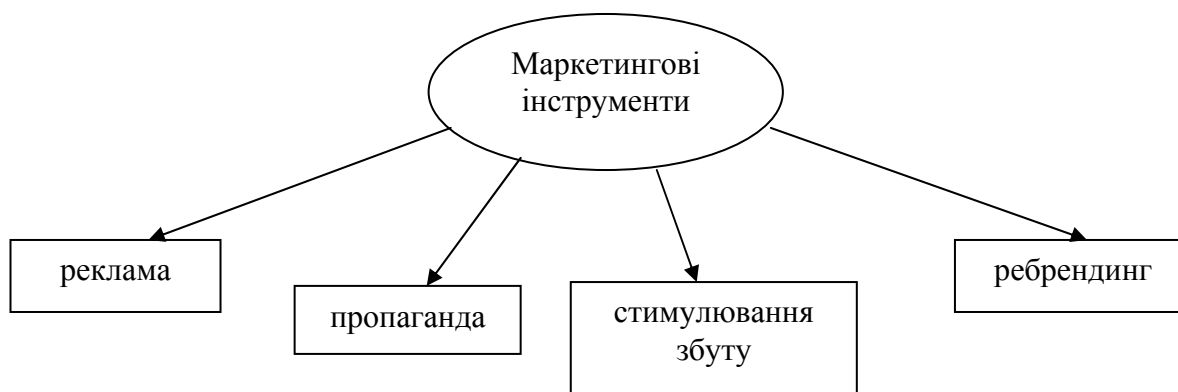


Рис.1 Маркетингові інструменти, що забезпечують просування продукту на ринку [2]

Ребрендинг взяв свою назву від слова бренд. Компанії намагаються створити стійкі асоціації з назвами своїх фірм, слоганами і символікою, які називаються брендами. Задумка великих корпорацій і холдингів проста: якщо споживач не обізнаний про продукцію, яка існує на ринку, то він не купує її [9]. Тому підприємці протягом діяльності своїх підприємств постійно працюють над брендами своїх товарів і послуг, вводять нові зміни, щоб зробити їх пізнаваними серед широкої аудиторії, в результаті чого привертаючи до себе клієнтів. Але, так як ми вже говорили на початку, що економіка на сьогоднішній день має тенденцію до змін і вбирає в себе всі переміни, які трактує світовий ринок, впровадження нових технологій, а в результаті цього веде до зміни потреб споживачів, це призводить до необхідності постійних удосконалень у всьому, чим займаються підприємства. Процедура коригування або зміна всього бренду називається ребрендингом [8]. Потреба в ребрендингу з'являється на двох останніх етапах просування продукту на ринок – зрілості і занепаду, коли необхідно робити абсолютно все, щоб існуючий товар залишався прибутковим і мав очікуваний попит. У такій ситуації підприємець, який поставляє на ринки збуту товар або послугу, готовий витратити на ребрендинг значні суми коштів, щоб залишитися серед інших гравців ринку і виробляти продукт [6]. Це значною мірою пов'язано з тим, що завдяки застосуванню ребрендингу підприємства вирішують важливі задачі (рис.2).

Виконання першої задачі ребрендингу зосереджує увагу на те, щоб покращити бренд для постійних клієнтів та привернути їх уваги, якщо інтерес

до продукту ослаб. При втіленні другої задачі необхідно зробити бренд таким, щоб він вирізнявся серед інших товарів.

