

ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «ІНЖЕК»



Research Centre of Industrial Problems of Development
National Academy of Sciences of Ukraine
Kharkiv National University of Economics
Ministry of Education and Science of Ukraine

**COMPETITIVENESS:
PROBLEMS OF SCIENCE AND PRACTICE**

Monograph

Kharkiv
2009

Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку
Національна академія наук України
Харківський національний економічний університет
Міністерство освіти і науки України

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Монографія

Харків
2009

УДК 330.42
ББК 65.050
К 64

*Рекомендовано рішенням вченої ради Науково-дослідного центру
індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 5 від 11.09.09 р.)*
*Рекомендовано вченою радою Харківського національного економічного університету
(протокол № 2 від 26.10.2009 р.)*

Рецензенти: **Будєєв І. П.** – д-р екон. наук, професор, Іститут економіки промисловості НАН України (Донецьк);
Ковальчук К. Ф. – д-р екон. наук, професор, Національна металургійна академія України (Дніпропетровськ);
Заруба В. Я. – д-р екон. наук, професор, Національний технічний університет «ХПІ» (Харків)

Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: Монографія /
К 64 Під ред. д-ра екон. наук, проф. Пономаренка В. С., д-ра екон. наук, проф. Кизима М. О., д-ра екон. наук, проф. Тищенка О. М. – Х.: ФОП Лібуркіна Л. М.; ВД «ІНЖЕК», 2009. – 264 с. Укр. мова, русск. яз.

ISBN 978-966-8177-56-9

Монографія присвячена питанням державного регулювання економіки як складової конкурентоспроможності держави та її регіонів. Досліджуються проблеми регіонального розвитку в контексті їх конкурентоспроможності в умовах світової фінансової кризи, формування моделі диференціації конкурентних переваг регіонів, міжнародної конкурентоспроможності підприємств, підвищення конкурентоспроможності регіонів на основі моделювання соціально-економічної системи, підвищення ролі податкової конкуренції.

Рекомендується науковцям та фахівцям, що займаються питаннями конкурентоспроможності на макро-, мезо- та мікрорівнях, а також аспірантам та магістрам економічних спеціальностей вищих навчальних закладів.

ББК 65.050

ISBN 978-966-8177-56-9

© Колектив авторів, 2009
© ФОП Лібуркіна Л. М., 2009
© ВД «ІНЖЕК», 2009

ЗМІСТ

Вступ.....	7
<i>Криворотов В. В., Калина А. В.</i> Конкурентоспособность экономики России с позиций обеспечения ее устойчиво-безопасного развития.....	9
<i>Пономаренко В. С., Піддубна А. І.</i> Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту: науково-методичні аспекти аналізу та оцінки.....	22
<i>Кизим М. О., Хаустова В. Є., Курочкина І. Г.</i> Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності.....	36
<i>Орлов П. А.</i> Государственное регулирование экономики как важная составляющая становления социально ответственного маркетинга и повышения конкурентоспособности продукции.....	50
<i>Клебанова Т. С., Гурьянова А. С., Сергиенко Е. А.</i> Модели дифференциации конкурентных позиций регионов.....	65
<i>Раевнева Е. В., Дубровина Н. А.</i> Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона.....	81
<i>Благуи И. С., Милов А. В.</i> Модели механизмов децентрализованного управления сложными системами.....	100
<i>Іванов Ю. Б., Ревенко О. В.</i> Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах.....	111
<i>Пастухова В. В.</i> Комплексна оцінка ефективності стратегії підприємства: теорія та методологія.....	123
<i>Тищенко О. М., Норік Л. О.</i> Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства.....	134
<i>Пономаренко В. С., Ястремська О. О.</i> Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища.....	150
<i>Ястремська О. М., Райко Д. В.</i> Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності сучасного підприємства.....	168
<i>Матюшенко І. Ю.</i> Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні.....	187
<i>Рудька В. І., Криванич М. В.</i> Конкурентоспособность отечественного инжиниринга.....	212
<i>Ермаченко В. Е., Дехтярь Н. А.</i> Теоретические аспекты формирования конкурентной среды туристической инфраструктуры региона.....	225
<i>Райнин И. Л., Волик И. Н., Врода Ю. Ф.</i> Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины.....	238
<i>Красноносова Е. Н.</i> Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины.....	249

CONTENTS

Introduction.....	7
<i>Krivorotov V. V., Kalina A. V.</i> Competitiveness of the Economy of Russia from Positions of Securing its Stable and Secure Development.....	9
<i>Ponomarenko V. S., Pidubna L. I.</i> International Competitiveness of Enterprise and Diversification of Export: Scientific and Methodic Aspects of Analysis and Assessments.....	22
<i>Kizim M. O., Khaustova V. Y., Kurochkina I. G.</i> Mergers and Acquisitions of Companies as the Factor of Rise in Their Competitiveness	36
<i>Orlov P. A.</i> State Regulation of Economy as Important Component of Formation of Socially Responsible Marketing and Rise in Competitiveness of Output	50
<i>Klebanova T. S., Guryanova L. S., Sergiyenko Y. A.</i> Models of Differentiation of Competitive Positions of the Regions.....	65
<i>Rayevneva Y. V., Dubrovina N. A.</i> Prognostication of Trajectory of Socio-Economic Development of a Region.....	81
<i>Blagun I. S., Milov A. V.</i> Models of Mechanisms of Decentralized Management of Complex Systems	100
<i>Ivanov Y. B., Revenko O. V.</i> Essence and Role of Tax Competitiveness in Modern Conditions	111
<i>Pastukhova V. V.</i> Complex Assessment of Efficiency of Enterprise Strategy: Theory and Methodology	123
<i>Tischenko O. M., Norik L. O.</i> Modelling of Benchmarking in the Process of Management of Enterprise Competitiveness	134
<i>Ponomarenko V. S., Yastremska O. O.</i> Image of Enterprise as Component of its Competitiveness and Basis of Interaction with Subjects of Environment	150
<i>Yastremska O. M., Rayko D. V.</i> Dynamic Potentials as One of the Most Important Factors of Competitiveness of Modern Enterprise	168
<i>Matyushenko I. Y.</i> Outsourcing as Effective Mechanism of Development of Modern IT Enterprises in the World and Ukraine	187
<i>Rudyka V. I., Krivanich M. V.</i> Competitiveness of National Engineering	212
<i>Yermachenko V. Y., Dekhtyar N. A.</i> Theoretical Aspects of Formation of Competitive Environment of Tourist Infrastructure of a Region.....	225
<i>Raynin I. L., Volik I. N., Vroda Y. F.</i> Development of Infrastructure Complex in the Regions of Ukraine.....	238
<i>Krasnonosova Y. N.</i> Development of Stock Market as Indicator of Economic System of Ukraine.....	249

Вступ

Потреба в новій парадигмі подальшого розвитку економіки України порушує питання пошуку джерел процвітання на основі підвищення конкурентоспроможності економіки країни, галузей, підприємств і, в остаточному підсумку, вироблених вітчизняних товарів (послуг). Міжнародний інститут розвитку й керування, а також всесвітній економічний форум (ВЕФ) оцінюють конкурентоспроможність країн світу по декількох факторах: по макроекономічному потенціалу; рівню участі в міжнародній торгівлі й потоку інвестицій; по ступеню впливу державної політики на створення конкурентного середовища; по якості й ефективності фінансової системи в країні; стану інфраструктури; рівню керування (в аспекті наявності нововведень, забезпечення прибуткової роботи підприємств, відповідальності за результати роботи); за рівнем кваліфікації працюючих, а також за рівнем науково-технічного потенціалу з погляду успішності виконуваних фундаментальних і прикладних досліджень.

У даному контексті актуальним завданням сучасної вітчизняної економічної науки є розробка методологічних основ і механізмів підвищення конкурентоспроможності економіки країни, її регіонів. Сьогодні Україна істотно відстає від розвинених країн світу по обсягах виробництва конкурентоспроможної продукції, що є узагальнюючим показником життєздатності підприємств, їхнього вміння ефективно використовувати фінансові, виробничі, науково-технічний і трудовий потенціали.

У монографії розглядаються теоретичні аспекти формування конкурентоспроможного середовища, питання державного регулювання економіки в контексті підвищення конкурентоспроможності продукції, науково-методичні аспекти аналізу й оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства й диверсифікованості експорту, проблеми й підходи до їхнього рішення в аспекті формування ефективної державної політики підтримки конкурентоспроможності економіки країни, її орієнтації на високі технології – мікроелектроніку, гнучкі виробничі системи, робототехніку, нано- і біотехнології і т. д.

Досліджуються особливості сучасного етапу розвитку конкурентоспроможності країн світу й економіки України. Розглядаються теоретико-методичні підходи до керування розвитком підприємств як складних соціально-економічних си-

стем, що впливають на підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів і країни в цілому. Пропонуються теоретичні й методичні підходи до комплексної оцінки ефективності конкурентної стратегії підприємства. Пропонуються моделі диференціації конкурентних позицій регіонів. Розглядається роль підвищення іміджу підприємства як складовій його конкурентоспроможності й основи взаємодії із суб'єктами зовнішнього середовища.

Колектив авторів монографії сподівається, що подані в монографії матеріали можуть бути корисними для вчених-економістів, аспірантів, студентів, а також керівників підприємств, органів державного керування й місцевого самоврядування.

Конкурентоспособность экономики России с позиций обеспечения ее устойчиво-безопасного развития

Криворотов В. В., доктор экономических наук, профессор

Калина А. В., кандидат технических наук, доцент

Уральский государственный технический университет – УПИ, г. Екатеринбург

Авторы настоящей статьи под **устойчиво-безопасным социально-экономическим развитием территории** понимают способность ее экономики сохранять устойчивую положительную динамику и векторность развития основных социально-экономических показателей без резких «скачков» и колебательных процессов, обеспечивать в ходе такого развития приемлемые показатели уровня экономической безопасности, поддерживать сбалансированность развития различных сфер жизнедеятельности на территории без «перекосов» в сторону отдельных сфер и иметь конечной целью постоянный рост благосостояния, а также улучшение качества и условий жизни проживающего на территории населения [1; 2]. Как видно из приведенного определения, удовлетворение требованиям УБСЭР является одной из основополагающих составляющих конкурентоспособности экономики страны, поскольку без решения обозначенной проблемы ни о каких перспективах развития страны не может идти и речи.

В русле сказанного выше можно отметить, что одним из подходов к оценке конкурентоспособности экономики страны является анализ состояния и тенденций развития основных показателей (характеристик) УБСЭР с выявлением проблем и «узких» мест. Такой анализ (в соответствии с методологией и логической схемой исследования УБСЭР территорий разного уровня [1; 2 и др.]) целесообразно проводить с позиций определения степени проявления, характера и динамики различных угроз УБСЭР страны и ее регионам. Другими словами, чем выше адаптационные свойства экономической системы в направлении противодействия упомянутым угрозам и чем меньше степень проявления этих угроз, тем более высокий уровень ее устойчивости, а значит, тем более она конкурентоспособна.

Под **угрозой устойчиво-безопасному развитию** следует понимать совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам личности, общества и государства [3; 4]. Все угрозы УБСЭР России в зависимости от причин их возникновения можно разделить на две группы: внешние

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

и внутренние. По нашему мнению, с позиций оценки конкурентоспособности экономики определяющее значение имеют внутренние угрозы, поэтому основное внимание в статье будет уделено именно этой группе угроз УБСЭР. Что касается внешних угроз, то они формируют «условия проживания» и деятельности государства в мировом экономическом пространстве.

Для качественной оценки степени проявления угроз УБСЭР нами предлагается следующая градация:

- ▶ «+++» – наиболее актуальные угрозы УБСЭР, присущие как государству в целом, так и подавляющей части (более 80 – 90%) субъектов Российской Федерации;
- ▶ «++» – достаточно актуальные угрозы УБСЭР, имеющие место на уровне государства и в большей части (более 50%) субъектов Российской Федерации;
- ▶ «+» – угрозы УБСЭР, имеющие на современном этапе несильное проявление на уровне государства, но в то же время актуальные на значительной части (до 30 – 40%) субъектов Российской Федерации;
- ▶ «0» – угрозы УБСЭР, практически неактуальные для Российской Федерации, но в то же время сохраняющие актуальность для отдельных субъектов (до 10 – 15%) Федерации;
- ▶ «-» – угрозы УБСЭР, не имеющие современного проявления ни на уровне государства, ни в субъектах Российской Федерации.

В свою очередь, все внутренние угрозы УБСЭР России и ее регионам делятся на четыре крупных блока:

1. Угрозы производственного и технологического характера.
2. Финансовые угрозы.
3. Организационно-правовые угрозы.
4. Социальные и демографические угрозы.

С точки зрения развития производственно-финансового сектора, а, значит, и конкурентоспособности экономики страны наиболее весомы угрозы первых двух блоков, что требует уделить им первостепенное внимание. Перечень основных угроз этих блоков представлен в *табл. 1*.

О низком уровне конкурентоспособности российской экономики сигнализирует **спад производства**, наблюдаемый в течение последнего года. В первую очередь, такая ситуация обусловлена ориентацией экономики России в сторону производства ограниченного набора продукции (в основном минерально-сырьевых ресурсов и продукции металлургического производства) и сильной

Конкурентоспособность экономики России с позиций обеспечения ее устойчиво- ...

зависимостью экономики от мировой конъюнктуры цен на эту продукцию. В результате, любые кризисные явления, связанные со снижением спроса и цен на эту продукцию в мире, вызывают крайне негативные последствия для российских производителей. Например, спад промышленного производства в России за I полугодие 2009 г. по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. составил около 15%, а в ряде регионов России этот показатель превышал 20 – 25%. Что касается производства ВВП, то здесь в I полугодии 2009 г. был зафиксирован спад в 9,5% по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. [5].

Таблица 1

Основные угрозы УБСЭР России и ее регионов производственного и технологического характера и финансовые угрозы

Наименование угрозы	Уровень проявления
1. Угрозы производственного и технологического характера	
1.1. Спад производства	+++
1.2. Деформированность структуры российской экономики	++
1.3. Разрушение научно-технического потенциала	++
1.4. Изношенность основных фондов и высокая аварийная опасность	++
1.5. Низкая конкурентоспособность отечественной продукции, особенно в обрабатывающем секторе	+++
1.6. Сырьевая ориентация экономики	+++
1.7. Отставание прироста разведанных запасов полезных ископаемых по сравнению с масштабами их добычи	++
1.8. Угроза надвигающегося энергодефицита	++
2. Финансовые угрозы	
2.1. Невысокий уровень инвестирования российской экономики	++
2.2. Кризис денежной и финансово-кредитной системы	++
2.3. Сохраняющийся высокий уровень инфляции	++
2.4. Высокий уровень распространенности теневой экономики	+++
2.5. Низкая эффективность работы предприятий и организаций	++

Добавим, что к концу I полугодия 2008 г. Россия практически достигла предела роста в рамках «сырьевой модели развития экономики», так как к этому периоду в данных отраслях производственные мощности оказались полностью загружены. Дальнейшие перспективы роста российской экономики могут быть реализованы в основном за счет внедрения инноваций и развития инновационных отраслей и производств, чего в настоящее время практически не происходит.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Важнейшей из причинной низкой конкурентоспособности российской экономики является ее структурная деформированность, которая сводится к следующему:

- ▶ явный «перекос» развития экономики в сторону сырьевых отраслей (производство топливно-энергетических ресурсов (ТЭР), металлургическое производство);
- ▶ достаточно сильная ориентация экономики в сторону товарного производства в ущерб производству услуг;
- ▶ высокий уровень концентрации производства в ключевых отраслях экономики, прежде всего, в промышленности;
- ▶ высокий уровень неравномерности социально-экономического развития отдельных регионов Российской Федерации, особенно остро обнажившейся после начала реформ 1990-х гг.

Одним из главных препятствий построения конкурентоспособной экономики в современной России стало **разрушение научно-технического потенциала**, наблюдавшееся в течение всего периода реформирования российской экономики. Основные результаты этого можно выразить следующими показателями:

- ▶ корпус исследовательского персонала сократился с 804 тыс. чел. в 1992 г. до 392,8 тыс. чел. к началу 2008 г.;
- ▶ расходы на науку и научное обслуживание по отношению к ВРП в 1992 – 1999 гг. были менее 1%, а после 2000 г. не превышали 1,3% (по итогам 2006 г. – 1,07%; по итогам 2007 г. – 1,12%), хотя по опыту развитых государств для нормального развития научно-технической сферы и обеспечения научно-технического прогресса значение данного показателя должно быть не ниже 2%;
- ▶ очень сильному негативному воздействию подверглось важнейшее звено научно-технического развития – организации, занимающиеся реализацией и практическим внедрением научных и технологических разработок в производство (конструкторские бюро, проектные и проектно-изыскательские организации, отраслевые научно-исследовательские институты (НИИ), опытные заводы и промышленные предприятия, занимающиеся научно-исследовательской деятельностью). На начало реформирования экономики таких организаций было 1729. За период реформирования только в количественном выражении число таких организаций уменьшилось почти в 3 раза (до 606). Как результат, стала теряться связь между наукой и производством, а также постепенно «вымываться» научно-исследовательское звено в производственном цикле. Это, в свою очередь, нанесло сильный

удар по техническому прогрессу и инновационному развитию российских предприятий;

- ▶ объем инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции за последние годы не превышает 5 – 5,5%.

В российской экономике имеет место **высокая изношенность основных фондов**. За период 1990 – 2007 гг. вследствие недоинвестирования степень износа основных фондов в экономике России возросла с 35,1 до 46,2% [6]. При этом для большинства видов экономической деятельности, связанных с производством промышленной продукции, степень износа основных фондов превышает 50% (на начало 2008 г. она составляла в добыче полезных ископаемых – 53,4%; обрабатывающих производствах – 46,1%; производстве и распределении электроэнергии, газа и воды – 52,7%). Еще более острая ситуация с износом машин и оборудования, то есть активной частью основных фондов. В целом по стране степень износа машин и оборудования на начало 2008 г. составляла 51%, а по ряду видов экономической деятельности и производств данный показатель превышал 60 – 70%. Кроме того, о невысокой конкурентоспособности российской экономики говорит сильный моральный износ основных фондов. Многие используемые сегодня машины и оборудование, технологические циклы и т. д. разработаны еще во времена советской экономики (1960 – 1980-е гг.), безнадежно устарели и не удовлетворяют современным требованиям по целому ряду параметров.

О низком уровне конкурентоспособности российской экономики красноречиво сигнализирует ситуация, связанная с **конкурентоспособностью отечественной продукции**. Как показывает анализ российской экономики, на сегодняшний день Россия имеет сильные позиции на мировых сырьевых рынках (минеральные ресурсы, металлопрокат, трубы и т. п.) и на рынках небольшого числа отдельных видов другой продукции. В то же время позиции высокотехнологичной продукции, к которой в первую очередь относятся машины, оборудование и транспортные средства, достаточно слабы.

Отмеченные обстоятельства наглядно демонстрируют данные об экспорте российской продукции и его структуре. Как видно из *табл. 2*, доля высокотехнологичной продукции в российском экспорте низка и по итогам 2008 г. составляла всего 4,9% (при этом в денежном выражении величина экспорта машин, оборудования и транспортных средств была равна 23003 млн долл.), а доля экспорта продукции обрабатывающей промышленности (которая, как известно, включает и металлургическое производство) в целом составляла 27,4% (около 128300 млн долл. – в 2008 г.). По объемам экспорта продукции обрабатывающей промышленности даже в абсолютном выражении Россия в разы уступает большинству развитых стран (см. *табл. 3*).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Таблица 2

Товарная структура экспорта и импорта продукции Российской Федерации, млрд долл. [5; 7; 8]

Показатели	Экспорт					Импорт				
	1995 г.	2000 г.	2005 г.	2007 г.	2008 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.	2007 г.	2008 г.
Всего	78,2	103,1	241,5	352,6	467,9	46,7	33,9	98,7	199,7	267,1
в том числе:										
продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье	1,4	1,6	4,5	9,1	9,4	13,2	7,4	17,4	27,6	35,2
минеральные продукты	33,3	55,5	156,4	228,4	325,9	3,0	2,1	3,0	4,7	8,3
продукция основных производств обрабатывающего сектора	42,5	44,4	78,1	110,6	128,3	28,7	25,8	74,5	160,3	214,4
в том числе:										
машины, оборудование и транспортные средства	8,0	9,1	13,5	19,7	23,0	15,7	10,6	43,4	101,8	140,8

С другой стороны, импорт Россией машин, оборудования и транспортных средств в 2008 г. достиг 140772 млн долл. и более чем в 6 раз превышал экспорт. Причем имеет место тенденция быстрого роста импорта данного вида продукции. В ведущих мировых государствах ситуация обратная: там экспорт высокотехнологичной продукции в разы превышает импорт. Более того, в настоящее время Россия в своем торговом балансе является дефицитной не только по позиции «Машины, оборудование и транспортные средства», но и по всей обрабатывающей промышленности в целом (см. табл. 2).

Таблица 3

Основные показатели структуры экспорта ведущих государств мира в 2007 г. [9]

Государство	Экспорт, всего, млрд долл.	Продукция основных производств обрабатывающего сектора		Машины, оборудование и транспортные средства	
		млрд долл.	в % к итогу	млрд долл.	в % к итогу
Германия	1329,1	1242,7	93,5	630,0	47,4
Великобритания	436,0	367,5	84,3	150,0	34,4
Италия	499,9	451,4	90,3	189,0	37,8
Франция	542,0	464,5	85,7	215,7	39,8
Канада	416,4	302,7	72,7	126,6	30,4
США	1163,0	931,6	80,1	537,3	46,2
Япония	709,7	696,9	98,2	449,2	63,3

Конкурентоспособность экономики России с позиций обеспечения ее устойчиво- ...

Анализируя причины неудач в развитии высокотехнологичных производств, а, следовательно, и повышении конкурентоспособности экономики России, следует выделить:

- ▶ сильное отставание многих производств по большинству технологических и технико-экономических характеристик от зарубежных аналогов уже на начало периода радикального реформирования экономики России, что не позволило провести модернизацию производства с минимальными капитальными затратами;
- ▶ развал производственных связей советской экономики, в которой производственный цикл выпуска многих видов высокотехнологичной продукции объединял предприятия, расположенные в нескольких республиках Союза;
- ▶ слабую государственную поддержку предприятий обрабатывающего сектора в первые годы реформирования российской экономики;
- ▶ практическое отсутствие или достаточно дорогую цену «длинных денег» в экономике, что делает невозможной для большинства предприятий реализацию крупных долгосрочных инвестиционных проектов;
- ▶ приобретение многих предприятий криминальными структурами в результате приватизации;
- ▶ отсутствие у большинства предприятий опыта работы в условиях высокой конкуренции, которая в советской экономике практически отсутствовала.

Одной из основных причин высокого уровня проявления угроз УБСЭР в производственном секторе следует выделить **невысокий уровень инвестирования российской экономики**. Ключевым показателем, характеризующим уровень инвестирования экономики, является отношение инвестиций в основной капитал к ВВП. Как показывает опыт экономики СССР, а также зарубежный опыт, значение такого показателя должно быть не ниже 30 – 35%, а зачастую (при реализации крупных проектов по освоению новых территорий) и 40 – 50%. Для примера, в 1990 г. уровень инвестирования в экономику России (в то время РСФСР) составлял 38,7%.

В России за весь период 1992 – 2006 гг. значение рассматриваемого показателя находилось на уровне 15 – 17%, и только в 2007 г. оно впервые превысило 20% (по итогам 2008 г. значение показателя оценивается в 21%). К сожалению, за последние годы коренного перелома тенденции недостаточного инвестирования экономики в России не произошло. В ряде субъектов Российской Федерации значение данного показателя опускалось ниже 10%. Добавим, что наблюдаемый

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

сегодня финансовый кризис вновь нарушил нормальное протекание инвестиционных процессов, и уже сейчас можно констатировать, что уровень инвестирования российской экономики со второй половины 2008 г. стал стремительно снижаться. Например, по итогам I полугодия 2009 г. значение рассматриваемого показателя, по предварительным оценкам Росстата, составило всего 15,3% [5].

Также следует отметить, что наиболее существенная часть инвестиций имеет «сырьевую привязку», то есть в основном идет на развитие и поддержание мощностей производств, связанных с добычей полезных ископаемых или их первичной переработкой, о чем наглядно свидетельствуют данные табл. 4. Из представленных данных видно, что наибольшая часть инвестиционных вложений идет на развитие сырьевого и низкотехнологичного секторов производственного комплекса (добыча полезных ископаемых, металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, производство и распределение электроэнергии, газа и воды) – около 25% в 2008 г.; в объекты инфраструктуры, в первую очередь, транспорт и связь, – также около 25% и непромышленный сектор экономики, связанный с операциями с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг, – 17%.

Таблица 4

Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности, %

Виды экономической деятельности	1995 г.	2000 г.	2003 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Инвестиции в основной капитал – всего	100	100	100	100	100	100	100
в том числе:							
добыча полезных ископаемых	14,2	18,1	15,9	13,9	14,6	13,8	14,1
обрабатывающие производства	14,8	16,3	15,6	16,4	15,6	14,7	15,6
из них:							
металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	2,6	3,1	2,9	3,8	3,7	3,1	3,6
производство машин и оборудования	0,7	0,8	0,7	0,9	1,0	0,9	0,9
производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
производство транспортных средств и оборудования	1,6	1,4	1,3	0,9	1,0	1,0	1,2
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	7,6	6,0	6,6	6,8	6,3	6,9	7,7

1	2	3	4	5	6	7	8
транспорт и связь	12,6	21,2	22,3	24,5	23,6	22,2	24,8
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	25,3	15,2	17,7	16,8	17,0	18,3	16,7
из них:							
научные исследования и разработки	0,4	0,5	0,7	0,5	0,5	0,4	0,4
образование	1,8	1,3	1,5	1,9	2,1	2,2	2,0
здравоохранение и предоставление социальных услуг	2,5	2,6	2,0	2,6	2,7	2,5	2,4

С другой стороны, очень низка доля инвестиций, направляемых на развитие высокотехнологического сектора. Так, например, в 2008 г. инвестиции в производства, связанные с выпуском машиностроительной продукции, составили менее 3% от общего объема инвестиций в основной капитал; инвестиции в научные исследования и разработки – всего 0,4%. Такая ситуация ставит под сомнение успешность стратегии реализации инновационной модели развития экономики России, скорее сигнализируя об обратном. Для перелома столь негативной тенденции требуется привлечение инвестиций в этот сектор не только со стороны государства и из собственных средств предприятий, чего, как правило, недостаточно, но и значительных средств частных инвесторов (прежде всего, долгосрочные банковские кредиты на льготных условиях).

Вместе с тем, сегодняшняя ситуация такова, что условия кредитования для большинства предприятий явно неприемлемы – во многих случаях эффективные процентные ставки по банковским кредитам доходят до 25%, а в некоторых случаях – превышают 30%. В результате, банковские кредиты в структуре инвестиций в основной капитал занимают чуть более 10% (11,1% в 2008 г.), почти в 2 раза уступая бюджетным средствам.

Одной из главных угроз развитию инвестиционных процессов в России (и снижению ее рейтинга с точки зрения инвестиционной привлекательности) является **широкомасштабное распространение теневой экономики** при слабом противодействии ей со стороны государства. В таких условиях, с одной стороны, искусственно занижается прибыль предприятий и организаций, служащая главным источником собственных инвестиционных средств предприятий. С другой стороны, распространение различных теневых схем практически безболезненно позволяет «переводить» уже вложенные в конкретные проекты инвестиционные средства в теневой оборот с последующим их «обналичиванием» и превращением в личные доходы отдельных лиц, вовлеченных в данный процесс.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

В результате, на территориях недостаточно финансируются образование, здравоохранение, социальная сфера, федеральные и региональные программы; во многом необходимые программы и мероприятия не выполняются из-за отсутствия бюджетных средств. Соккрытие предприятиями прибыли, как отмечалось ранее, ведет к значительному снижению их инвестиционных ресурсов.

Помимо перечисленных выше следует также отметить и другие негативные последствия теневой экономики:

- ▶ снижается конкурентоспособность легальной экономики;
- ▶ усиливается ресурсное обеспечение коррупции, что ведет к росту ее масштабов;
- ▶ неконтролируемые крупные финансовые ресурсы служат средством влияния на государственную политику, СМИ и избирательные компании различного уровня;
- ▶ происходит перераспределение национального дохода в пользу элитной группы, обусловленное коррупцией и контролем криминальных групп над теневой экономикой. Это ведет к сильному имущественному расслоению и росту конфронтации в обществе;
- ▶ продолжается утечка капиталов за границу;
- ▶ расширяется неконтролируемая торговля низкокачественными опасными для потребителя товарами;
- ▶ трудность оценки масштабов теневой экономики приводит к большим ошибкам в определении важнейших экономических и социальных показателей развития общества. Это затрудняет выработку верных управленческих решений на различных уровнях и т. д.

На сегодняшний день, по мнению многих специалистов, практически все российские предприятия так или иначе используют теневые схемы при слабом противодействии со стороны государства. По некоторым оценкам, объем ресурсов, переводимых в теневой оборот, сопоставим и даже превышает объем производимого ВВП. По этим же оценкам, объем недополученных вследствие теневой экономической деятельности средств в бюджеты всех уровней сопоставим с их доходными частями [10 – 13 и др.].

Добавим, что широкомасштабное распространение теневой экономики наряду с «процветанием» коррупции являются главными внутренними угрозами экономического развития и экономической безопасности России, выстраивая за собой весь спектр остальных угроз и во многом «сводя на нет» усилия Правительства страны по проведению экономических преобразований в направлении построения конкурентоспособной экономики страны.

Среди всех остальных угроз УБСЭР России и ее регионов следует отдельно остановиться на уже упоминавшемся массовом распространении **коррупции**, относящемся к блоку организационно-правовых угроз. Анализируя рассматриваемую угрозу, можно отметить, что на сегодняшний день организация российского государства такова, что чиновники и должностные государственные лица разных уровней могут активно вмешиваться в деятельность хозяйствующих субъектов или бизнес-структур. Причем, несмотря на все попытки Президента Российской Федерации, Аппарата Правительства Российской Федерации и Государственной Думы Российской Федерации ограничить такое влияние путем принятия соответствующих законов, нормативных актов, приказов, распоряжений и т. д., уровень такого вмешательства растет. При этом негативные последствия, которые влечет за собой распространение коррупции, во многом схожи с последствиями распространения теневой экономики.

О высоком уровне коррумпированности российской экономики красноречиво свидетельствуют международные исследования распространенности коррупции в различных государствах. Такое исследование регулярно проводится международной организацией Transparency International. По результатам исследования, проведенного в 2008 г. (в ходе исследования сопоставлялось 180 государств мира), наивысшими оценками (наименьшим уровнем распространения коррупции) характеризуются Дания, Новая Зеландия и Швеция; самую низкую оценку (наиболее коррумпирован) имеет Сомали. Россия по результатам этого исследования заняла «почетное» 147-е место, разделив его с Сирией, Бангладешем и Кенией. О чрезвычайно низком рейтинге России говорит, например, такой факт, что она уступила таким государствам, как Гондурас, Никарагуа, Эфиопия, Уганда и многим другим государствам, в уровне экономического развития существенно уступающим России [14].

В целом, подытоживая проведенный анализ конкурентоспособности российской экономики с позиций обеспечения ее устойчиво-безопасного развития, можно сделать следующие выводы:

1. На сегодняшний день угрозы УБСЭР России и ее регионам в производственном секторе имеют высокий уровень проявления, что говорит о низком уровне этой устойчивости и, соответственно, низкой конкурентоспособности национальной экономики. Такая ситуация ставит под сомнение перспективы дальнейшего экономического роста и выход экономики страны в пятерку ведущих экономик мира.
2. Главным «локомотивом» экономического развития сегодняшней России являются производства, связанные с добычей и переработкой полезных

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

ископаемых (топливно-энергетический комплекс, металлургические производства), которые, в свою очередь, ведут к развитию (правда, гораздо менее высокими темпами) в отраслях, их обслуживающих. В подобной ситуации экономика страны и большинства ее территорий становится «заложицей» мировой конъюнктуры цен на ограниченный состав продукции, слабо диверсифицирована и очень чувствительна к неблагоприятным изменениям этой конъюнктуры.

3. Значительный спад производства, сопровождавший кризисные явления в российской экономике со второй половины 2008 г., показал, что экономический рост в России не носил устойчивый и необратимый характер и во многом был обусловлен действием конъюнктурных факторов. В этом видится существенное отличие экономики России от других развивающихся экономик, например, экономики Китая.
4. Одной из главных проблем, препятствующих проведению экономических преобразований и экономическому развитию России как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе, является широкомасштабное распространение теневой экономики и коррупции. Данные угрозы очень сильно снижают адаптивность экономики страны к постоянно изменяющимся внешним и внутренним условиям, которая является основополагающей характеристикой ее конкурентоспособности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Калина А. В., Криворотов В. В., Васильев Д. С. Угрозы устойчиво-безопасному социально-экономическому развитию России и ее регионов: проблемы, анализ и пути решения // Вестник УГТУ-УПИ. Серия экономика и управление.– 2008.– № 6.– С. 51 – 61.
2. Социально-экономическое развитие Украины и ее регионов: проблемы науки и практики: Монография / Под ред. д-ра экон. наук, проф. В. С. Пономаренко, д-ра экон. наук, проф. Н. А. Кизима, д-ра экон. наук, доц. Е. В. Раевневой / Криворотов В. В., Калина А. В. и др.– Х.: ФЛП Либуркина Л. М.; ИД «ИНЖЭК», 2009.– 464 с.
3. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность) / Под редакцией Е. А. Олейникова.– М.: ЗАО «Бизнес – школа «Интел – Синтез», 1997.– 288 с.
4. Экономическая и национальная безопасность: Учебник / Под ред. Е. А. Олейникова.– М.: Издательство «Экзамен», 2004.– 768 с.
5. Социально-экономическое положение России. Январь – июнь 2009 г.: Стат. докл. / Федеральная служба государственной статистики.– Москва, 2009.– 488 с.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели.– 2008: Стат. сб. / Росстат.– М., 2008.– 999 с.

Конкурентоспособность экономики России с позиций обеспечения ее устойчиво- ...

7. Российский статистический ежегодник.– 2008: Стат.сб. / Росстат.– М., 2008.– 847 с.

8. Россия в цифрах.– 2009: Крат. стат. сб. / Росстат.– М., 2009.– 525 с.

9. «Группа восьми» в цифрах.– 2009. Стат.сб. / Росстат.– М., 2009.– 131 с.

10. Латов Ю. В. Российская теневая экономика в контексте национальной экономической безопасности // Интернет-конференция Россия: варианты институционального развития. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/297024.html>.

11. Почему для российского правительства важно знать размер теневой экономики? // Материалы дискуссии. Август 2002. [Электронный ресурс]. Ре-жим доступа: http://dist-economics.eu.spb.ru/HTML/predmet/discussion/black_economics/black_economics.htm.

12. Иванова А. Б. Исследование причин распространения теневой экономики в России // Экономический журнал ВШЭ.– 1999.– Т. 3.– № 4. С.– 543 – 568.

13. Агарков Г.А. Теневая экономика региона: моделирование, анализ противодействие / Г. А. Агарков. РАН, УрО, Ин-т экономики; под ред. А. И. Татаркина, А. А. Кукулина.– Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2008.– 264 с.

14. Уровень восприятия коррупции в 180 странах мира – исследование Transparency International. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rb.ru/inform/95437.html>.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту: науково-методичні аспекти аналізу та оцінки

Пономаренко В. С., доктор економічних наук, професор, ректор

Піддубна Л. І., кандидат економічних наук, доцент

Харківський національний економічний університет

Проблема методології аналізу та оцінки впливу рівня диверсифікації експорту на стан міжнародної конкурентоспроможності підприємства набуває особливої актуальності у контексті змін, що в умовах глобальної конкуренції зазнає механізм світогосподарської взаємодії. У більшості наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених визнається факт існування як прямих, так і обернених зв'язків між рівнем диверсифікації експорту підприємства та станом його міжнародної конкурентоспроможності, проте, методологія дослідження причинно-наслідкових зв'язків між ними є неоднозначною. Так, в одних дослідженнях стверджується, що міжнародний економічний успіх, а відтак, і конкурентоспроможність, є результатом, насамперед, активного застосування стратегії диверсифікації експорту підприємств [1], в інших дослідженнях вчені з більшою обережністю підходять до цієї проблематики, розглядаючи результати міжнародної економічної діяльності підприємства з позицій рівня інтернаціоналізації бізнесу [2]. Існують і дослідження, в яких стверджується, що аналітична цінність індексу диверсифікації є обмеженою і не дає підстав стверджувати про її вплив на рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства [3].