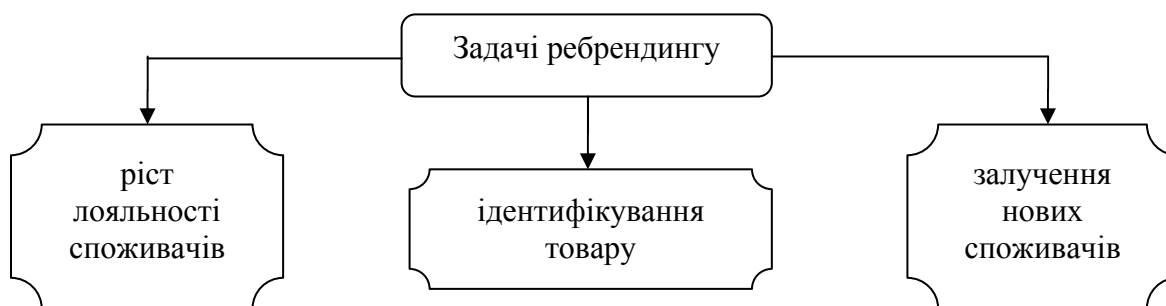


Рис. 2. Задачі, які вирішуються через застосування підприємством ребрендингу

Це дуже важливо для діяльності кожного підприємства, тому ще це дає їм можливість займати нову нішу на ринку у своїй галузі і доводити свою першість серед компаній з ідентичними продуктами. Виконуючи останню задачу підприємство ставить перед собою ціль привернути увагу тих споживачів ринку, які ще не споживають його бренд. Якщо для існуючих покупців потрібно лише освіжити продукт, то для нових необхідно надати інформацію так, щоб в них не залишилось сумнівів, що цей бренд найкращий серед інших[4].

Існують два види ребрендингу:

- перший вид: ребрендинг- це декларація того, що «ми змінюємося»;
- другий вид: ребрендинг- це просування старого, звичного продукту або послуги [7].

Розглянувши та визначивши основні характеристики ребрендингу проаналізуємо результати його проведення на прикладі підприємств телекомунікаційної сфери України, Росії та Білорусі.

На сьогоднішній день ринок телекомунікацій України показує зростання. Це певною мірою підвищує показники економіки і її розвиток. Загалом телекомунікації є досить конкурентоспроможною сферою, яку можна і потрібно надалі розвивати. Це той яскравий приклад, коли немає меж для нововведень, оскільки інформаційна сфера буде завжди актуальною і затребуваною усім світом, якому є докази в галузі статистики – всього за два роки різниця показників роботи мобільних операторів з європейськими мобільними компаніями скоротилися в 5 разів, Інтернет – в 1,5 рази. Навіть фіксований зв'язок зміг в різниці становити одиницю. Зрозуміло, грандіозною подією стало введення 3G-мережі. Безумовно, це новий рівень для українського телекомунікаційного ринку, нова сходинка у його розвитку і доказ перспективності, порівняно з іншими сусідніми країнами.

До розгляду результатів проведення ребрендингу були включені Українські мобільні оператори «Київстар», «lifecell» та «МТС» (Vodafone Україна). «Київстар» – лідер з трійки найбільших мобільних операторів України, його частка на ринку складає приблизно 42,7%, ребрендинг провів у 2015 р. «МТС-Україна» (до 2002 року «UMC») займає друге місце після

«Київстар», як один з найбільших мобільних операторів України, проводив ребрендинг у 2006 році. «lifecell» – третій з найбільших українських операторів після Київстар і МТС. У 2015 році «Turkcell» викупив всі акції «lifecell», ребрендинг проводив декілька раз, останній у 2016 році.

Також розглянемо результати ребрендингу крупних телекомунікаційних компанії Росії. «Мегафон» - другий оператор з найбільших телекомунікаційних компаній у Російській Федерації. Ринкова частка компанії складає приблизно 27%, ребрендинг провів у 2013 році. «Білайн» – один з найбільших операторів в Росії, його ринкова частка становить приблизно 29%. Свій ребрендинг «Білайн» проводив у 2005 році. «СМАРТС» - оператор стільникового зв'язку, російська компанія, його ринкова частка становить приблизно 7%. У 2005 році оператор «СМАРТС» проводить не повний, а лише частковий ребрендинг. «Tele2» – шведська телекомунікаційна група в 2003 році вперше вийшла на російський ринок з набором своїх послуг і великими перспективами розвитку в майбутньому. Про свій ребрендинг компанія заявила в 2007 році. «Yota» - це бренд компанії «Скартел», який заснував його у 2007 році. У 2014 році «Yota» провів частковий ребрендинг.

Таблиця 1

Результати ребрендингу телекомунікаційних операторів України, Росії та Білорусії

Назва оператора	Рік заснування	Рік введення ребрендинга	Зміни	Доля ринку		Вид ребрендинга
				до ребрендинга	після ребрендингу	
«Київстар»	1994	2015	-логотип; -зміна тарифних планів;	43%	45%	«ми змінюємося»
«МТС»	1992	2006	-логотип; девіз	30%	35%	просування старого продукту
«life»	2005	2010	- логотип; -широкий асортимент тарифних планів на Інтернет	13%	17%	«ми змінюємося»
«Мегафон»	1993	2013	-логотип	27%	28%	просування старого продукту
«Білайн»	1992	2005	-логотип; -шлі;	29%	26%	«ми змінюємося»
«СМАРТС»	1991	2005	-логотип; - асортимент послуг; - коригування тарифного плану	6%	7%	просування старого продукту
«Tele2»	2003	2007	-логотип; -стратегія; -дизайн іміджа	21%	24%	«ми змінюємося»
«Yota»	2007	2014	-стратегія; -дизайн	66%	68%	просування старого продукту
«МТС» (Білорусь)	2002	2007	-логотип та девіз; -стратегія;	50%	57%	«ми змінюємося»
«Velcom»	1999	2008	-логотип; шлі і стратегія - номенклатура послуг;	31%	35%	«ми змінюємося»
«Білоруська мережа телекомунікацій» («life»)	2004	2008	-створення нового логотипу; -широкий асортимент тарифного плану на Інтернет; -створення бренду	19%	24%	«ми змінюємося»

Наприкінці, розглянемо лідерів ринку зв'язку Білорусії. МТС (Білорусь) – один з найбільших операторів Республіки. Свій ребрендинг білоруський «МТС» провів у 2007 році. «Velcom» - перший білоруський мобільний оператор, який працює на стандарті GSM-мережі і другий за кількістю абонентів в Білорусії. У 2008 році оператор провів ребрендинг. «Білоруська мережа телекомунікацій» (торгова марка «life») – третій стільниковий оператор стандарту GSM і є третім за кількістю абонентів в Білорусії. У 2008 році компанія провела ребрендинг.

В табл. 1 наведено результати та характеристики ребрендингу телекомунікаційних операторів України, Росії та Білорусії, а також визначено види ребрендингу для кожного оператора зв'язку. Аналіз результатів ребрендингу телекомунікаційних операторів України, Росії та Білорусії показав що його реалізація зумовлює продовження життєвого циклу як організації в цілому, так і окремих її продуктів, забезпечуючи більш ефективну діяльність, залучення нових абонентів та зростання частки на ринку оператора після проведення ребрендингу. Так само, з розглянутих випадків, можна зробити й зворотній висновок, що якщо провести неправильний аналіз ринку, якщо поставити хибні цілі та завдання подальшого розвитку компанії, то ребрендинг не те, що не допоможе, а навпаки – лише погіршить становище оператора завдяки високій вартості.

Висновки. Ребрендинг є досить витратним і дорогим інструментом реалізації маркетингових стратегій, який, як показує досвід, можуть собі дозволити більшою мірою великі компанії. Але разом з тим даний інструмент реалізації маркетингової стратегії є масштабно ефективним. Ребрендинг допомагає не тільки звернути увагу на продукт, який надають оператори у вигляді своїх послуг, але так само залучити нових абонентів і підвищити лояльність вже існуючих.