Відсутність однозначної відповіді на питання взаємозв'язку між рівнем диверсифікації експорту підприємства та станом його міжнародної конкурентоспроможності гальмує розробку системи критеріїв та показників розвитку експортної діяльності підприємств і стратегій їх позиціонування на світових ринках.

Існує нагальна потреба розвитку методології дослідження та методичного інструментарію оцінки впливу диверсифікації на міжнародну конкурентоспроможність підприємства, що є метою даної статті.

В сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі з міжнародного менеджменту, поруч із поняттями конкурентоспроможного підприємства, галузі, економіки дедалі ширше використовуються терміни «конкурентоспроможний експорт»,

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту ...

«експортна конкурентоспроможність» [4 – 6]. Введення у науковий обіг цих понять, з *одного боку*, є віддзеркаленням зростаючої ролі експорту в економічному розвитку країн, а з *іншого боку* – відображає логіку процесу інтернаціоналізації бізнесу, що починається із експорту як найпростішої форми включення у систему світогосподарських зв'язків.

Експортна конкурентоспроможність, як це витікає із назви цього терміну, пов'язана з експортом і має своїм базисом експортний потенціал підприємства. У такій площині формується методологічна схема пізнання сутності експортної конкурентоспроможності підприємства як логічної конструкції «мета експортної діяльності – засоби реалізації (експортний потенціал підприємства) – результат і критерій його оцінки». В межах цієї схеми експортний потенціал підприємства відіграє ключову роль як засіб реалізації мети експортної діяльності та формування її результатів.

Слід зауважити, що поширені у вітчизняній і російській економічній літературі поняття економічний, ринковий, виробничий, зовнішньоекономічний, стратегічний, експортний потенціал підприємства не дістають аналогічного застосування в західній літературі. Досліджуючи фактично експортний потенціал, американські та західноєвропейські вчені застосовують такі терміни, як потенційні можливості фірми, стратегічні активи, можливості експортування, потенціал конкурентного успіху фірми на світовому ринку тощо [1; 5; 7].

Акцент на дослідження експортного потенціалу фірм і корпорацій в західних наукових виданнях визначається тим, що експортування є початковою стадією інтернаціоналізації бізнесу, а також тим, що міжнародна конкуренція досягає своєї «напруги» саме у сфері зовнішньоторговельних відносин. Очевидно, що починаючи експортну діяльність, фірма об'єктивно відчуває гостру потребу в науковому обґрунтуванні її можливостей та потенціалу конкурентної взаємодії на зовнішніх ринках. Проте загальновизнаного розуміння сутності експортного потенціалу підприємства, як і методу його оцінки, дотепер не існує. Навіть американські та західноєвропейські інструкції-рекомендації експортерам, розроблені фахівцями наукових державних установ та консалтингових фірм, суттєво різняться між собою [8 – 9]. Аналогічною є ситуація і у вітчизняних наукових дослідженнях [10 – 11]. Аналіз літературних джерел дозволяє визначити найбільш перспективним підхід до побудови теоретичної моделі експортного потенціалу, що враховує цільову функцію його формування та використання. Такий підхід дозволяє перевести економічний зміст категорії «експортний потенціал підприємства» із площини його умовних визначень на кшталт стратегічного джерела формування міжнародних конкурентних переваг та реальної сили, що забезпечує його зчеплення із зовнішнім ринком.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Функціональна роль експортного потенціалу втілюється у цільових установах експортної діяльності підприємства, природа яких є різною, але їх формування відбувається за принципом забезпечення потреб споживачів зовнішнього ринку та їх платоспроможного попиту. Критеріальною ознакою стану експортного потенціалу підприємства є рівень задоволення потреб споживачів зовнішнього ринку, який у вартісній формі може бути визначений за допомогою абсолютних показників як обсяг експорту, валова додана вартість на рівні експортоорієнтованого підприємства, прибутковість експорту, частка підприємства на зовнішньому ринку, а в агрегованій формі – за допомогою відносного показника експортної конкурентоспроможності підприємства.

Пропонований підхід до розкриття діалектичного взаємозв'язку експортного потенціалу та експортної конкурентоспроможності знаходить як пряме, так і опосередковане відображення в сучасних наукових дослідженнях. Так, досліджуючи сутність міжнародної конкурентоспроможності країни, Ю. М. Солодковський визначає конкурентоспроможний експорт як детерміновану експортним потенціалом здатність країни адекватно задовольняти потреби споживачів на цільових зовнішніх ринках, відповідаючи критеріям усталеності, ефективності, якості, інноваційності, добросовісності конкуренції» [4, с. 166].

Не надаючи дефініції конкурентоспроможного експорту, автори доповіді ЮНКТАД «Транснаціональні корпорації та конкурентоспроможність експорту» визначають такі його ознаки як: частка експорту країни на міжнародних ринках; диверсифікація експортного потенціалу країни; зростання темпів експортування; частка національної доданої вартості в експорті країни; досягнення ефекту масштабу [6, с. 18 – 19].

Узагальнення ознак наводить на висновок щодо доречності визначення експортної конкурентоспроможності підприємства за схемою, яка враховує:

- 1) цільову функцію експортної діяльності;
- 2) релевантність експортного потенціалу підприємства вимогам цільового зовнішнього ринку;
- 3) системно-структурну адаптацію експортного потенціалу підприємства до вимог цільового зовнішнього ринку.

Виходячи із цієї методологічної схеми, поняття «експортна конкурентоспроможність підприємства» може бути визначене як системна властивість експортного потенціалу підприємства, яка характеризує його реальну можливість виконувати функцію суб'єкта міжнародної економічної діяльності із задоволення потреб світових ринків на основі відповідного ресурсно-технологічного та інституційного забезпечення.

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту ...

Інтерпретація експортного потенціалу, що формує базисні умови експортної діяльності підприємства та як реальної сили, що забезпечує його зчеплення із зовнішнім ринком, дозволяє визначати його як синтезований фактор розвитку, формою винагородження якого є частка світового доходу, що привласнюється підприємством – суб'єктом міжнародної економічної взаємодії. Включення в аналіз світового доходу, і насамперед, тієї його частини, що генерується зовнішньою торгівлею, дозволяє представити механізм формування експортної конкурентоспроможності підприємства за схемою, яка наведена на рис. 1.

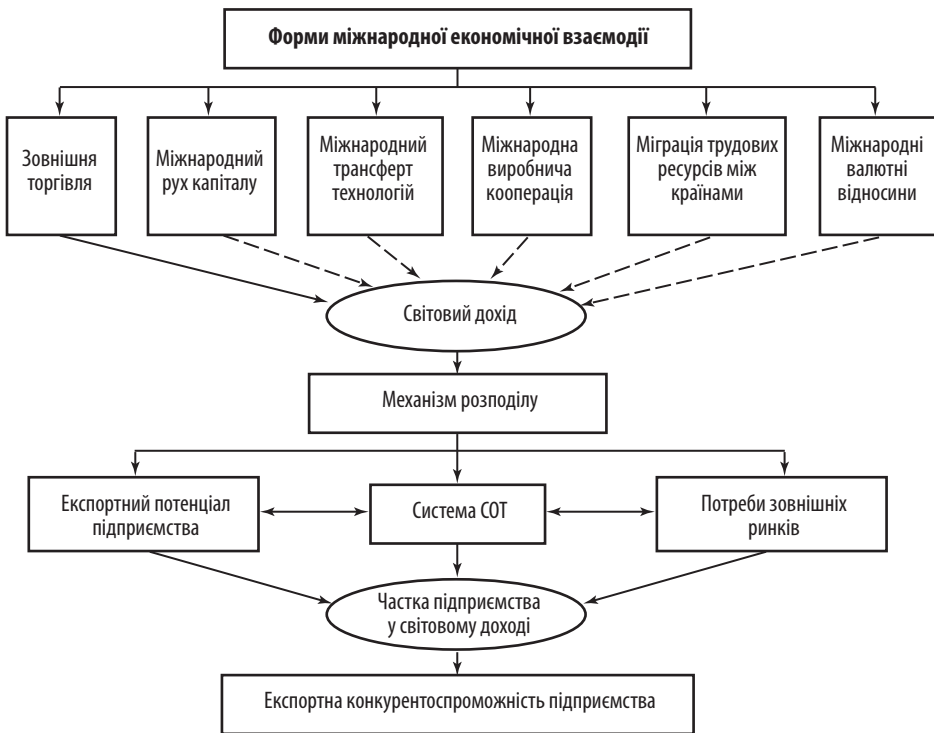


Рис. 1. Експортна конкурентоспроможність підприємства як результат розподілу світового доходу

Усі форми міжнародної економічної взаємодії (рис. 1) є продуктивними, але забезпечують різні результати взаємодії її учасників. Левова частка світового доходу формується і привласнюється у світових технологічних комплексах і фінансових мережах, масштаби залучення до яких для більшості вітчизняних підприємств сьогодні є незначними. Домінування зовнішньоторговельних операцій, ефективність яких є значно меншою у порівнянні з міжнародною технологічною

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

квazирентою, доходів від іноземних інвестицій та валютно-фiнансових операцій, об'єктивно знижує результативність міжнародного бізнесу українських підприємств, а відтак, і коректність традиційних методичних підходів до порівняльного аналізу та оцінки їх міжнародної конкурентоспроможності.

Формування адекватної рівню інтернаціоналізації бізнесу вітчизняних підприємств методичної бази порівняльного аналізу та оцінки їх міжнародної конкурентоспроможності вимагає включення у дослідницький процес експортного потенціалу як продукційної системи, що генерує зовнішньоторговельний ефект і визначає можливості його зростання. Диверсифікація експорту у цій системі виступає як важливий інструментарій формування експортної конкурентоспроможності підприємства, проте, інструментарій не «прямої» дії, а більш складного впливу «ефекту різноманіття» експорту, про що свідчать дані *табл. 1*.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика рівнів диверсифікації експорту країн та рівнів їх міжнародної конкурентоспроможності (2007 р.)*

№ п/п	Країни	Рівень диверсифікації експорту (частка 10 основних експортних груп у загальному експорті країни)	Рейтинг країни за глобальним індексом конкурентоспроможності
1	Австрія	0,33	17
2	Данія	0,36	4
3	Нідерланди	0,37	9
4	Бельгія	0,39	20
5	Швейцарія	0,42	1
6	Греція	0,42	47
7	Швеція	0,49	3
8	Фінляндія	0,6	2
9	Норвегія	0,78	12
10	Ісландія	0,90	14

*Складено авторами за [12 – 13]

Згідно з наведеними у табл. 1 даними, Австрія за рівнем диверсифікації експорту у 2007 р. істотно випереджала такі країни як Норвегія (у 2,4 рази) та Ісландія (у 2,7 рази). Проте, за глобальним індексом конкурентоспроможності позиції цих країн відрізняються несуттєво – відповідно 17, 12 і 14 місце. Водночас, такі країни як Швейцарія і Греція мають однаковий рівень диверсифікації експорту (0,42), проте у світовому рейтингу конкурентоспроможності Швейцарія займає перше місце, а Греція – 47 місце. «Зворотний» взаємозв'язок виявляється

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту ...

і в порівнянні індексів диверсифікації експорту та міжнародних конкурентних позицій Фінляндії (0,6) та Бельгії (0,33): відстаючи за цим показником від Бельгії у 1,8 рази, Фінляндія за індексом глобальної конкурентоспроможності випереджає її на 18 позицій. Дані табл. 1 свідчать, що інформативність індексів диверсифікації експорту, визначених за традиційними методичними підходами, є низькою – вони не дають підстав стверджувати про високий або низький рівень експортної конкурентоспроможності. Ці недоліки стимулювали пошук нових методичних підходів до оцінки впливу диверсифікації експорту на рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Найбільш поширеним на сьогодні є метод міжкраїнного порівняльного аналізу диверсифікації та міжнародної конкурентоспроможності, що розроблений експертами Міжнародного торговельного центру ООН (International Trade Centre), який здійснює моніторинг експортної діяльності 184 країн світу [14]. Згідно з ним, рівень диверсифікації експорту визначається за індексом Балласа, а рівень експортної конкурентоспроможності – за індексом поточної торгівлі, який віддзеркалює внесок країни у світову торгівлю за певною товарною групою [14]. Перевагою даного підходу є те, що він забезпечує більшу глибину аналізу за рахунок посекторального виявлення ключових факторів, що обумовлюють рівні диверсифікації експорту та конкурентоспроможності. Проте, найбільш суттєвий недолік даного методу, на думку фахівців, полягає у тому, що «агрегована оцінка рівня експортної конкурентоспроможності не передбачає використання офіційних статистичних даних, а ґрунтується на використанні експертних методів і суб'єктивно, без належного обґрунтування [15, с. 135].

У вирішенні завдання розвитку науково-методичних засад оцінки рівня диверсифікації експорту та експортної конкурентоспроможності пропонується покласти системно-структурний підхід, за яким експортний потенціал підприємства розглядається як складова експортного потенціалу області (регіону), країни та світового експорту, а показник рівня диверсифікації експорту підприємства визначається в ієрархічній системі, в якій інформативність показника зростає із підвищенням рівня аналізу від мікроекономічного до міжнародного. Необхідною умовою його застосування є уніфікація шкал вимірювання показників рівня диверсифікації на основі виділення основних товарних експортних груп підприємств згідно з кодами SITC або УКТЗЕД та визначення їх частки за ієрархічною шкалою. При цьому посекторний набір експортних товарних груп спрямовує порівняльний аналіз рівнів диверсифікації та міжнародної конкурентоспроможності у русло однорідних підприємств-продуцентів даного сегменту світового ринку. Принципова схема та взаємозв'язки етапів запропонованого методичного

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

підходу до оцінки рівня диверсифікації експорту та експортної конкурентоспроможності підприємства наведена на *рис. 2*.

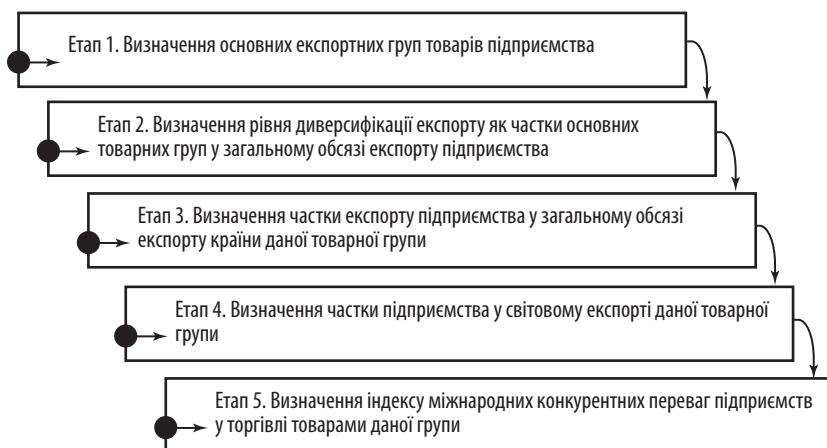


Рис. 2. Принципова схема та етапи аналізу-оцінки рівня диверсифікації та експортної конкурентоспроможності підприємства

На підставі даного методичного підходу визначено індекси диверсифікації експорту 20 найпотужніших підприємств машинобудування Харківської області та машинобудівному комплексу області у цілому (*табл. 2 – 3*).

Таблиця 2

Товарно-продуктова диверсифікація експорту машинотехнічної продукції (МТП) підприємств Харківської області (2008 р.)

Код і назва товарів згідно із УКТЗЕД	Вид товарної експортної групи МТП	Обсяг експорту МТП (млн дол.)	Частка у загальному експорті МТП області (%)	Частка у загальному експорті МТП України (%)	Частка у світовому експорті МТП (%)
1	2	3	4	5	6
	Машинотехнічна продукція експортного призначення: усього, у тому числі за товарними групами:	754,5	100	6,9	0,06
84	котли, машини, апарати і механічні пристрої	323,6	42,8	9,3	0,39
85	електричні машини і устаткування	206,2	27,3	7,2	0,28
87	наземні транспортні засоби, крім залізничних	122,9	16,3	9,9	0,09

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту ...

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6
88	аеронавігаційні або космічні апарати	14,9	2,0	6,7	0,07
90	прилади і апарати	67,3	8,9	27,7	0,04

Наведені у табл. 2 дані свідчать про вкрай низьку диверсифікацію експорту машинобудівного комплексу Харківської області. На три товарних групи (84,85,87 – за кодом УКТЗЕД) припадає 86,4% усього експорту машинотехнічної продукції області, з яких перші дві товарних групи (84 і 85) забезпечують більш ніж 70% машинотехнічного експорту області. Наявність високого рівня спеціалізації у певних експортних секторах машинобудування зумовлює достатньо високу питому вагу області у загальному експорті України таких товарів як котли, машини і устаткування (16,5%) та прилади і апарати (27,7%). Проте у світовому експорті частка експорту цих товарних груп машинобудівного комплексу Харківської області є незначною – відповідно, 0,39% і 0,04%, що корелюється із рейтингом Міжнародного торговельного центру за індексом поточної торгівлі у машинобудуванні, згідно з яким у 2008 році Україна займала 74 місце, а у таких секторах як металообробна техніка – 61 місце, спеціалізовані машини для конкретних галузей промисловості – 76 місце, дорожньо-транспортні засоби – 80 місце [345]. Найбільші сегменти світового експорту Україна займала за сектором енергетичного обладнання (2,69%), в якому вузькоспеціалізований вітчизняний експорт представлений, головним чином, продукцією ВАТ «Турбоатом» та ВАТ «Електроважмаш» із підвищеним ступенем технологічної складності та наукоємності.

Динаміку рівнів товарної диверсифікації експорту 20 найпотужніших підприємств машинобудівного комплексу Харківської області у 2003 – 2008 рр. ілюструють дані, наведені у табл. 3.

Таблиця 3

Динаміка рівнів товарної диверсифікації експорту підприємств машинобудування Харківської області (2003 – 2008 рр.)