За результатами проведеного аналізу можна сформулювати характерні ознаки ребрендингу телекомунікаційних підприємств, такі як: значний акцент при ребрендингу припадає на дизайн бренду; одним з елементів змін є оновлення тарифних планів чи введення нових; проведення ребрендингу також пов'язується з диверсифікацією діяльністю, наприклад впровадження Інтернет послуг чи впровадження нових технологій. Також, ми бачимо, що великі гравці українського ринку телекомунікацій не знаходяться на одному місці, а весь час удосконалюються для того, щоб задовольнити всі потреби користувачів і забезпечити життя комфортним зв'язком

Бібліографічні посилання:

1. Анурова С. В. Ребрендинг [Електронний ресурс]/ С. В.Анурова. – Режим доступу:Sostav.ru
2. Джоунс Д. Ф. Рекламний бізнес: діяльність рекламних агентств, створення реклами, медіа-планування, інтегровані комунікації/ Д. Ф. Джоунс. – Москва: Вільямс, 2005. - 784 с.
3. Перція В. Анатомія бренду/ В. Перція, Л. Мамлеєва. – Москва: видавництво «Вершина», 2007.
4. Позін І. Сім смертельних помилок ребрендингу[Електронний ресурс] / Позін І. – Режим доступу: <https://vc.ru/p/7-rebranding-mistakes-avoid>.
5. Седегова Р. С.Основи менеджменту і маркетингу/ Р. С. Седегова. –Мінськ: видавництво «Вишэйшая школа», 1995.– 377с.
6. Тесакова Н. Бренд та торгова марка: развод по-русски/ Н. Тесакова, С. Тесаков. - Санкт-Петербург:Питер,2004. - 267 с.
7. Цуладзе А. М. Політичні маніпуляції або підкорення натовпу/ А. М. Цуладзе. - Москва: Книжный дом "Университет", 1999. - 144 с.

List of references:

1. Anurova S. V. (2013) “Rebranding“, [Online], available at: www.Sostav.ru (Accessed 13 February 2016).

2. Jones, D. F. (2005) Reklamnyj biznes: diyal'nist' reklamnykh ahentstv, stvorennia reklamy, media-planuvannia, intehrovani komunikatsii [Advertising business: the activity of advertising agencies, advertising creation, media planning, integrated communications], Williams, Moscow, Russia.
3. Percia, V. (2007) Anatomiiia brendu [Anatomy of a brand], Peak, Moscow, Russia.
4. VC.RU (2014) "Seven deadly mistakes of rebranding", [Online], available at: <https://vc.ru/p/7-rebranding-mistakes-avoid> (Accessed 13 February 2016).
5. Sadigova, G.S. (1995) Osnovy menedzhmentu i marketynhu [Fundamentals of management and marketing], Higher School, Minsk, Belarus.
6. Tesakova, N. (2004) The brand the brand: divorce in Russian [Brand and brand: divorce in Russian], Peter, St. Petersburg, Russia.
7. Tsuladze, A. M. (1999) Politychni manipuliatsii abo pidkorennia natovpu [Political manipulation, or the conquest of the crowd], University, Moscow, Russia.
8. Wikipedia (2015) "Rebrendynh", [Online], available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Ребрендинг> (Accessed 17 February 2016).
9. Sinkovskaya, A.I. (2015), "Rebranding as a marketing strategy on the market", Zbirka dopovidej na Mizhnarodnu nauchno-tekhnicnu konferentsiiu [Modern means of communication] Mizhnarodna nauchno-tekhnicna konferentsia [International scientific-technical conference], National University, Minsk, Belarus, pp. 258-259.

Сухорукова О.А.

к.е.н., доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

Сухорукова О.А.

к.э.н., доцент

Национальный технический университет Украины «КПИ»

Sukhorukova O.A.

Candidate of Economic Sciences, docent

National Technical University of Ukraine "KPI"

РЕИНДУСТРИАЛІЗАЦІЯ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

РЕИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ

REINDUSTRIALIZATION AS A PRIORITY OF PUBLIC POLICY

Виявлено проблеми модернізації промисловості України, визначені пріоритети державної інвестиційної політики, що мають забезпечити структурні зрушення і оновлення основних засобів у реальному секторі економіки.

Ключові слова: реіндустріалізація, інвестиції, конкурентоспроможність, ефективність

Вьявлены проблемы модернизации промышленности Украины, определены приоритеты государственной инвестиционной политики, которые должны обеспечить структурные изменения и обновления основных средств в реальном секторе экономики.

Ключевые слова: реиндустриализация, инвестиции, конкурентоспособность, эффективность.

The problems of modernization of Ukraine industry are identified, priorities of investment policy, assuring structural changes and replacement of basic assets in the real economy.

Keywords: Reindustrialization, investment, competitiveness, efficiency

Постановка проблеми. Починаючи з 70-х рр. 20-го сторіччя спостерігається стійке зростання сектору послуг в економіці розвинених країн і зниження частки промисловості. Зокрема, за період з 1970-2011 рр. частка валової доданої вартості створеної в промисловості розвинених країн знизилася з 30,8% до 19,0%, в т.ч. переробної промисловості – з 26,5% до 14,6% [1,с.99]. В них відбувається розвиток високотехнологічних передових галузей промисловості, зниження екологічного тиску, формується потужний четвертинний сектор. Перехід до постіндустріальної економіки здійснювався в умовах відносно сталого інвестиційного клімату; реалізації відповідної соціальної, науково-технічної, структурної політики.

Проте, зниження ваги промисловості мало і негативні наслідки: зниження рівня диверсифікації та самозабезпеченості економіки; ріст залежності від стану ринку праці країн офшорингу; зниження рівня зайнятості та втрата

кваліфікації працівників промисловості; соціальна напруга. Темпи промислового зростання розвинених країн є меншими, ніж в країнах, що розвиваються [1,с.104]. Досвід подолання фінансової кризи 2007-2009 рр. свідчить про недостатню ефективність монетарних заходів і необхідність розвитку реального сектору економіки. Дослідження Всесвітнього економічного форуму переконливо доводять, що розвиток і зростання промисловості є основою зростання економіки [2,с.12-33].

Мета статті. В Україні також спостерігається процес скорочення частки промислового виробництва у галузевій структурі ВВП: за період 2000-2012 рр. частка промисловості у доданій вартості зменшилася з 36% до 29% за даними Світового банку. Проте дане явище не супроводжується і не є наслідком формування сучасної постіндустріальної економіки; відбувається в умовах затяжної комбінованої кризи; обмеженості інвестиційних ресурсів. Інвестування в промислові об'єкти носить фрагментарний характер. Позитивні тенденції розвитку економіки 2000-2007 рр. були зв'язані переважно з екзогенними чинниками. Наразі знижується конкурентоздатність продукції на регіональних та світовому ринку, зокрема в структурі експорту частка промислової високотехнологічної продукції у 2010 р. склала 1,99%, в той час як в розвинених країнах цей показник досягає 32%[3,с.3]. Економіка характеризується низькою ефективністю, високим рівнем ресурсомісткості, відсутністю ефективного системи соціального забезпечення.

Результати дослідження. На сьогоднішній момент в умовах військового конфлікту на сході країни формуються регіональні епіцентри деіндустріалізації. Розвиваються кризові явища в фінансовій системі країни. За попередніми даними Державної служби статистики у 2014 році індекс промислової продукції склав 82,1%, в т.ч. у металургійному виробництві – 85,1%, у машинобудуванні – 787%. Отже, формування промислової інвестиційної політики є актуальною проблемою та має використовувати досвід реіндустріалізації розвинених країн з врахуванням національної специфіки.