Підприємства	Рівень товарної диверсифікації (частка 5 основних товарних груп у загальному обсязі експорту підприємства)				
	2003	2005	2006	2007	2008
1	2	3	4	5	6
ДНВП «Об'єднання Комунар»	0,52	0,44	0,52	0,48	0,52
АТ «Енергомашкомплект»	0,19	0,21	0,39	0,49	0,61
ВАТ «Електромашина»	0,36	0,32	0,26	0,27	0,29

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Закінчення табл. 3

1	2	3	4	5	6
ДП «Харківський машинобудівний завод ФЕД»	0,41	0,49	0,52	0,56	0,62
ДП «Завод ім. Малишева»	0,21	0,20	0,19	0,17	0,18
ВАТ «Харківський машинобудівний завод Світло шахтаря»	0,62	0,68	0,69	0,68	0,71
ТОВ «ХАРП Трейдинг»	0,71	0,75	0,73	0,78	0,76
ВАТ «ХТЗ ім. С.Орджонікідзе»	0,12	0,16	0,13	0,16	0,14
ЗАТ «Завод «Південкабель»	0,59	0,62	0,68	0,70	0,76
ВАТ «Укрелектромаш»	0,16	0,12	0,19	0,21	0,17
ВАТ «Турбоатом»	0,29	0,38	0,40	0,47	0,58
ВАТ «Завод ім. Фрунзе»	0,20	0,18	0,17	0,14	0,13
ТОВ «Автрамат-маркетинг»	0,26	0,22	0,19	0,17	0,26
ДП «Звод«Електроважмаш»	0,14	0,29	0,39	0,58	0,72
ЗАТ «Завод турбокомпресорів»	0,11	0,14	0,16	0,14	0,19
ЗАТ «Барвенківський машинобудівний завод»	0,17	0,22	0,16	0,12	0,11
АТ «Промдизель»	0,18	0,21	0,26	0,17	0,14
ВАТ «Лозівський завод «Трактородеталь»	0,14	0,16	0,17	0,26	0,25
ВАТ «Турбогаз»	0,21	0,24	0,27	0,22	0,28
ВАТ «Монометр»	0,38	0,42	0,56	0,62	0,60
Підприємства машинобудування у середньому	0,30	0,32	0,35	0,37	0,40

Як свідчать дані табл. 3, у 2003 – 2008 рр. відбувалося поступове зростання середнього рівня продуктової диверсифікації експорту підприємств машинобудування Харківської області. За методом оцінювання на основі визначення частки 5 основних товарних груп у загальному експорті середнє значення рівня диверсифікації експорту підприємств області збільшилося із 0,30 у 2003р. до 0,40 у 2008р., що у певній мірі віддзеркалює підвищувально-відновлювальний етап розвитку, коли у 90-х роках ХХ ст. більшість з них опинилися у стадії економічної рецесії і значною мірою втратили свої позиції, у тому числі на ринках країн пострадянського простору.

Порівняльний аналіз рівня товарної диверсифікації експорту машинобудівних підприємств області (табл. 3) висвітлює значний відрив за цим показ-

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту ...

ником таких найбільш потужних машинобудівних підприємств області як: ЗАТ «Завод Південкабель» – $H(\Delta)=0,76$; ВАТ «Завод «Світло шахтаря» – $0,71$; ДП «Електроважмаш» – $0,72$; ТОВ «ХАРП Трейдінг» – $0,76$. Тенденція до вибору стратегії диверсифікації більш потужних підприємств є характерною у світовій практиці і зумовлюється, як зазначають фахівці, їх можливостями більш активно використовувати специфічні активи (нові технології, методи маркетингу, власний бренд та управлінський досвід) в експортній діяльності.

Серед наведених у табл. 3 підприємств виділяються ті, які мають найнижчі рівні продуктової диверсифікації експорту: ВАТ «ХТЗ ім. Орджонікідзе» ($0,14$); АТ «Промдизель» ($0,14$); ВАТ «Укрелектромаш» ($0,17$); ВАТ «Завод ім. Фрунзе» ($0,13$), рівень диверсифікації експорту яких не виходить за межі «вузького спектру» і не перевищує 1 – 2 продуктових групи.

Варто зазначити, що упродовж п'яти років для 16 із 20 підприємств динаміка рівня продуктової диверсифікації експорту є застиглою, що свідчить як про відсутність ресурсних чинників активізації процесу диверсифікації експорту, так і про інертність експортної політики цих підприємств. Наведені у табл. 3 дані демонструють висхідну динаміку рівня продуктової диверсифікації експорту таких відносно невеликих підприємств як ВАТ «Манометр» (зростання показника з $0,30$ у 2003р. до $0,60$ у 2007р.), АТ «Енергомашкомплект» (із $0,19$ у 2003р. до $0,61$ у 2008 р.), що є результатом активного використання міжнародного маркетингу в експортній політиці цих підприємств.

Низький рівень товарної диверсифікації експорту машинотехнічної продукції області доповнюється його вразливою географічною структурою. Експортні можливості підприємств машинобудівного комплексу області пов'язуються переважно із ринками країн пострадянського простору та країн, що розвиваються. Відносно ринків розвинених країн є підстави стверджувати про тенденцію відносного їх витіснення із цих ринків, ніж ефективного освоєння.

В основі звуження експортних можливостей підприємств області щодо повноцінного освоєння ринків машинотехнічної продукції країн ЄС лежить складний комплекс внутрішніх і зовнішніх факторів як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Головне місце серед них займає зростаюче технологічне відставання вітчизняних підприємств, яке робить їх продукцію малодоступною для ринків розвинених країн. Ці труднощі доповнюються модифікацією самих критеріїв конкурентоспроможності, в якій такі характеристики виробів як технологічна новизна, якість, надійність, екологічність відтісняють на другий план роль цінового чиннику. Девальвація традиційних переваг українських експортерів машинотехнічної продукції пов'язана також із формуванням інтегрованих структур бізнесу

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

із синхронізацією усіх суміжних виробництв та їх географічним наближенням до центрів споживання продукції. Ці заходи доповнюються прагненням компаній і фірм-інноваторів до збереження монопольних позицій розвинених країн на ринках, а також використанням неопротекціоністських засобів для підвищення «ціни» технологічного розриву у міжнародній технологічній конкуренції.

Проте, незважаючи на істотні труднощі і бар'єри в освоєнні ринків машино-технічної продукції розвинених країн, слід зазначити і приклади активного використання підприємствами області їх конкурентних переваг та в облагородженні диверсифікації їх експорту. Особливо слід відзначити експортну активність таких підприємств області як ВАТ «Турбоатом», яке веде жорстку конкурентну боротьбу за розширення ринків збуту із такими потужними енергомашинобудівними компаніями світу як «Сіменс» (Німеччина), «Тошиба» (Японія), «Вестингауз» (США) та ЛМЗ (Росія).

Активну реакцію на підвищення експортних можливостей демонструє і ВАТ «Харвест», що експортує на світовий ринок продукцію на технологічному і ціновому рівнях, які співпадають із такими конкурентами як «Cetos» (Чехія), РУП «Вістон» (Білорусь), а за підгрупою «великі круглошліфувальні верстати» займає 5 місце у світі (9,5%), поступаючись лише відомим німецьким фірмам («Studer», «Shaudt», «UVA», «Junker»). Нарощування обсягів і диверсифікації експорту демонструє ДП «Електроважмаш», основна продукція якого (турбогенератори, та електродвигуни розширеного діапазону), незважаючи на зростаючі вимоги до якості та конкурентоспроможності, у 2008 р. експортувалася у 68 країн світу, у тому числі, – у Німеччину, Чехію, Словаччину, Корею, Польщу, країни Латинської Америки, Індію, Китай, Іран, Ірак а також майже в усі країни пострадянського простору. Тенденцію до диверсифікації експорту демонструє і ТОВ «УПЕК Трейдинг», яке у 2005 – 2007 рр. поступово збільшувало свою частку на ринках кулькових підшипників ближнього та дальнього зарубіжжя, хоча у 2008 р. більш дешеві підшипники китайського виробництва істотно загальмували цю тенденцію. Впровадження індикативних цін на імпорт підшипників в Україні створює для підприємства можливості істотного розширення товарної структури експорту за рахунок підвищення його «технологічної щільності», як це наведено на *рис. 3*.

Згідно з *рис. 3*, конкурентна позиція підприємства на ринку спочатку визначається ефектом масштабу на основі його спеціалізації на експорті певної товарної групи. Вирішуючи проблему підвищення експортної конкурентоспроможності, підприємство розширює технологічну шкалу якості на основі виробництва нових експортних груп товарів, отримуючи «ефект від різноманіття». При цьому

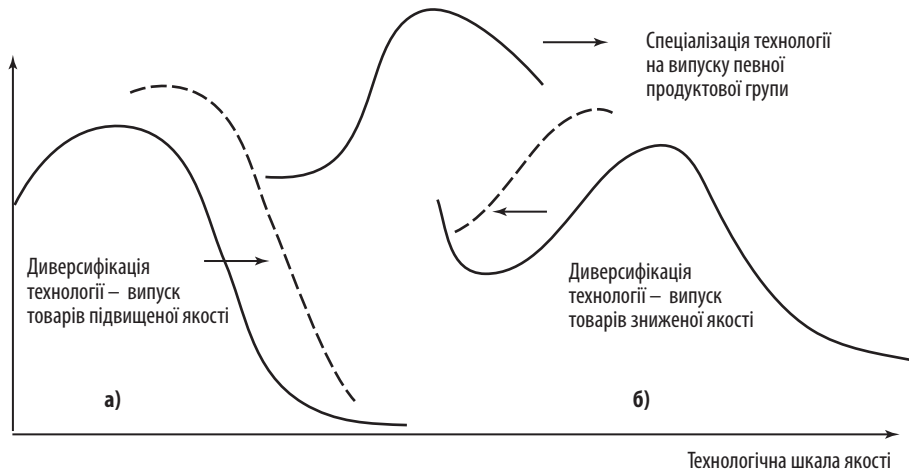


Рис. 3. Взаємозв'язок процесів спеціалізації/диверсифікації із технологічною структурою експорту

процес розширення технологічної шкали експорту охоплює увесь технологічний простір – як виробництво продукції підвищеної якості (рис. 3, а), так і зменшення «технологічності» експорту за рахунок вилучення тих властивостей, які не є основними для споживачів і забезпечують його здешевлення у порівнянні, наприклад, із аналогічними товарами, що «ремонтуються» (рис. 3, б). Процес диверсифікації експорту підприємств машинобудівного комплексу Харківської області спрямований на заповнення «технологічних пустот» та на підвищення «технологічної щільності» експорту, на думку авторів, вбачається більш результативним і менш ризикованим, ніж орієнтир на застосування дорогих і ризикованих стратегій технологічного прориву.

Рівень диверсифікації експорту підприємств області може бути суттєво підвищений через інтернаціоналізацію попиту – поширення інтересу до їх продукції з боку зарубіжних споживачів. Вирішення цієї проблеми передбачає відповідних політичних, економічних і організаційно-управлінських заходів. Окрім переходу на міжнародні норми і стандарти з виготовлення, експлуатації і сервісного обслуговування продукції та проведення її сертифікації, суттєвої уваги вимагає розвиток відповідної ринкової інфраструктури за кордоном, а саме: формування розгалуженої системи збуту товарів і послуг, створення мережі торговельних представництв, комерційних агентств, оптових складів, виставкових комплексів тощо, які мають сприяти формуванню попиту зарубіжних споживачів і просуванню продукції вітчизняних підприємств на закордонних ринках. Вирішувати ці

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

питання окремому підприємству дуже складно і роль державних і парадержавних структур в цьому процесі важко переоцінити.

Істотно змінити існуючий стан диверсифікації експорту машинобудівних підприємств області у короткочасовому періоді навряд чи є можливим. Певний час в експортній політиці вони вимушені реалізовувати збалансовану стратегію диверсифікації, спираючись, з одного боку, на накопичення потенціалу прориву до наукомістких виробництв V і VI технологічних укладів, а з іншого – на системне вдосконалення існуючих технологій III і IV укладів із використанням світових і вітчизняних науково-технологічних розробок.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия.– СПб.: Питерком, 1999.– 416 с.
2. Развитие экспортного потенциала России и поддержка экспорта. Internet – <http://www.nns.ru/gallery/stos/mvs/17.html>
3. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы.– Смоленск: Ойкумена, 2005.– 496 с.
4. Солодковський Ю. М. Моделі розвитку конкурентоспроможності експорту у сучасній системі світової торгівлі/ Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: Монографія: У 2т.– Т I /Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.– К: КНЕУ, 2006.– С. 163 – 196.
5. Michaelly M. Exports and growth : an empirical investigation// Journal of Development Economics.– 2003.– № 4 – P. 49 – 53.
6. World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export competitiveness.– N.Y.: UNCTAD, 2003.– 378 p. Internet – <http://www.unctad.org/wir/contents/wsr2002/content.tn.htm>
7. Rodrik D. Growth strategies.– Cambridge – 2003.– 39 p.
8. Connolly M. The dual nature of trade: measuring its impact on imitation and growth// Journal of Development Economics.– 2003.– № 4.– P. 31 – 55.
9. Criteria for successful exporting.– Delaware Development office. 1992.– P. 18 – 20.
10. Управління експортним потенціалом України: Монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Юхименко, О. П. Гребельник та ін.; За заг. ред. А. А. Мазаракі.– К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т., 2007.– 210 с.
11. Бестужева С. В. Управління експортною діяльністю підприємства/ Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук.– Х.– 2003.– 20 с.
12. UNCTAD Handbook of Statistics. 2008. United Nation Conference on Trade and Development, United Nations. N.Y. and Geneva, 2008.– 419 p.
13. The global Competitiveness Report / – 2006-2007. World Economic Forum. Geneva, Switzerland. 2006

Міжнародна конкурентоспроможність підприємства і диверсифікація експорту ...

14. <http://www.intracen.org/tradstat/welcome.htm> – Сервер міжнародного торговельного центру ООН

15. РФ: сравнительный анализ экспортной активности стран (эконометрический подход)// В. Сб. VIII Международной конференции «Применение многомерного статистического анализа в экономике и оценке качества» - М.: 2006.– С. 134 – 146.

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

Кизим М. О., доктор економічних наук, професор, директор

Хаустова В. Є., кандидат економічних наук, доцент, докторант

Курочкіна І. Г., кандидат економічних наук, молодший науковий співробітник

Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України (м. Харків)

Сучасний розвиток світової економіки характеризується поширенням процесів глобалізації й концентрації капіталу. Експерти Міжнародного валютного фонду (МВФ) визначають глобалізацію як зростаючу економічну взаємозалежність країн світу в результаті збільшення обсягів й розмаїтості трансграничних потоків товарів, послуг і капіталу, більш швидкої й широкої дифузії технологій. Глобалізація на рівні окремої країни характеризується ступенем взаємозв'язку її економіки зі світовою економікою в цілому [1].

У зв'язку із прискоренням процесів глобалізації й пов'язаними з ними змінами факторів зовнішнього середовища загострюється конкуренція між суб'єктами господарювання (корпораціями) різних країн світу на світових торговельних і фінансових ринках. Сьогодні конкурентоспроможність багато в чому визначається розмірами й статусом компанії, оскільки великі компанії є економічно більше стійкими й незалежними від зовнішніх факторів завдяки потужній і розвиненій фінансовій, виробничій і організаційній структурі. У цей час, для того, щоб бути конкурентоспроможним на світовому рівні, недостатньо бути міжнародною корпорацією – необхідно бути транснаціональною (глобальною) корпорацією (ТНК) [2]. Це пояснюється тим, що статус ТНК дозволяє обійти взаємозв'язки й взаємозалежності національних економічних систем, а також надає додаткові конкурентні переваги: більші можливості залучення необхідної кількості капіталу для розвитку й НДККР, значне охоплення ринку та ін.

Становлення й розвиток ТНК відбувається шляхом концентрації капіталу й виробництва та спричиняє активізацію даних процесів у всіх галузях економіки. Тенденція концентрації капіталу й виробництва в другій половині ХХ-го століття реалізувалася в лавиноподібному зростанні кількості угод по злиттях і поглинаннях компаній у різних країнах світу, і, як слідство, реструктуризації галузей їхніх економік.

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

Злиття й поглинання (M&A – *mergers and acquisitions*) являють собою угоди, які поряд з переходом прав власності мають на увазі, насамперед, зміну контролю над підприємством (*Corporate Control*). Необхідно відзначити, що у вітчизняній і закордонній теорії існують розходження в тлумаченні основних видів інтеграційних процесів ринку M&A. У закордонній практиці основними термінами, що характеризують інтеграційні процеси є: злиття (*mergers*), придбання (*acquisitions*), поглинання (*takeovers*) і консолідація (*consolidation*). Дані поняття в світовій теорії й практиці є до деякої міри взаємозамінними й багато вчених і практиків не розмежовують їх чітко. Очевидно, такий підхід пояснюється тим, що в англійській мові ці поняття є синонімами. Так, термін *merger* означає: 1) поглинати, 2) зливатися, з'єднуватися, 3) злиття, об'єднання; *consolidation*: об'єднання, зміцнення; *takeover*: захопити, опанувати; *acquisition*: придбання [3]. З огляду на той факт, що в світовій практиці інтеграції суб'єктів господарювання в основі даних процесів лежить заява тендерної пропозиції на придбання прав корпоративного контролю (у формі пакетів акцій) компанії-мети (у різних формах і різних особах залежно від характеру й цілей угоди, що визначає дружній або ворожий характер дій), то всі розглянуті терміни є багато в чому однорідними.

Розповсюдженим підходом до визначення даних термінів у світовій практиці є такий. Коли компанії, що беруть участь в угоді, мають приблизно однакові економічні параметри й у результаті об'єднання утворюють нову юридичну особу, найбільш часто застосовується термін «консолідація». Коли ж компанії приблизно однорідні по економічних параметрах і лише одна з них у результаті інтеграції припиняє своє існування застосовується термін «злиття». На практиці ж, як правило, розходження між термінами стираються й найчастіше стосовно до всіх інтеграційних процесів використовується термін «злиття». Термін поглинання є найбільш невизначеним і застосовується: 1) як синонім злиттів і придбань, 2) при процесах недружньої інтеграції, 3) при істотній перевазі компанії-покупця над компанією-метою [4].

На основі проведеного аналізу сутності процесів M&A [4], автори вважають за доцільне розглядати аналізовані поняття в наступному контексті:

1. Злиття – об'єднання двох або більше компаній, що здійснюється в результаті договірної процедури між групами менеджерів компаній шляхом обміну акціями між компаніями-учасниками, або їхньої взаємної купівлі-продажу.
2. Придбання й поглинання доцільно розглядати як синоніми, про що свідчить і їхнє тлумачення західними вченими й практиками, і їхній лексичний зміст мовою оригіналу, і той факт, що в основі будь-якого поглинання лежить придбання пакета акцій компанії-мети.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Придбання/поглинання – узяття однією компанією іншої під свій контроль, керування нею із придбанням абсолютного або часткового права власності на неї.

В основі всіх процесів злиттів і поглинань компаній лежить їхнє прагнення до одержання певних конкурентних переваг для зміцнення або досягнення лідируючих позицій на ринку. До таких цільових конкурентних переваг відносять наступні [5 – 9]:

- ▶ одержання синергетичного ефекту, що проявляється як взаємодоповнююча дія активів двох або декількох компаній, сукупний результат якого набагато перевищує суму результатів окремих дій цих компаній;
- ▶ володіння технологіями (у т. ч. ноу-хау, брендом та ін.) і втримання технологічного лідерства;
- ▶ домінування на ринку;
- ▶ прагнення до монополії з метою приборкання цінової конкуренції;
- ▶ розміщення тимчасово вільних коштів і доступ до майнових активів;
- ▶ доступ до джерел сировини й матеріалів і комбінування взаємодоповнюючих ресурсів;
- ▶ пошук нових ринків збуту;
- ▶ підвищення якості управління;
- ▶ диверсифікація діяльності, спрямована на зниження країнових і комерційних ризиків, а також на використання надлишкових ресурсів;
- ▶ економія на масштабах виробництва з метою зниження собівартості виробленої продукції;
- ▶ економія на масштабах закупівель шляхом одержання пільгових умов закупівлі сировини й матеріалів за рахунок більших обсягів замовлень;
- ▶ економія на фінансуванні, збуті, рекламі та ін.
- ▶ зменшення податкового тиску шляхом операцій злиття-поглинання, що спричиняють зниження податків або одержання податкових пільг;
- ▶ особисті мотиви керівництва компаній.

Світовий ринок М&А розпочав набувати рис організованої структури наприкінці XIX століття. Найбільший внесок у його якісний і кількісний розвиток вніс національний ринок США, в рамках якого вперше було випробувано велика кількість інтеграційних механізмів і процедур здійснення угод.

Розвиток ринку М&А завжди носив хвилеподібний характер. Можна відзначити п'ять найбільш виражених хвиль у розвитку цих процесів: хвиля злиттів

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

1887 – 1904 р.; злиття компаній в 1916 – 1929 р.; хвиля конгломератних злиттів в 60 – 70-х роках ХХ-го століття; хвиля злиттів в 80-х роках ХХ-го століття; злиття в другій половині 90-х років ХХ-го століття.

В останні роки ринок злиттів та поглинань розвивається досить великими темпами. Причому збільшується як загальна кількість угод злиттів та поглинань, так і їх обсяги.

Сучасний світовий ринок М&А характеризується низкою особливостей:

- ▶ ускладнюються процедури планування угод, зростає необхідність ретельного аналізу їх ефективності в рамках стратегії розвитку підприємства;
- ▶ зростає популярність угод злиттів та поглинань, формується європейський і азійський ринок корпоративного контролю;
- ▶ збільшується кількість транснаціональних угод;
- ▶ серед інтеграційних угод переважають горизонтальні злиття та поглинання;
- ▶ на ринку корпоративного контролю спостерігається тенденція до залучення нових галузей [10; 11].

На сьогоднішній день можна говорити про новий цикл укрупнення капіталу, який сформувався в останні десятиліття. Основою цього процесу стали міжнародні процеси злиттів та поглинань корпоративного капіталу, здійснюваного за допомогою прямих іноземних інвестицій. Згідно з дослідженнями А. Т. Kearney, в 2007 р. в світі було укладено рекордну кількість угод злиттів та поглинань – більше 25 тисяч.

За даними Mergermarket, за період з 2002 – 2005 рр. спостерігалось щорічне світове зростання кількості угод злиттів та поглинань в середньому на 27,5%. У 2006 р. було укладено на 1500 операцій менше (падіння на 15%) в порівнянні з 2005 р., проте обсяг операцій у вартісному вираженні збільшився. Згідно з оцінками експертів агенції Thomson Financial, світовий ринок М&А в 2007 р. складав у вартісному вираженні 4,4 трлн дол. (за даними дослідницької компанії Dealogic і проекту mergers.ru – 4,7 трлн дол.) і виріс в порівнянні з 2006 р. більш ніж на 30 % [12].

В *табл. 1* наведено дані, які представлені в щорічному звіті «World Investment Report» [13] стосовно кількісного та вартісного вираження угод М&А в динаміці.

Як видно з *табл. 1*, починаючи з 2001 р. кількість угод на ринку злиттів та поглинань, а також їх обсяг скорочувалися. Така тенденція спостерігалась впродовж 2 років. Це пов'язано з економічною кризою США у 2001 р., яка спричинила зниження угод М&А в світі. З 2003 р. по 2007 р. включно кількість угод М&А збільшувалися, і, як наслідок, зростали їх обсяги.

Динаміка світового ринку M&A

Роки	Показники	
	Кількість угод M&A	Обсяг угод M&A, млн. дол
1987	1 174	97 311
1988	1 879	137 630
1989	2 723	167 068
1990	3 360	200 389
1991	3 908	116 642
1992	3 724	112 939
1993	3 965	123 492
1994	4 566	170 575
1995	5 498	231 577
1996	5 868	264 254
1997	6 740	370 987
1998	7 995	692 686
1999	9 007	903 868
2000	10 031	1 349 777
2001	8 098	730 441
2002	6 553	483 238
2003	6 621	411 302
2004	7 270	565 871
2005	8 560	929 362
2006	9 075	1 118 068
2007	10 145	1 637 107
2008	6 244	673 214
2009 (1 півріччя)	1 808	123 155

Активність на світовому ринку M&A в 2008 р. скоротилася на 38% у кількісному та на майже 59% у вартісному вираженні. У 1 півріччі 2009 р. тенденція до скорочення обсягів ринку злиттів та поглинань тривала. Експерти Thomson Reuters [14] відзначаючи тенденцію щодо зниження кількості угод в самих різних секторах економіки, підвели попередні підсумки 2009 р. Згідно з їх оцінками, глобальний обсяг операцій M&A склав 2,89 трлн дол., що є найнижчим річним показником з 2005 р.

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

Враховуючи ступінь залучення світових економік в негативні процеси і несприятливу кон'юнктуру ринків, можна зробити висновок про те, що у 2009 р. буде зафіксовано найменшу кількість угод М&А за останні 15 років.

Експерти Thomson Reuters [14] вважають, що найочевиднішою ознакою глибини проблем на ринку М&А у 2008 р. є рекордна кількість вже узгоджених, але скасованих угод. Їх кількість перевищила 1100. У IV кварталі обсяг угод злиттів знизився на 44%, що є найнижчим квартальним рівнем з III кварталу 2004 р. Причому зниження відбувалося незалежно від регіону. Наприклад, в Китаї він впав на 25%, в Бразилії – на 93%, в США – на 38%. Річний спад в Європі склав 29%, в Азіатсько-тихоокеанському регіоні в цілому – 12%.

Причинами зниження активності М&А можна назвати, в першу чергу, глобальну світову кризу, «подорожчання» грошей, відсутність ліквідності, а також масштабне зниження зростання світової економіки, в першу чергу, в розвинутих країнах [15].

В табл. 2 наведена динаміка кількості та обсягів угод М&А (купівля/продаж) за країнами світу [16].

Таблиця 2

Динаміка ринку М&А за країнами світу в 2006 – 2009 роках

Країна	Показник	Роки			
		2006	2007	2008	2009 (1 півріччя)
1	2	3	4	5	6
США	Кількість угод М&А (продаж)	1 050	1 292	1 090	256
	Кількість угод М&А (купівля)	1 057	1 222	1 086	301
	Обсяг угод М&А (продаж), млн дол	136 584	179 220	225 778	23 248
	Обсяг угод М&А (купівля), млн дол	114 436	179 816	72 305	4 719
Франція	Кількість угод М&А (продаж)	224	232	173	50
	Кількість угод М&А (купівля)	258	393	374	93
	Обсяг угод М&А (продаж), млн дол	19 814	28 207	4 536	666
	Обсяг угод М&А (купівля), млн дол	43 463	78 108	56 617	30 692
Німеччина	Кількість угод М&А (продаж)	426	429	324	88
	Кількість угод М&А (купівля)	224	262	272	95
	Обсяг угод М&А (продаж), млн дол	41 388	44 040	29 961	770
	Обсяг угод М&А (купівля), млн дол	16 540	59 474	57 294	4 950

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Продовження табл. 2

1	2	3	4	5	6
Італія	Кількість угод M&A (продаж)	113	143	151	35
	Кількість угод M&A (купівля)	60	119	116	19
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	28 341	23 633	-752	1 357
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	7 976	60 150	20 101	17 612
Швеція	Кількість угод M&A (продаж)	142	146	152	34
	Кількість угод M&A (купівля)	184	202	160	37
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	15 228	4 561	16 817	821
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	3 199	32 466	6 884	12 861
Великобританія	Кількість угод M&A (продаж)	531	689	627	126
	Кількість угод M&A (купівля)	678	802	592	91
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	123 498	170 992	125 576	13 940
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	18 900	221 900	51 758	4 111
Австралія	Кількість угод M&A (продаж)	228	255	304	133
	Кількість угод M&A (купівля)	246	361	149	19
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	10 500	44 064	33 781	7 193
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	31 949	43 439	17 291	378
Японія	Кількість угод M&A (продаж)	56	85	88	33
	Кількість угод M&A (купівля)	141	154	175	57
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	-11 683	16 116	9 250	-971
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	16 980	30 376	54 058	8 850
Бразилія	Кількість угод M&A (продаж)	53	125	118	16
	Кількість угод M&A (купівля)	20	36	50	9
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	2 637	6 539	8 240	413
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	18 629	10 785	5 243	1 594
Китай	Кількість угод M&A (продаж)	226	233	230	53
	Кількість угод M&A (купівля)	36	57	65	27
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	11 307	9 274	5 144	2 995
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	12 053	-2 388	36 861	1 558
Гонконг (Китай)	Кількість угод M&A (продаж)	118	143	91	29
	Кількість угод M&A (купівля)	123	114	103	28
	Обсяг угод M&A (продаж), млн дол	9 095	6 960	8 288	163
	Обсяг угод M&A (купівля), млн дол	8 031	-8 003	-1 179	429

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6
Індія	Кількість угод М&А (продаж)	128	148	131	47
	Кількість угод М&А (купівля)	134	171	161	25
	Обсяг угод М&А (продаж), млн дол	4 410	4 406	9 519	4 274
	Обсяг угод М&А (купівля), млн дол	6 715	29 076	11 662	239
Російська Фе- дерація	Кількість угод М&А (продаж)	101	111	169	76
	Кількість угод М&А (купівля)	54	68	106	24
	Обсяг угод М&А (продаж), млн дол	5 811	22 753	13 777	803
	Обсяг угод М&А (купівля), млн дол	3 507	18 597	17 115	3 566
Україна	Кількість угод М&А (продаж)	37	44	62	55
	Кількість угод М&А (купівля)	4	10	2	1
	Обсяг угод М&А (продаж), млн дол	261	1 818	5 933	158
	Обсяг угод М&А (купівля), млн дол	23	260	972	–

Виходячи з табл. 2, можна зробити висновок про те, що в 2008 р. не у всіх країнах світу спостерігався спад активності ринку М&А. Наприклад, продано об'єктів більше ніж у попередньому році в таких країнах, як Італія (на 8 об'єктів), Швеція (на 6 об'єктів), Австралія (на 49 об'єктів), Японія (на 3 об'єкти), Російська Федерація (на 58 об'єктів) та Україна (на 18 об'єктів). Це може свідчити про те, що не зважаючи на світову фінансову кризу придбані об'єкти в даних країнах є інвестиційно привабливими.

В таких країнах, як Німеччина, Бразилія, Китай та Російська Федерація придбано об'єктів більше ніж у 2007 р. – на 10, 14, 8 та 38 об'єктів відповідно.

Що стосується обсягів угод М&А (як купівлі, так і продажу), слід зауважити, що їх зниження або збільшення не залежить від кількості придбаних чи проданих об'єктів. Це залежить від того, в якій галузі проводилися угоди, тобто, чим більше інвестиційна привабливість галузі, тим дорожче коштуватимуть підприємства, що зайняті в ній.

Розглянемо світову активність угод-продажів М&А (як кількісні, так і вартісні характеристики) за галузями економіки за період 2006 – 2008 рр. (табл. 3).

Як видно з табл. 3, основними лідерами за обсягами угод на світовому ринку М&А (стосовно продажів) у 2006 – 2008 рр. були наступні галузі економіки: виробництво електричного та електронного устаткування, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води, виробництво харчових продуктів, напоїв

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

та тютюнових виробів, машинобудування та виробництво устаткування, металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів, транспорт та зв'язок, фінансова діяльність (банки, страхування, фінансові інститути, конгломерати), хімічна та нафтохімічна промисловість та хімічне виробництво.

Таблиця 3

**Динаміка світової активності угод-продажів M&A за галузями економіки
в 2006 – 2009 роках**

Промисловість / галузь / сектор	2006 р.		2007 р.		2008 р.		2009 р. (1 півріччя)	
	n*	V**	n*	V**	n*	V**	n*	V**
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Загальна промисловість	8560	635940	9075	1031100	10145	673214	4370	123155
Основна промисловість	541	31332	677	99736	773	47883	354	1881
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	70	259	72	-1880	82	5302	31	114
Хімічна та нафтохімічна промисловість	471	31073	605	101615	691	42581	323	1767
Вторинна промисловість	2756	158948	2862	194604	3130	235228	1383	17927
Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	319	-1100	320	30794	361	77406	153	4294
Текстильне виробництво, виробництво одягу, виробів зі шкіри	100	-495	108	-2361	98	416	45	486
Лісова продукція	128	-2357	173	1411	179	-486	75	787
Целюлозно-паперова, поліграфічна промисловість, видавнича справа	166	7860	157	-6308	181	9535	55	-30
Виробництво коксу та продуктів нафтоперероблення	25	4365	44	4072	25	-476	13	-204
Хімічне виробництво	517	31421	480	94598	529	60730	218	8720
Каучук і пластмасова продукція	79	4884	110	-41588	108	206	50	-171
Виробництво іншої неметалевої продукції	124	6347	118	15334	172	22198	51	-9
Металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів	281	45654	283	18125	316	17114	168	370
Машинобудування та виробництво устаткування	233	20034	270	9201	313	6988	167	252

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

Закінчення табл. 3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Електричне і електронне устаткування	361	32218	391	40440	400	25316	177	347
Виробництво транспортного устаткування	158	-497	153	533	170	12081	76	232
Приборобудівництво	206	10183	207	-9823	211	7817	99	2831
Інше виробництво	59	430	48	175	67	-3616	36	22
Послуги	5263	445552	5536	736548	6241	390061	2631	103346
Виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	192	-29594	231	43591	252	17605	115	29535
Будівництво	136	523	152	10291	193	1719	69	-1323
Торгівля	748	-7184	686	-11617	846	-12	383	285
Готелі та ресторани	210	524	221	-3460	226	1674	78	207
Транспорт та зв'язок	603	70876	608	23683	638	-4911	237	5510
Фінанси	2953	412025	3158	682174	3527	375980	1485	69034
Соціальне забезпечення	22	873	13	543	14	199	9	-
Охорона здоров'я	103	-4172	108	2541	139	-1032	59	-51
Освіта	26	-687	30	421	28	131	20	-145
Соціальна допомога	238	-2116	276	-9066	306	-4206	139	357
Інші послуги	32	-224	53	-2560	72	2914	37	-61

* – кількість угод M&A;

** – обсяг угод M&A, млн дол.

Максимальний обсяг угод M&A протягом всього періоду спостерігається у компаній, які зайняті в сфері фінансів (34,8% у загальній кількості угод-продажів на світовому ринку M&A та 55,8% у загальному обсязі). Слід зауважити, що у 2008 р. незважаючи на збільшення кількісного показника M&A (на 369 об'єктів у порівнянні з 2007 р), вартісний показник зменшився майже вдвічі (на 45% у порівнянні з 2007 р.).

Проаналізуємо активність угод M&A у вищеперелічених галузях. На *рис. 1* наведено кількість угод M&A, вартість яких складає вище 3 млн дол. (у 2006 р. – вище 1 млн дол).

У зв'язку з тим, що фінансовий сектор є дуже ємним, то його було розділено на два напрямки: 1 – банківська і інша кредитна діяльність; 2 – інша фінансова ді-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

яльність. До іншої фінансової діяльності було віднесено підприємства, які зайняті в галузі страхування, фінансових послуг тощо.

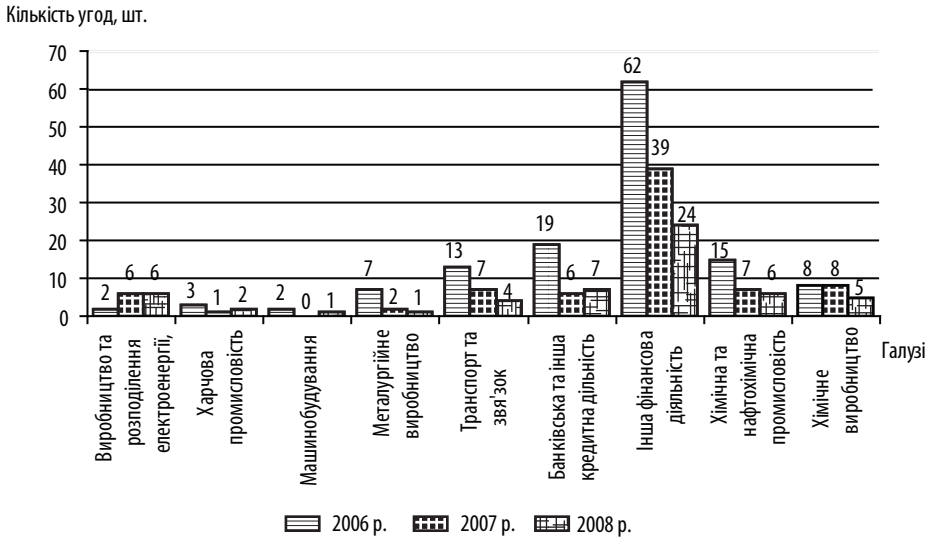


Рис. 1. Кількість угод світового ринку M&A, вартість яких складає вище 3 млн дол. (у 2006 р. – вище 1 млн дол)

Як видно з рис. 1, найбільша кількість угод M&A протягом 2006 – 2008 рр. була зафіксована серед організацій, які зайняті будь-якою фінансовою діяльністю (окрім кредитної). На другому місці у 2006 р. найбільшу кількість угод M&A було укладено серед банківських та інших фінансово-кредитних установ, у 2007 р. – серед підприємств, що зайняті у хімічному виробництві та у 2008 р. – знов серед банківських та інших фінансово-кредитних установ.