Реіндустріалізація розглядається як відновлення виробничого та промислового потенціалу на нових технологічних засадах, що передбачають розвиток найпередовіших технологій. Реіндустріалізація в розвинених країнах супроводжується поверненням виробництва в країни базування, т.зв. рещорінгом. В США підприємствам, що здійснюють рещорінг, надаються значні податкові пільги. В Європейській співдружності політика реіндустріалізації визнана пріоритетною. В січні 2014 року Європейська комісія видала комюніке «За європейський промисловий ренесанс», в якій декларовано намір до 2020р. довести частку переробної промисловості у ВВП з 15% до 20% [4,с.25]. Визначеними пріоритетами є: посилення конкурентоспроможності промисловості; підвищення потенціалу внутрішнього ринку шляхом розвитку необхідної інфраструктури, створення спрощеної та передбаченої нормативно-правової бази, інтеграції ринку капіталів; покращання можливостей навчання та професійної освіти; сприяння мобільності громадян; диверсифікація доступу до енергії та сировини по обґрунтованих цінах; розгортання та широке використання європейських та національних інструментів фінансування;

кредитування реального сектора через Європейський інвестиційний банк; розвиток альтернативних джерел фінансування; сприяння поступовій інтеграції європейських малих та середніх підприємств в глобальні ланцюжки створення вартості для підвищення їх конкурентоспроможності на глобальних ринках.

Передумовами реалізації політики реіндустріалізації в розвинених країнах є набутий досвід реалізації неселективної промислової політики; сприятливий інвестиційний клімат; розвинена державна та корпоративна підтримка наукової та інноваційної діяльності.

Висновки та пропозиції. В Україні формування політики реіндустріалізації має враховувати недостатній розвиток інфраструктури, втрату наукового потенціалу, проблеми нормативно-правової бази, руйнування промислових комплексів сходу країни. Однією з головних проблем є нестача інвестиційних ресурсів. В Україні спостерігається значна потреба у промислових інвестиціях через надмірне зношення основних засобів, зокрема у галузях з потенціалом високотехнологічного виробництва: ступінь зношеності основних засобів у промисловості за 2001-2010 р. зріс з 52% до 63,8%, в т.ч. у машинобудуванні з 57,1% до 84,3% [1,с.151]. Частка інвестицій у переробну промисловість у 2001 – 2010 рр. зменшилася з 51,9% до 48,7%, частка інвестицій у машинобудування не перевищує 7% [1, с.155]. Перелічені проблеми супроводжуються:

- відсутністю диверсифікованих форм господарювання, що здатні до консолідації капіталів, генерування великих інвестиційних проектів, формування логістичних систем, налагодження кооперації підприємств, створення замкнених циклів виробництва, розширення ринків;
- обмеженістю власних коштів через погіршення фінансового становища підприємств переробної промисловості, застосування застарілих норм амортизації для більшості основних засобів;
- неефективною бюджетною підтримкою та відсутністю узгодженої промислової політики;
- недостатнім залученням прямих іноземних інвестицій у промисловість;
- нерозвиненістю альтернативних джерел інвестування внаслідок недосконалості і нормативно-правової бази; низького рівня захисту прав інвесторів тощо.

Державна політика промислового розвитку має формуватися в рамках державно-приватного партнерства, національних проектів та прозорої системи держзамовлень шляхом поєднання національних інтересів і переваг з інвестиційно-інноваційним потенціалом приватних структур.

Інституціональне забезпечення реіндустріалізації має сприяти зниженню інвестиційних ризиків, комплексному використанню інвестиційного потенціалу в межах кластерів, формуванню національної інноваційної системи, вдосконаленню стандартизації.

Бюджетна політика повинна сприяти реіндустріалізації шляхом зменшення вартості кредитів, формування інфраструктури, часткового фінансування купівлі прав інтелектуальної власності. Необхідно переглянути амортизаційну політику у напрямку підвищення норм амортизації та введення амортизаційних бонусів, насамперед, для

науково-конструкторських організацій і підприємств, що використовують високотехнологічне обладнання та випускають наукоємну продукцію. Водночас слід посилити контроль за цільовим використанням амортизаційних коштів та застосуванням відповідних податкових пільг.