Проаналізуємо активність ринку M&A стосовно обсягів укладених угод.

На рис. 2 наведено обсяги угод M&A (млн дол.), вартість яких складає вище 3 млн дол (у 2006 р. – вище 1 млн дол).

З даних рис. 2 випливає, що лідером впродовж 2006 – 2008 рр. стосовно обсягів угод M&A є організації, які зайняті іншою фінансовою діяльністю (окрім кредитної). Але, як вже зазначалося, обсяги угод M&A по галузях економіки не завжди залежать від їх укладеної кількості. На рис. 2 наочно наведено, що, незважаючи на те, що у 2006 р. кількість угод M&A серед банківських та інших фінансово-кредитних установ складала більше ніж в інших галузях (окрім організацій, які зайняті іншою фінансовою діяльністю), тим не менш за обсягами угод друге місце у 2006 р. майже поділили підприємства металургійної галузі, а також

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

підприємства, які зайняті в сфері послуг транспорту та зв'язку (79,3 млн дол. та 79,1 млн дол. відповідно). Друге місце у 2007 р. за обсягами угод M&A займають підприємства хімічної промисловості (73,5 млн дол.). А у 2008 р. – харчової промисловості (56,3 млн дол.). І це, незважаючи на те, що у 2008 р. серед підприємств харчової промисловості було укладено 2 угоди, що на 5 угод менше ніж серед організацій, які зайняті в банківському та іншому кредитному секторі.

Загальний обсяг угод, млн дол.

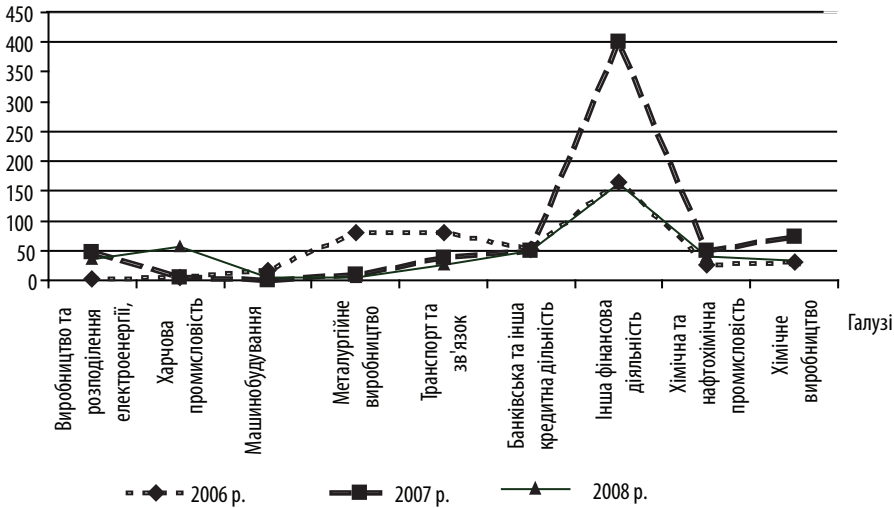


Рис. 2. Обсяг угод світового ринку M&A, вартість яких складає вище 3 млн дол. (у 2006 р. – вище 1 млн дол.)

Таким чином, можна виділити наступні галузі-лідери, в яких було зафіксовано найбільшу кількість угод з максимальним обсягом, на світовому ринку M&A:

- ▶ у 2006 р. – банківський та інший фінансово-кредитний сектор; металургійне виробництво; сфера послуг, зокрема транспорт; підприємства, які зайняті в сфері надання інших фінансових послуг;
- ▶ у 2007 р. – хімічне виробництво; банківський та інший фінансово-кредитний сектор; виробництво та розподілення електроенергії, газу води; підприємства, які зайняті в сфері надання інших фінансових послуг;
- ▶ 2008 р. – харчова промисловість; банківський та інший фінансово-кредитний сектор; хімічна та нафтохімічна промисловість; підприємства, які зайняті в сфері надання інших фінансових послуг.

Таким чином, злиття й поглинання компаній, будучи сучасною тенденцією консолідації активів і концентрації виробничої діяльності, останнім часом є од-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

ним з головних способів досягнення конкурентних переваг. Компанії майже всіх галузей економіки змушені укрупняти капітал для більш ефективного його використання й підвищення своєї конкурентоспроможності. Однак, незважаючи на глобальний характер охоплення процесами М&А компаній всіх галузей і всіх країн світу, відмічається явна тенденція до виділення ряду галузей, компанії яких є більш інвестиційно привабливими, внаслідок чого кількість та обсяги угод М&А у них перевищують такі ж показники інших галузей. До них в першу чергу відносяться такі галузі: банківський та інший фінансово-кредитний сектор; хімічна та нафтохімічна промисловість; підприємства, які зайняті в сфері надання інших фінансових послуг. Ці галузі лідирували на світовому ринку М&А протягом останніх трьох років. Крім того лідуючі позиції за останні роки займали також галузі металургійного виробництва; сфери послуг, зокрема транспорту; виробництва та розподілення електроенергії, газу, води; харчової промисловості.

Економіка України є невід'ємною складовою світової економіки, тому процеси М&А, характерні для останньої набули поширення і в нашій країні, також ставши для вітчизняних компаній фактором досягнення конкурентних переваг і підвищення їх конкурентоспроможності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Соколенко О. І. Глобалізація і економіка України.– К.: Логос, 1999.– 568 с.
2. Кизим Н. А., Горбатов В. М. Концентрация экономики и конкурентоспособность стран мира: Монография.– Х.: ИД «ИНЖЭК», 2005.– 216 с.
3. Англо-русский словарь/ Под ред. О. С. Ахмановой и Е. А. М. Уилсон.– 24-е изд., перераб. и доп.– М.: Изд-во «Русский язык».–1974.– 640 с.
4. Тищенко А. Н., Хаустова В. Е. Понятийный аппарат в интеграционных процессах слияний и поглощений компаний // Бизнес-информ.– 2008.– №12(1).– С. 78 – 90.
5. Кони́на Н. Ю. Слияния и поглощения в конкурентной борьбе международных компаний: Монография.– М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.– 152 с.
6. Игнатишин Ю. Слияния и поглощения: стратегия, тактика, финансы.– СПб.: Питер, 2005.– 208 с.
7. Владимирова И. Г. Слияния и поглощения компаний // <http://www.cfn.ru/press/management/1999-1/03.shtml>
8. Гохан П. А. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний: Пер. с англ.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.– 741 с.
9. Динз Г., Крюгер Ф., Зайзель С. К победе через слияние. Как обратить отраслевую консолидацию себе на пользу: Пер. с англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.- 252 с.
10. Марченко А. А. Слияния и поглощения: тенденции российского рынка и особенности эффективного управления сделками.– М.: Российское предпринимательство, 2008.– 146 с.

Злиття та поглинання компаній як фактор підвищення їх конкурентоспроможності

11. Савицкий К. Мир слияний и поглощений / К. Савицкий, В. Покровский // Рынок ценных бумаг.– 2000.– № 19.– С. 54 – 58.

12. Хаустова В. Е. Слияния и поглощения компаний в экономиках стран мира / Соціально-економічний розвиток України та її регіонів: Монографія.– Х: ВД «ІНЖЕК».– 2008.– С. 200 – 222.

13. <http://www.unctad.org>

14. <http://thomsonreuters.com>

15. Рынок слияний и поглощений (M&A) жив благодаря развивающимся странам // <http://www.maonline.ru/analitika-ma/4956-rynok-slijanij-i-pogloshhenij-ma-zhiv.html>

16. World Investment Report 2009 // http://www.unctad.org/en/docs/wir2009_en.pdf

Государственное регулирование экономики как важная составляющая становления социально ответственного маркетинга и повышения конкурентоспособности продукции

Орлов П. А., доктор экономических наук, профессор
Харьковский национальный экономический университет

Проблеме управления качеством и конкурентоспособностью продукции, а также становления социально ответственного маркетинга посвящены работы Э. Деминга, Д. М. Джурана, Ф. Кросби, Дж. Харингтона, К. Исикавы, А. Фейгенбаума, А. В. Гличёва, М. Портера, Р. Рейденбаха, П. Робина, Ф. Котлера, К. Л. Келлера, Ж.-Ж. Ламбена, Р. А. Фатхутдинова, А. П. Градова, Р. Н. Колегаева, Г. А. Краюхина, О. П. Глудкина, В. В. Окрепилова, А. К. Тащева, Л. М. Чистова, П. Г. Перервы и многих других ученых [4 – 14]. Но некоторые аспекты проблемы остаются недостаточно разработанными.

Целью настоящей работы является теоретическое обобщение и развитие подходов к формированию социально ответственного маркетинга, обоснование ведущей роли качества государственного регулирования социально-экономического развития страны на темпы и эффективность его становления, конкурентоспособность производимой продукции и качество жизни населения.

Проявления корпоративной социальной ответственности отдельными компаниями промышленно развитых стран стали распространяться несколько десятилетий тому назад и получили теоретическое обобщение в работах многих известных учёных. Наибольшее внимание заслужила концепция социально ответственного маркетинга, предложенная в 1997 г. Ф. Котлером, которая нашла поддержку Ж.-Ж. Ламбена [9, с. 82 – 86] и многих других известных зарубежных и отечественных учёных. «Концепция социально ответственного маркетинга провозглашает задачей организации установление потребностей, желаний и интересов целевых рынков и их удовлетворение более эффективными и продуктивными, чем у конкурентов, способами, сохраняющими или повышающими благосостояние как потребителей, так и общества в целом» [5, с. 48]. При этом подчеркнуто, что «маркетологи должны находить баланс между зачастую противоречивыми критериями: прибылью компании, удовлетворением потребностей потребителей и общественными интересами».

Позднее Ф. Котлер и К. Л. Келлер предложили концепцию холистического (целостного) маркетинга, включающего в себя маркетинг взаимоотношений, социально ответственный маркетинг, интегрированный и внутренний маркетинг. На примере компании «Макдональдс», «Авон» и других они выделили некоторые типы корпоративных социальных инициатив. Причём убедительно выглядят только социальные инициативы, связанные с участием компаний в благотворительной, спонсорской деятельности, в финансировании детской вакцинации [5, с. 50]. Некоторые же примеры явно нельзя считать проявлением социально ответственного маркетинга, а ряд примеров может быть связан, как с социально ответственным маркетингом, так и являться PR-акциями компаний с целью привлечения дополнительных потребителей и увеличения прибыли. Так, они привели пример, что компания «Макдональдс» порекомендовала своим поставщикам мяса отказаться от использования антибиотиков для ускорения роста цыплят, свиней и крупного рогатого скота, так как это вредно для потребителей такого мяса [5, с. 50 – 52]. При этом ничего не говорится о том, каким образом компания «Макдональдс» организовала контроль выполнения своих рекомендаций, а это связано со значительными расходами. Анализируемое описание этой инициативы не позволяет однозначно признать её проявлением социально ответственного маркетинга. Кроме того, исследованиями установлено, что потребление мяса, полученного с использованием ускорителей роста птиц и животных, делает людей невосприимчивыми к антибиотикам при лечении от тяжёлых заболеваний, и бывает причиной летального исхода. Поэтому необходим строгий запрет органов госуправления на использование антибиотиков для ускорения роста цыплят и животных с введением адекватной ответственности за его нарушение.

Совсем наивным выглядит другой пример социально ответственного маркетинга, когда компания «Макдональдс» в ответ на критику, что их «Гамбургеры» вкусная, но вредная для здоровья пища, прибавила в свое меню полезные для здоровья салаты [5, с. 48]. Выходит, что добавление к вредному для здоровья блюду полезного может сделать его полезным. Социально ответственное же решение заключается в замене вредных для здоровья «Гамбургеров» другим блюдом вкусным и полезным для здоровья. Подобные задачи эффективно могут решать только органы государственного управления и общественные организации по защите прав потребителей. В этой связи автор не разделяет подход Ф. Котлера и К. Л. Келлера, согласно которому становление социально ответственного маркетинга рассматривается вне связи с государственным регулированием социально-экономических процессов в стране. Основным его недостатком является ориентация только на рост сознательности собственников и менеджеров компаний. Возможно, это является следствием приверженности Ф. Котлера

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

и К. А. Келлера неолиберальной монетаристской концепции. Автор считает, что основную роль в становлении социально ответственного маркетинга должны играть органы государственного управления и общественные организации по защите прав потребителей, не отрицая при этом и положительного влияния корпоративных социальных инициатив, таких как благотворительность, оказание помощи медицинским учреждениям и т. п.

Беспрецедентный по своим масштабам и отрицательным последствиям мировой финансово-экономический кризис, который, по мнению автора, является системным, убедительно высветил существенные недостатки капиталистической социально-экономической системы. Их не удаётся преодолеть ни на основе концепции английского экономиста Джона Мейнарда Кейнса, основанной на расширении роли государства в экономике, ни появившейся позднее её противоположности – неолиберальной монетаристской концепции Милтона Фридмена, лауреата Нобелевской премии 1976 г.

Последствия финансово-экономического кризиса и пути выхода из него рассматривались в трудах В. М. Гейца, В. Мау, М. Ершова, С. Ю. Глазьева, М. Юсима, Ю. Б. Иванова, О. Некипелова, Н. А. Кизима и других известных экономистов [16 – 19].

Недостатки капитализма в какой-то мере можно снизить за счёт поиска рациональных масштабов, повышения эффективности и социальной направленности государственного регулирования экономики, как каждой отдельной страны, так и международной. Страна, которая успешнее раньше решала и продолжает решать эту очень сложную задачу, по мнению автора, быстрее и с меньшими потерями выйдет из мирового финансово-экономического кризиса (Швеция, Норвегия и др.). Сторонников же неолиберальной концепции в настоящее время очень резко уменьшилось как среди учёных, так и государственных деятелей. Например, принятые решения трёх последних саммитов государств «двадцатки» G20 предусматривают ряд мер по усилению регулирования как в масштабах отдельных стран так и международных финансов институтов.

Более обосновано к анализу становления социально ответственного маркетинга подошли Ж.-Ж. Ламбен, Р. Рейденбах и П. Робин, указав, что улучшение маркетингового обращения компаний обусловлены мощным противодействием движения в защиту прав потребителей и охрану окружающей среды [9, с. 82 – 83]. Этим, по сути, признаётся и важная роль государственного регулирования экономики.

Р. Рейденбах и П. Робин [11] обосновали 5 стадий становления социально ответственного маркетинга:

Стадия 1. Аморальное поведение. Доминирующая цель-максимизация прибыли.

Стадия 2. Законопослушное поведение. Компания принимает на себя обязательства правового характера.

Стадия 3. Отзывчивое поведение. Компании начинают проявлять зачатки этики, но только в собственных интересах.

Стадия 4. Начальное этическое поведение. Компании демонстрируют понимание того, что этическое поведение требует иногда пойти на снижение прибыльности. Принимаются моральные кодексы компаний.

Стадия 5. Развитое этическое поведение. Компания на деле демонстрирует приверженность заявленным ценностям, а эти ценности служат руководством к действию на всех уровнях системы менеджмента.

При этом отмечено, что в Западной Европе большинство компаний достигло третьей стадии становления социально ответственного маркетинга и постепенно растёт число компаний вышедших на 4-ю и 5-ю стадии. Однако, к сожалению, Р. Рейденбах и П. Робин не анализируют влияние качества государственного регулирования экономики и его социальной направленности на темпы и качество формирования социально ответственного маркетинга. Так, эффективность законопослушного поведения компаний (стадия 2 и последующие) полностью зависит от качества и социальной направленности законодательных актов конкретной страны о защите прав потребителей и окружающей среды, о рекламе, о сертификации продукции и механизма их реализации. Если перечисленные и их дополняющие законодательные и нормативные акты страны о защите прав потребителей и окружающей среды окажутся аморальными, не имеющими направленности на интересы общества в целом, то и стадию 2 «законопослушное поведение» логичнее будет назвать «законопослушное аморальное поведение». Соответственно следует изменить и название 3 стадии на «Отзывчивое поведение в условиях законопослушного аморального» .

По мнению автора, большинство предприятий Украины находится на 1-ой и 2-й стадии становления социально ответственного маркетинга при ненадлежащем уровне качества и социальной направленности законодательных и нормативных актов, отсутствии чётких механизмов их реализации в условиях высокой коррупции. Хотя и в нашей стране имеются примеры социальных инициатив отдельных предприятий. Однако на фоне очень низкого качества государственного регулирования экономики и его социальной направленности эти инициативы не приносят существенные положительные плоды. Кроме того, как отмечают многие авторы, социальные инициативы часто используются зарубежными ком-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

паниями для достижения конкурентных преимуществ и проведения PR-акций. Наши предприятия не являются исключением в этом деле. Представим себе совсем реальную в наших условиях ситуацию, когда предприятие за счёт производства некачественной и вредной для здоровья граждан продукции, использования недобросовестной рекламы получило огромную прибыль и часть её использовало на благотворительные цели. Можно ли считать деятельность этого предприятия социально ответственной, способствующей повышению качества жизни в стране? Конечно, нет. Это будет скорее попытка представить перед общественностью свою преступную деятельность в хорошем свете и привлечь таким образом новых потребителей (жертв) для дальнейшего увеличения прибыли.

В Германии, по данным информационного агентства РБК-Украина, в 2009 г. был введен временный запрет на продажу напитка Red Bull Cola, так как в его составе сотрудники Института по здравоохранению и труду земли Северный Рейн-Вестфалия обнаружили наркотическое средство кокаин. Не исключено, что и изготовитель этого напитка ранее реализовывал социальные инициативы, а вот позаботиться о безопасности своего напитка для потребителей не смог или это не было его целью. Тем более что этот напиток подлежит обязательной сертификации, и производитель обязан был соблюдать технологию его производства, обеспечивающую безопасность напитка для потребителей, т. е. требования сертификата соответствия. Остаётся только гадать, а не было ли это сделано с целью увеличения прибыли для создания в короткие сроки зависимости потребителей от этого напитка?

Существует тесная взаимосвязь между качеством производимой продукции (работ, услуг), её конкурентоспособностью, конкурентоспособностью и социальной ответственностью предприятий-производителей, конкурентоспособностью государства и качеством жизни граждан в стране. Не может быть конкурентоспособным предприятие, производящее некачественную продукцию. Аналогично не может иметь высокую конкурентоспособность государство, в котором предприятия, на которых производится основная часть продукции, являются неконкурентоспособными и не практикуют социально ответственный маркетинг. Чем выше качество и конкурентоспособность продукции, производимой в стране, тем эффективнее его экспортные операции и лучше платёжный баланс, выше качество жизни населения.

Приходится констатировать, по сути, отрицательную социально-экономическую эффективность рыночного реформирования экономики в нашей стране и других бывших республиках СССР за истекшие 18 лет. Так, в 2007 г. Украина, по данным ООН, заняла 76 место из 177 стран по индексу развития челове-

Государственное регулирование экономики как важная составляющая становления ...

ского потенциала, т. е. по качеству жизни. В пятерке стран с высоким уровнем развития человеческого потенциала – Исландия, Норвегия, Австралия, Канада и Ирландия. 12-е место было определено США, 64-е – Беларуси, 67-е – России. Для сравнения, В 1990 г. бывший СССР занимал 33 место в мире. Как видим, ни одна из перечисленных выше наиболее развитых республик бывшего СССР за 18 лет самостоятельного развития не смогла даже приблизиться к прежнему результату. При этом опыт Беларуси, где значительно меньше увлекались приватизацией, показал преимущество такого пути развития.

Автор считает, что основную роль в становлении социально ответственного маркетинга должны играть органы государственного управления и общественные организации по защите прав потребителей, не отрицая при этом и положительного влияния корпоративных социальных инициатив таких как благотворительность, оказание помощи медицинским учреждениям и т. п. Теоретическое обобщение работ ведущих учёных по проблеме становления социально ориентированного маркетинга привело автора к выводу, что ведущую роль также должно играть эффективное государственное регулирование, а не рост сознательности собственников предприятий, как считают Ф. Котлер и К. Л. Келлер. Эффективное государственное регулирование в этой сфере означает наличие качественно разработанных законов и нормативных актов, а также механизмов их реализации, обеспечивающих приоритетную ориентацию предпринимательства на недопущение выпуска и реализации продуктов и услуг, опасных для здоровья, жизни и имущества потребителей, окружающей среды и общества в целом. Другим обязательным условием является искоренение коррупции. И вот почему.

Один из основных недостатков рыночной экономики, хорошо изученный ещё К. Марксом, заключается в том, что в погоне за высокой прибылью собственники капитала не останавливаются даже перед самыми тяжкими преступлениями. Как показывает опыт стран, как с развитой, так и развивающейся рыночной экономикой, и в настоящее время большинству собственников капитала присущ тот же порок. Автор считает, что частное предпринимательство можно образно сравнить с огнём. Как известно, благом является только качественно и ответственно управляемый огонь, а неуправляемый огонь – это пожар, который приносит огромные бедствия. Так и слабо контролируемое государством частное предпринимательство в погоне за прибылью не останавливается даже перед тяжкими преступлениями против своих же сограждан. Примеров тому существует великое множество в сфере производства и реализации продукции, опасной для жизни, здоровья и имущества граждан, широкомасштабной подделки медикаментов, различных форм мошенничества, включая создание финансовых пирамид.

Разоблаченная в конце 2008 году в США самая крупная финансовая пирамида Бернарда Медоффа в виде инвестиционного фонда «Медофф Секьюритис» за более чем 20 лет своей преступной деятельности причинила убытки её клиентам из разных стран, по первоначальным оценкам, в размере 50 млрд долларов, а по окончательным – 65 млрд долларов. Среди её обманутых клиентов есть и такие, кто покончил жизнь самоубийством. С тех пор в результате активизации контролирующих органов за короткий период только в США было раскрыто 20 более мелких финансовых пирамид (8 млрд долл. и меньше). Финансовые пирамиды были разоблачены в Японии (1,1 млрд евро) и в других странах [21]. Расцвет финансовых пирамид в бывших республиках СССР пришёлся на 1994 – 1995 гг. От банкротства гораздо менее крупной финансовой пирамиды ОАО «МММ» Сергея Мавроди, раскрытой в 1994 г., пострадали несколько миллионов человек. Для многих из них это обернулось также тяжёлыми трагедиями. В этом же 1994 г. в Украине была разоблачена финансовая пирамида «Кий-Траст», а её основатель, присвоивший 3 млн долл., четыре года скрывался от следственных органов.

В промышленно развитых странах с устоявшейся рыночной экономикой отмечается много случаев реализации некачественной, контрафактной продукции. Например, в 2006 году разразился скандал вокруг немецкой фирмы, которая в огромных количествах поставляла испорченное мясо не только внутри страны, но и в другие страны ЕС для изготовления шаурмы. Владелец фирмы покончил с собой. В 2007 г. на границе ЕС было задержано поддельных товаров на 70% больше, чем в 2006 г. В Брюсселе демонстрировали подделки, в т. ч. автомобиль «Феррари».

Важнейшей функцией органов государственного управления должно быть, с *одной стороны*, создание благоприятных условий для производства отечественными производителями конкурентоспособной продукции, а с *другой* – введение эффективного контроля и высокой ответственности за производство некачественной продукции, стимулирование развития социально ответственного маркетинга. Особое внимание должно уделяться продукции опасной для здоровья, жизни и имущества людей и окружающей природной среды. В Украине эта функция пока реализуется очень плохо. На взгляд автора, основными причинами такого положения являются: мощное лоббирование интересов бизнеса в Верховной Раде, высокая коррупция, политическая нестабильность, создавшийся приоритет политики над экономикой, низкий профессионализм большинства чиновников, невостребованность рекомендаций отечественных учёных. К сожалению, главным критерием для назначения на руководящий пост часто выступают не деловые качества, а принадлежность или приверженность к определенной полити-

Государственное регулирование экономики как важная составляющая становления ...

ческой партии или коалиции. Серьёзным препятствием для усиления социальной направленности государственного регулирования в нашей стране является состав Верховной Рады, в которой в настоящее время около 60% миллионов. Состав Верховной Рады чётко показывает, какой тип «кратии» действует в нашей стране и его огромную удалённость от демократии.

Второе препятствие заключается в прогрессирующей коррупции. По данным неправительственной международной организации по борьбе с коррупцией «TRANSPARENCY INTERNATIONAL» Украина в 2007г. заняла 118-е место среди 180 стран. Самый высокий уровень с коррупцией был отмечен в Сомали – 180-е место. В 2008 г. страна скатилась на 134 место – это уровень Либерии и Никарагуа и худший результат среди «новых независимых государств». Как следствие перечисленных причин вместо социальной направленности принимаемые законодательные акты часто обеспечивают интересы отдельных видов бизнеса. Мы имеем несовершенное законодательство, призванное защитить права потребителей от бизнеса, ориентированного, к сожалению, чаще всего только на получение максимальной прибыли.

В особой защите нуждается наша молодёжь, для которой отдельные виды бизнеса под прикрытием принятых с их участием законов, более 16 лет изощённо рекламируют спиртные напитки, пиво, сигареты, азартные игры. По данным опроса, проведенного Украинским институтом социологических исследований им. Я. Яременко при содействии Детского фонда ООН (Юнисеф) в 24 областях Украины, АР Крым и в Киеве за последние 4 года еженедельные потребления крепких спиртных напитков среди 15-летних девочек и 13-летних мальчиков увеличилось более чем в 1,5 раза, а употребление вина среди подростков в 2,5 раза. Курильщики – 10-классники составили 50%, а 8-классники – 40%. При этом, ежедневно и еженедельно пиво пьют 15% шестиклассников и более 50% первокурсников ПТУ. Как видим, результаты рекламы ошеломляющие, а рекламодатели заработали огромную прибыль на разложении молодёжи.

По числу игровых автоматов и казино к маю 2009 г. мы вышли на «передовые» позиции в мире. Они плотным кольцом окружили учебные заведения, рынки, стадионы. Только на проспекте Ленина в г. Харькове имеется 2 казино и около 15 залов игровых автоматов с круглосуточным режимом работы в непосредственной близости от трёх крупных университетов, трёх школ, лицей. Для сравнения, в Париже нет ни одного казино, и это результат административного регулирования, а не столь высокой социальной ответственности парижских предпринимателей. В соответствии с законом, принятым в 2007 году, в России вводятся кардинальные ограничения на этот бизнес, способствующий моральной деградации общества и, прежде всего, молодёжи. В 2009 году весь игорный бизнес будет

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

сосредоточен только в четырех специальных зонах. Кроме того, подтвердилось высказанное автором в одной из публикаций 2008г. предположение о том, что если в Украине не будут приняты меры по резкому ограничению игорного бизнеса, то к нам переместится огромная часть российского. По данным Бюро журналистских расследований «Свідомо», за период с 2007 г. российской компанией «Ritzio Entertainment Group» созданы самые крупные в нашей стране игровые сети «Метро-джекпот» и «Кинг» [17].

В нашей же стране только пожар в одном из залов игровых автоматов Днепропетровска, в результате которого погибли 9 человек и 11 получили ранения, побудил Верховную Раду принять в мае 2009г. закон № 4268 «О запрете игорного бизнеса в Украине» до принятия специального законодательства, которое предусматривает право на его осуществление в специально созданных игорных зонах. После преодоления вето Президента В. А. Ющенко закон был введен в действие.

В России игорному бизнесу дали около двух лет, чтобы подготовиться к радикальным изменениям. Поэтому там закон реализуется без сильного противодействия со стороны представителей игорного бизнеса. У нас же закон был принят в качестве реакции на «внезапно грянувший гром» без предоставления времени представителям игорного бизнеса на подготовку к радикальным переменам. И это спровоцировало сильное их противодействие. Вместе с тем в обеих странах с самого начала нельзя было допускать развития этого бизнеса до таких огромных масштабов. А «грянувший гром» следовало ожидать не в одном, так в другом месте, не в виде пожара, так другого трагического события, возможно, и с ещё более тяжкими последствиями. К сожалению, никто раньше не занимался статистикой трагедий отдельных граждан и семей, связанных с этим бизнесом и не принимались адекватные меры. Хотя, по данным СМИ, их было очень много. А ещё лучше было бы учиться на чужих ошибках, изучив опыт других стран, где этот бизнес существует многие десятилетия.

Некоторые позитивные изменения в Закон Украины «О рекламе» были внесены в марте 2008 г. [1]. До появления в марте 2008 г. пункта 9 статьи 22 некоторые ведущие спортсмены и эстрадные артисты Украины интенсивно рекламировали пиво и спиртные напитки, руководствуясь, наверно, принципом «деньги не пахнут» и не задумываясь о последствиях рекламы. Но вместо того, чтобы немедленно запретить рекламу алкогольных напитков и табачных изделий приняты только некоторые ограничения на неё, которые, нашли отражение в статье 22 этого Закона, но вступают в силу только с 1.01.2009 г. и с 1.01.2010 г. Так, с 1 января 2010 года будет запрещена реклама алкогольных напитков и табачных изделий в печатных СМИ, кроме специализированных изданий.

Просто иронично выглядит рекомендация пункта 7 статьи 22 Закона, чтобы реклама алкогольных напитков с 18.03.2008 г. сопровождалась текстами предупреждения такого содержания: «Чрезмерное потребление алкоголя вредно для вашего здоровья». Общеизвестно, что чрезмерное потребление любого продукта вредно для здоровья. Главное различие в степени вредности, а оно замалчивается. И даже жить вредно для здоровья, так как с возрастом у всех людей оно ухудшается. Ситуация с алкоголизмом в стране, и прежде всего среди молодёжи, требует не только незамедлительного запрета рекламы всех видов алкогольных напитков и пива. А на каждой упаковке этих напитков должен быть текст, предупреждения «Чрезмерное потребление алкоголя, в том числе в виде пива и слабоалкогольных напитков вызывает заболевание алкоголизмом». Следовательно, даже после некоторого улучшения Закон Украины «О рекламе» продолжает стимулировать социальную безответственность бизнеса.

На рекламу игорного бизнеса вообще не было никаких ограничений. Видимо, этот бизнес до трагического случая в Днепропетровске лоббировался ещё сильнее. Из изложенного вытекает следующее. Принципы рекламы, перечисленные в статье 7 Закона Украины «О рекламе» такие как: законность, точность, достоверность, использование форм и средств, которые не наносят потребителю рекламы вреда, а также необходимость учитывать особую чувствительность детей и не наносить им ущерб, носят чисто декларативный характер. К сожалению, в большинстве случаев реклама является недобросовестной. В соответствии с Законом недобросовестная реклама – это «реклама, которая вводит или может ввести в заблуждение потребителей рекламы, нанести ущерб лицам, государству или обществу вследствие неточности, недостоверности, двусмысленности, преувеличения, замалчивания, нарушения требований относительно времени, места и способа распространения». Определение недобросовестной рекламы в законе имеется, а ответственность за неё не предусмотрена, и таким образом создан наблюдаемый рекламный беспредел.

Подобное же новаторство как производство уже в течение нескольких лет безалкогольного напитка с названием «Детское шампанское», ориентирующего детей на потребление спиртных напитков должно являться предметом серьёзного уголовного преследования.

По данным Госпотребстандарта, за I полугодие 2008 г. в результате проверки предприятий – производителей соков и сокосодержащей продукции и торговых организаций было забраковано и снято с реализации почти 57% проверенного их количества, лишь 25% соковой продукции соответствовало государственным стандартам.

Госпотребстандарт совсем недавно обнародовал широко практикуемые в нашей стране рецепты изготовления молочной продукции не на основе молока, а пальмового масла и различных добавок. В СМИ опубликовано, что в молоко подмешивают соль, сахар, крахмал, мел, мыло, известь, гипс, стиральный порошок [25]. По сравнению с 1990 годом производство молока в стране сократилось в 2,3 раза. Вместо того чтобы недостаток молока в стране компенсировать наращиванием производства или импорта, бизнес, пользуясь несовершенством системы государственного регулирования, пошёл на явные преступления.

Введение в действие разработанного Госпотребстандартом стандарта, в соответствии с которым регламентируется содержание мяса в производимой колбасе, встретило сильное сопротивление производителей и перенесено на 2009 г. Им выгодно производить колбасные изделия со значительно более низким содержанием мяса или вообще без него. При этом потребители не информируются о составе приобретаемых продуктов питания, хотя в статье 3 Закона Украины «О защите прав потребителей» такое право декларируется. Для исправления этого очень серьёзного недостатка следует учесть опыт Еврокомиссии и обязать производителей большинства товаров широкого потребления указывать из чего они изготовлены, а за выявляемые расхождения между объявленным составом и фактическим предусмотреть строгую ответственность, включая уголовную.

Известно, что в Украине от некачественных спиртных напитков ежегодно умирает более 10 тыс. чел. Подобных негативных примеров, к сожалению, можно привести много, но очень немногие преступники были серьёзно наказаны за производство и реализацию некачественной, контрафактной продукции, вызывающей тяжёлые заболевания и смерть людей. В стране реализуется более 20% поддельных лекарств. В аптеках продолжительное время свободно продавали наркосодержащий препарат «Трамадол», хотя его отпускали строго по рецептам в России и Беларуси. Основными причинами такого положения являются высокая коррупция в органах государственной власти и судебной системе, отсутствие законодательной и нормативной базы, адекватной ситуации в стране.

Существенные недостатки государственного регулирования экономики проявляются во многих сферах. Весьма неэффективной является политика Национального банка Украины (НБУ), направленная в основном на всяческую поддержку коммерческих банков любыми средствами, не останавливаясь даже перед нарушением Конституции страны при молчаливом согласии всех представителей государственных институтов, признанных не допускать этого [16].

Например, в мае 2008 г., когда уже набирал обороты мировой финансово-экономический кризис, была проведена искусственная ревальвация гривны, которая отрицательно сказалась на конкурентоспособности отечественной

экспортной продукции всех видов и стимулировала импорт. По этой причине с августа – сентября 2008 года резко снизилась конкурентоспособность отечественной металлопродукции на зарубежных рынках, доля которой вместе с изделиями из неё, по данным Госкомстата, в экспорте составляла 43%. Сама по себе такая акция для нашей страны с экспортноориентированной экономикой является крайне неэффективной даже при благоприятных условиях развития мировой экономики. В 2008 году зависимость страны от экспорта составляла около 40%. Акция обернулась не только огромными потерями экспортеров. По данным агентства РБК-Украина от 16.04.2009 г., Председатель совета НБУ Петр Порошенко в своём выступлении на заседании «круглого стола», организованного представительством Фонда К. Аденауэра в Украине, отметил, что искусственная ревальвация гривны в мае 2008 г. была проведена ценой потери 10 – 12 млрд долл. США золотовалютных резервов страны. А ревальвация якобы была проведена с целью борьбы с инфляцией, но не дала ожидаемых результатов.

На самом же деле получилась борьба с отечественными экспортёрами. Для определения суммарных потерь экономики от этой акции, проведенной в угоду импортёрам, необходимы достаточно трудоёмкие специальные исследования. Так, объем экспорта товаров за январь – май 2009 г. составлял 14362,9 млн долл. США или 55,9%, по отношению к январю-маю 2008 г., а импорта – 16572,6 млн долл. и соответственно 48% [24]. Разумеется, что суммарное падение экспорта объясняется не только анализируемой ошибкой государственного регулирования, но и внешними факторами. Однако нижней границей потерь от неё будут 10 – 12 млрд долл. США золотовалютных резервов, израсходованных, по сути, не на пользу, а во вред экономике страны. Даже нижняя граница потерь от этой акции немного меньше обещанного МВФ кредита в 15 млрд долл., предоставление каждого транша которого оговаривается разными условиями, не всегда благоприятными для страны. Из этой суммы получено уже 10,6 млрд долл.

В этом отношении убедительно выглядит опыт Китая также с экспортноориентированной экономикой, который в течение ряда лет игнорировал многократные настоятельные требования администрации США провести ревальвацию юаня.

Негативно на формирование платёжного баланса страны оказало и то, что в мае 2008 г. Украина стала членом Всемирной торговой организации (ВТО). При вступлении в ВТО в качестве приоритетного оказался политический мотив – как можно скорее вступить в ущерб серьёзной экономической подготовке к вступлению и согласованию наиболее выгодных условий со странами – членами ВТО. По оценке главы Гостамослужбы Анатолия Макаренко, приведенной информационным агентством РБК-Украина, за первый квартал 2009 г. потери госбюджета от

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

вступлення в ВТО склали 707 млн грн. Це сталося через те, що виконання вимог ВТО, середньозважена ставка ввозних податків була зменшена з 10,2% до 7,3%, тобто на 28%. Необхідно врахувати, що крім цих втрат в країну було завезено більше імпортованих товарів. Вони створили більш жорстку конкуренцію товарам вітчизняних виробників аналогічного призначення і обумовили скорочення їх виробництва. В створених умовах різкого погіршення платіжного балансу країни в лютому 2009 р. був прийнятий Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з метою покращення стану платіжного балансу України в зв'язі з світовим фінансовим кризисом». Цим законом були введені надбавки до діючих ставок ввозних податків на широкий перелік товарів терміном на шість місяців. Але якщо стан платіжного балансу України в подальшому залишиться критичним, то, відповідно до статті 3.6, Кабінет Міністрів України може прийняти рішення про продовження цього строку, але не більш ніж на наступні шість місяців.