Фіскальні заходи мають здійснюватися у бік зниження податкового навантаження та вдосконалення системи податкових пільг, протидії відпливу капіталу за рахунок регулювання трансфертного ціноутворення, запобігання вимиванню інвестиційних ресурсів промислових підприємств.

Держава має сприяти розвитку альтернативних джерел фінансування інвестиційної діяльності, зокрема здійснювати правову підтримку структур фінансового лізингу, створення національного фонду сприяння розвитку лізингу, який виступав би гарантом при інвестуванні, кредитуванні та страхуванні лізингових угод. Акумуляція інвестиційних ресурсів можлива в рамках інвестиційно-орієнтованих галузевих і диверсифікованих форм промислової діяльності (венчурного бізнесу, холдингів, ФПГ, СП, ТНК, консорціумів), що сприяють збереженню збалансованого корпоративно-коопераційного каркасу економіки через регулювання міжгалузевого руху капіталу і сполучення інвестицій з інноваціями.

Зовнішньоекономічна політика держави повинна передбачати: зменшення мита на товари високотехнологічних та складних технологічних ланцюгів, що збільшують валову додану вартість; запровадження спеціальних фінансових заходів, спрямованих на підтримку експорту.

Регіональна політика держави має бути спрямована на визначення регіональних пріоритетів реструктуризації промисловості регіонів з урахуванням їх особливостей, а також на формування відповідних індустріальних парків та інноваційних кластерів; створення привабливого інвестиційного клімату за рахунок оптимізації податкових механізмів для бюджетонаповнюючих галузей промисловості регіону.

Бібліографічні посилання:

1. Кіндзерський Ю. В. Промисловість України: стратегія і політика структурно-технологічної модернізації: монографія. – К., ІЕП НАН України, 2013. – 536 с.
2. Manufacturing for Growth. Strategies for Driving Growth and Employment / A World Economic Forum Report in collaboration with Deloitte Touche Tohmatsu Limited. - Geneva, World Economic Forum, 2013. - Volume 3: Manufacturing Value Chains Driving Growth. – 36 p.
3. Мельник Т. М. Інноваційний регрес у товарній структурі зовнішньої торгівлі України / Т. М. Мельник, О. В. Зубко. // Маркетинг та менеджмент інновацій. – 2011. – №4. – Том II. - С. 192 – 199.
4. EUROPEAN COMMISSION. For a European Industrial Renaissance [Електронний ресурс] / EUROPEAN COMMISSION. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/4108/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>

List of references:

1. Kindzers'kyj Yu. V. Promyslovist' Ukrainy: stratehiia i polityka strukturno-tehnolohichnoi modernizatsii: monohrafiia. – K., IEP NAN Ukrainy, 2013. – 536 s.
2. Manufacturing for Growth. Strategies for Driving Growth and Employment / A World Economic Forum Report in collaboration with Deloitte Touche Tohmatsu Limited. - Geneva, World Economic Forum, 2013. - Volume 3: Manufacturing Value Chains Driving Growth. – 36 p.
3. Mel'nyk T. M. Innovatsijnyj rehres u tovarnij strukturi zovnishn'oi torhivli Ukrainy / T. M. Mel'nyk, O. V. Zubko. // Marketynh ta menedzhment innovatsij. – 2011. – №4. – Tom II. - S. 192 – 199.
4. EUROPEAN COMMISSION. For a European Industrial Renaissance [Elektronnyj resurs] / EUROPEAN COMMISSION. – 2014. – Rezhym dostupu do resursu: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/4108/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>

Наукове видання

**НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
Економіка і Фінанси**

**SCIENTIFIC JOURNAL
Economics and Finance**

№ 2, 2016

**Журнал включено до Російського індексу наукового цитування (РИНЦ)
Index Copernicus International**

Матеріали публікуються українською, російською й англійською мовами

Засновник і видавець: Дробязко Світлана Ігорівна
E-mail: ecofin.at.ua@gmail.com
Сайт: <http://ecofin.at.ua>
Поштова адреса: 49107, м. Дніпропетровськ, а/с 5720
Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 20225-1025-Р

Віддруковано: ПП Шевелєв Є. О.
52005, с. Ювілейне, вул. Фрунзе, 8/11.
Свідоцтво про внесення до державного реєстру
Серія ВОО № 677317 від 11.01.2007 р.
Формат 60/84/8 Підписано до друку: 28.02.2016 р. Наклад 150 прим.

Научный журнал «ЭКОНОМИКА И ФИНАНСЫ» (Украина)
приглашают принять участие в Международных научно-практических конференциях:
«Экономика, управление, право: вызовы и перспективы», которая состоится в New Delhi, India
27 мая 2016 года

Контрольные даты конференции:

Дата проведения конференции	27 мая 2016 г.
Последний срок представления материалов	26 мая 2016 г. (включительно)
Срок выхода из печати эл.версии сборника	15 июня 2016 г.

«Перспективы развития науки и образования», которая состоится в Пловдив, Болгария
27 июня 2016 года

Контрольные даты конференции:

Дата проведения конференции	27 июня 2016 г.
Последний срок представления материалов	26 июня 2016 г. (включительно)
Срок выхода из печати эл.версии сборника	15 июля 2016 г.

«Проблемы развития современной науки: теория и практика», которая состоится в Мадрид, Испания
29 июля 2016 года

Контрольные даты конференции:

Дата проведения конференции	29 июля 2016 г.
Последний срок представления материалов	28 июля 2016 г. (включительно)
Срок выхода из печати эл.версии сборника	15 августа 2016 г.

«Актуальные проблемы глобализации», которая состоится в Салоники, Греция
29 августа 2016 года

Контрольные даты конференции:

Дата проведения конференции	29 августа 2016 г.
Последний срок представления материалов	28 августа 2016 г. (включительно)
Срок выхода из печати эл.версии сборника	15 сентября 2016 г.

Материалы конференций будут опубликованы в форме **сборника научных статей** и разосланы авторам, а так же доступны в электронном виде на сайте <http://conf.at.ua>

Тематические направления конференций:

- Секция 1.** Экономика и управление национальным хозяйством.
- Секция 2.** Международная экономика.
- Секция 3.** Экономика и управление предприятием.
- Секция 4.** Развитие производительных сил и региональная экономика.
- Секция 5.** Деньги, финансы и кредит.
- Секция 6.** Бухгалтерский учет, анализ и аудит.
- Секция 7.** Налогообложение и бюджетная система.
- Секция 8.** Экономическая безопасность субъектов хозяйственной деятельности.
- Секция 9.** Математические методы в экономике.
- Секция 10.** Государственное управление, самоуправление и государственная служба.
- Секция 11.** Право.
- Секция 12.** Экономика туризма.
- Секция 13.** Менеджмент.
- Секция 14.** Маркетинг.
- Секция 15.** Психология, педагогика и образование.

Форма участия в конференции – заочная (дистанционная).

Рабочие языки конференции: английский, русский, немецкий, французский, украинский и другие.

Сборники будут размещены в международные базы цитирования: **РИНЦ** и **переданы на рецензирование** для включения в Conference Proceedings Citation Index - Social Sciences & Humanities (CPCI-SSH)

Детальная информация на сайте: <http://conf.at.ua>

Координатор конференции:

кандидат экон. наук, доцент Дробязко Светлана Игоревна

моб. тел. +38 (068) 851-75-52

Skype: svetlana16471

E-mail: conf.at.ua@gmail.com

Сайт конференций: <http://conf.at.ua>