НБУ слід суттєво обмежити маржу при обміні валют комерційними банками. Іноді вона досягала 62% і більше. В таких умовах банкам вигідніше всього заробляти фантастичні доходи на обміні валют, а не нараховувати кредитні надбавки суб'єктам підприємництва, що сприяє подоланню кризи. Цим вони благополучно і займаються з жовтня 2008 р. при активній допомозі НБУ. Основним джерелом доходів комерційних банків зараз є валютні операції, а не кредитні. За 6 місяців 2009 р. банки заробили на них більш 500 млн дол. прибутку [26]. В результаті через недоступність кредитних ресурсів в упадок приходить реальний сектор економіки, а створити ефективну економіку, засновану тільки на торгівлі імпортованими товарами і зарубіжною валютою, в країні таких розмірів як Україна, ще нікому в світі не вдавалося.

З метою стимулювання кредитування банками суб'єктів підприємництва, а, відповідно, і їх інвестиційної діяльності в багатьох країнах за короткий період облікові ставки Центральних банків були зменшені до історичних мінімумів. Наприклад, в США до 0 – 0,25%, в Японії до 0,1%, в ЄС до 1,0%. В Україні з травня 2008 р. облікова ставка залишалася незмінною до середини червня 2009 р. – 12%, а потім вона була зменшена НБУ до 11%, а в серпні до 10,25%. В нашій країні зменшення облікової ставки НБУ було здійснено з великим запізненням і на невелику величину. Відомо, що при наших темпах інфляції (за даними Госкомстата 22,3 % за 2008 р.) її не можна опустити до рівня перерахованих вище країн, але на 2 – 4% її можна знизити з метою стимулювання кредитування реального сектора економіки, одночасно посилив контроль НБУ за діяльністю комерційних банків в цій сфері.

Актуальным является регламентирование выплат бонусов руководящим работникам коммерческих банков, особенно получивших государственную поддержку. Например, руководители стран ЕС эту проблему справедливо считают очень важной, выработали и отстаивали единую позицию на саммите двадцатки G20 в Питтсбурге, где было принято решение об ограничении выплат бонусов. Впервые Центральные банки получают право ограничивать общую сумму бонусов [23]. Размер бонуса руководителя в банке может достигать несколько миллионов евро за год.

В конце 2008 г. во Франции в качестве обязательного условия для получения финансовой поддержки государства банкам было выдвинуто требование ограничить выплаты дивидендов акционерам и запретить выплаты бонусов руководителям банков. Незамедлительно в печати появились заявления руководителей таких крупных банков, как BNP Paribas, Societe generale и Credit agricole, что они отказались от получения причитающихся бонусов за 2008 г. [22]. Аналогичные меры принимались в Англии и Германии.

В США широкую огласку получил скандал из-за выплаты 73 руководителям страховой корпорации AIG, которой была предоставлена помощь государства, бонусов в размере 165 млн долл. Сенат оперативно отреагировал на это, назначив 90 процентный налог на бонусы руководителей организаций, получивших государственную поддержку.

НБУ оказал большинству отечественных коммерческих банков помощь в размере около 110 млрд грн. И в таких условиях, по данным аудиторской компании «Ernst & Young», заработные платы управленческого персонала банков в первом квартале 2009г. по сравнению с 2008 годом выросла почти в два раза. А это означает, что решение всех проблем, созданных самими же коммерческими банками в погоне за сверхприбылью от ипотечного кредитования, в нашей стране полностью переложили на налогоплательщиков.

К сожалению, усилившаяся в последнее время политическая и социальная нестабильность в стране не будет способствовать решению рассмотренных проблем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Закон України «Про рекламу» // Урядовий кур'єр.– 1996.– № 137-138.– С. 6 – 7.
2. Закон Украины «О защите прав потребителей» // Ведомости Верховной Рады.– 1991.– № 30.– Ст. 379.
3. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги.– На замін ДСТУ ISO 9001-95, 9002-95, 9003-95.– К.: Держспоживстандарт України, 2001.– 24 с.
4. Харингтон Дж. Управление качеством в корпорациях США – М.: Экономика, 1989.
5. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд.– СПб: Питер, 2008.–816 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

6. Гличев А. В. Основы управления качеством.– М.: Издательство АМИ, 1998.– 478 с.
7. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / [О. П. Глудкин, Н. М. Горбунов, А. И. Гуров, Ю. В. Зорин]; / Под ред. О. П. Глудкина.– М.: Радио и связь, 1999.– 600 с.
8. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг.– 2-е изд., перераб. и доп.– СПб.: Питер, 2002.– 448 с.
9. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова.– СПб.: Питер, 2004.– 800 с.
10. Колегаев Р. Н. Экономическая оценка качества и оптимизация системы ремонта машин.– М.: Машиностроение, 1980.–239 с.
11. Reidenbach R. E. and Robin P. A Conceptual Model of Corporate Moral Development // *Journal of Business Ethics*, April. 1991.– С. 30 – 37.
12. Краюхин Г. А., Турковская Н. В. Инвестиционные стратегии развития промышленных предприятий и методы их финансирования.– СПб.: СПбГИЭУ.– 2006.
13. Окрепилов В. В. Управление качеством: Учебник для ВУЗов.– 3-е изд., доп. перераб.– СПб: ОАО «Издательство «Наука», 2000.– 912 с.
14. Чистов Л. М. От апологии к социализации капитализма в России.– СПб: Астерион, 2008.– 64 с.
15. Геєць В. Макроекономічна оцінка грошово-кредитної та валютно-курсової політики України до і під час фінансової кризи // *Економіка України*, 2009.– № 2.– С. 5 – 23.
16. Некіпелов О. Ризики грошово-кредитної політики та сучасні фінансові кризи // *Економіка України*, 2009.– № 2.– С. 24 – 30.
17. Грищенко В. О., Кизим М. О., Иванов Ю. Б. Програма загальнодержавних антикризових заходів.– Х.: ВД «ИНЖЕК», 2009.– 36 с.
18. May В. Драма 2008 года: от экономического чуда к экономическому кризису // *Вопросы экономики*, 2009.– №2.– С. 4 – 23.
19. Ершов М. Кризис 2008 года: «Моменты истины» для глобальной экономики и новые возможности для России // *Вопросы экономики*. 2008.– №12.– С. 4 – 26.
20. Орлов П. А. Последствия финансово-экономического кризиса и некоторые направления выхода из него / Монография. Социально-экономическое развитие Украины и ее регионов: проблемы науки и практики / Под ред. д. э. н., проф. В. С. Пономаренко, д. э. н., проф. Н. А. Кизима, д. э. н., доц. Е. В. Раевневой.– Х.: ФЛП Либуркина Л. М.; ИД «ИНЖЭК», 2009.– 464 с.
21. Régis Arnaud. Le Japon découvre son Madoff, l'escroc qui inventa le «yen divin» // *Le Figaro*, 06.02.09.
22. Les banques préservent les bonus de leurs traders // *LE MONDE* | 30.01.09.
23. Alexandrine Bouilhet. G20: l'Europe marque des points sur la réglementation financière // *Le Figaro*, 26.09.2009.
24. Офіційний сайт Держкомстату України//www.ukrstat.gov.ua.
- 25 www.seychas.com.ua/news.
26. Гриньков Д. Накося. // *Бизнес*. 2009.– №37.– С.25 – 26.

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

Клебанова Т. С., доктор экономических наук, профессор

Гурьянова Л. С., кандидат экономических наук, доцент

Сергиенко Е. А., преподаватель

Харьковский национальный экономический университет

Современный этап развития национальных экономик характеризуется рядом кризисных тенденций, приводящих к усилению страновой конкуренции, росту уровня системных угроз, оказывающих негативное влияние на возможность интеграции украинской экономики в мировое экономическое пространство. В этих условиях на первый план выдвигаются вопросы обеспечения конкурентоспособности национальной экономики, рассмотрение которых невозможно без анализа конкурентных позиций региональных систем как формирующих ее элементов.

Следует отметить, что оценка конкурентоспособности регионов является одной из основных задач как внешнего, так и внутреннего контура управления конкурентоспособностью национальной экономики. *С одной стороны*, увеличение объемов внешнеэкономической деятельности регионов, формирование интеграционных связей субъектами хозяйствования, находящихся в границах регионов, рассматриваются как инструменты обеспечения конкурентных преимуществ национальной экономики. *С другой стороны*, формирование конкурентного пространства приводит к снижению уровня дотационности депрессивных регионов, росту эффективности государственной финансовой политики и, как следствие, повышению устойчивости развития и конкурентоспособности национальной экономики.

Несмотря на актуальность проблемы анализа межрегиональной конкуренции, она не нашла должного отражения в работах отечественных и зарубежных ученых. В частности, к недостаточно проработанным относятся вопросы, связанные с дифференциацией конкурентных позиций регионов. В связи с этим в работе предлагается комплекс моделей, который на основе методов многомерного анализа и эконометрического моделирования, позволяет оценить конкурентные позиции регионов, степень фрагментарности конкурентного пространства, выявить отрасли и регионы, обладающие конкурентными преимуществами на инвестиционном рынке, а также доминирующие для региональных систем отраслевые комплексы. Схема взаимосвязи моделей приведена на *рис. 1*.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

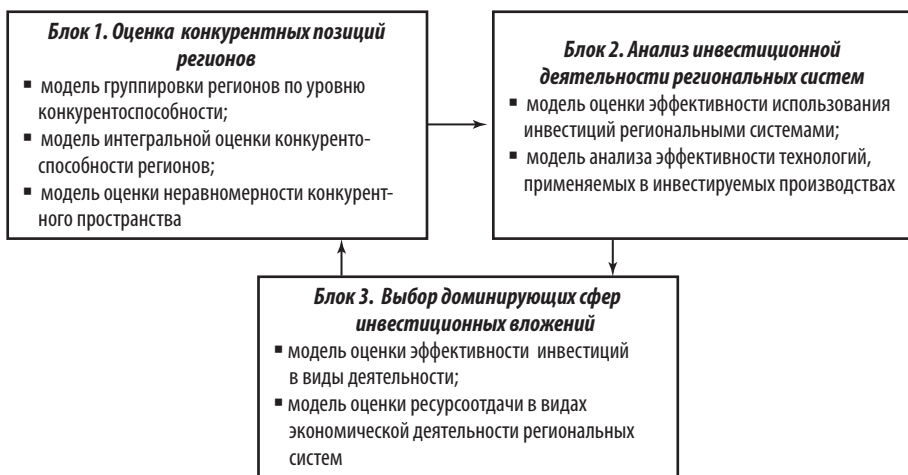


Рис. 1. Схема взаимосвязи моделей дифференциации конкурентных позиций регионов

Ниже рассматривается содержание составляющих модельного комплекса.

Модель группировки регионов по уровню конкурентоспособности. Назначением модели является выделение однородных по показателям конкурентоспособности и конкурентных преимуществ групп регионов. В качестве математического инструментария построения модели рассматривается один из методов кластерного анализа – метод «*k-средних*», описание которого приведено в [1; 7]. К преимуществам метода относятся: отсутствие ограничений на размерность информационного пространства признаков, объем выборки, возможность получения непересекающихся кластеров. Для анализа устойчивости состава групп наряду с пространственной группировкой используется динамическая кластеризация, позволяющая получить однородные группы с учетом их структурной динамики.

Результаты реализации данной модели приведены в *табл. 1*. В качестве данных для кластеризации использовались данные Государственного комитета статистики Украины за 2001 – 2007 гг. по таким показателям конкурентоспособности и конкурентных преимуществ 25 регионов, как валовая добавленная стоимость на душу населения, грн (*VDS*); объем экспорта на душу населения, долл. США (*EXP*); инвестиции на душу населения, грн (*INV*); объем инновационной продукции на душу населения, грн (*INOV*); количество малых предприятий на 10 000 населения (*KMP*); рентабельность операционной деятельности предприятий, % (*REN*). При группировке не рассматривались г. Киев и г. Севастополь в силу их особого административного статуса. Формирование инфор-

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

мационного пространства признаков базировалось на методике расчета индекса конкурентоспособности региона, предложенной в [2].

Таблица 1

Результаты группировки регионов по уровню конкурентоспособности (2001 – 2007 гг.)

№	Область	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	АРК	2	2	2	2	2	2	2
2	Винницкая	2	2	2	2	2	2	2
3	Волынская	2	2	2	2	2	2	2
4	Днепропетровская	1	1	1	1	1	1	1
5	Донецкая	1	1	1	1	1	1	1
6	Житомирская	2	2	2	2	2	2	2
7	Закарпатская	2	2	2	2	2	2	2
8	Запорожская	1	1	1	1	1	1	1
9	Ивано-Франковская	2	2	2	2	2	2	2
10	Киевская	1	1	1	1	1	1	1
11	Кировоградская	2	2	2	2	2	2	2
12	Луганская	2	2	2	2	2	2	1
13	Львовская	2	2	2	2	2	2	2
14	Николаевская	2	1	1	2	1	2	1
15	Одесская	1	1	1	1	1	1	1
16	Полтавская	1	1	1	1	1	1	1
17	Ровенская	2	2	2	2	2	2	2
18	Сумская	2	2	2	2	2	2	2
19	Тернопольская	2	2	2	2	2	2	2
20	Харьковская	1	1	1	1	1	1	1
21	Херсонская	2	2	2	2	2	2	2
22	Хмельницкая	2	2	2	2	2	2	2
23	Черкасская	2	2	2	2	2	2	2
24	Черновицкая	2	2	2	2	2	2	2
25	Черниговская	2	2	2	2	2	2	2

«1» – кластер регионов с высоким уровнем конкурентоспособности; «2» – кластер регионов с низким уровнем конкурентоспособности.

Как видно из табл. 1, состав кластеров является относительно устойчивым, наблюдается незначительная миграция элементов из кластера в кластер. Полученные результаты подтверждаются и результатами динамической кластеризации, представленными в табл. 2.

Результаты динамической группировки регионов

Кластер регионов с высоким уровнем конкурентоспособности	Кластер регионов с низким уровнем конкурентоспособности
Днепропетровская, Донецкая, Запорожская, Киевская, Одесская, Полтавская, Харьковская	АРК, Винницкая, Волынская, Житомирская, Закарпатская, Ивано-Франковская, Луганская, Львовская, Кировоградская, Николаевская, Ровенская, Сумская, Тернопольская, Херсонская, Хмельницкая, Черкасская, Черновицкая, Черниговская

Как видно из табл. 2, 72% регионов относится к группе регионов с низким уровнем конкурентоспособности, что свидетельствует о существенной фрагментарности конкурентного пространства и необходимости формирования государственной политики, направленной на устранение сложившихся диспропорций.

Модель интегральной оценки конкурентоспособности регионов. Целевой направленностью этой модели является оценка уровня конкурентоспособности регионов и формирование их рейтинга. Для построения модели использовался метод уровня развития [6], который дает возможность получить уровневую оценку, являющуюся равнодействующей всех признаков, участвующих в ее формировании. Преимущества метода состоят в отсутствии ограничений на характер признаков, формирующих исходное информационное пространство; нормированном диапазоне изменения значений интегрального показателя, что позволяет легко интерпретировать полученные оценки. Результаты реализации модели приведены в табл. 3. Интерпретация интегральных показателей следующая: чем ближе значение к 1, тем выше уровень конкурентоспособности региона и его рейтинг.

Таблица 3

Интегральная оценка уровня конкурентоспособности регионов

N	Название региона	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	АРК	0,26	0,31	0,27	0,28	0,29	0,35	0,35
2	Винницкая	0,17	0,13	0,11	0,12	0,12	0,16	0,19
3	Волынская	0,22	0,33	0,41	0,24	0,18	0,21	0,26
4	Днепропетровская	0,46	0,49	0,43	0,58	0,50	0,59	0,72
5	Донецкая	0,70	0,65	0,46	0,41	0,53	0,56	0,56
6	Житомирская	0,21	0,13	0,14	0,20	0,24	0,16	0,16
7	Закарпатская	0,22	0,24	0,19	0,36	0,27	0,22	0,26
8	Запорожская	0,53	0,36	0,43	0,48	0,61	0,62	0,64
9	Ивано-Франковская	0,22	0,25	0,22	0,36	0,21	0,26	0,23

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

Окончание табл. 3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
10	Киевская	0,31	0,34	0,28	0,31	0,32	0,47	0,46
11	Кировоградская	0,11	0,15	0,14	0,21	0,20	0,21	0,26
12	Луганская	0,26	0,29	0,24	0,22	0,27	0,31	0,34
13	Львовская	0,30	0,28	0,27	0,33	0,21	0,30	0,34
14	Николаевская	0,39	0,43	0,38	0,39	0,37	0,44	0,49
15	Одесская	0,35	0,40	0,36	0,42	0,37	0,51	0,51
16	Полтавская	0,50	0,51	0,42	0,38	0,36	0,43	0,46
17	Ровенская	0,20	0,19	0,15	0,20	0,22	0,22	0,25
18	Сумская	0,40	0,43	0,31	0,16	0,24	0,22	0,25
19	Тернопольская	0,09	0,07	0,02	0,09	0,06	0,11	0,11
20	Харьковская	0,41	0,45	0,35	0,33	0,37	0,44	0,51
21	Херсонская	0,25	0,26	0,20	0,13	0,19	0,18	0,16
22	Хмельницкая	0,17	0,10	0,10	0,05	0,15	0,17	0,17
23	Черкасская	0,24	0,19	0,16	0,14	0,20	0,22	0,27
24	Черновицкая	0,12	0,12	0,09	0,07	0,09	0,12	0,18
25	Черниговская	0,24	0,23	0,18	0,27	0,17	0,22	0,17

Как видно из табл. 3, в 2001 – 2003 гг. наиболее высокой конкурентной позицией обладал Донецкий регион, в 2005 – 2006 гг. – Запорожский регион, в 2004 г., 2007 г. – Днепропетровский регион. Для 76% регионов характерна позитивная динамика роста уровня конкурентоспособности. При этом позитивная динамика укрепления конкурентных позиций наблюдается у 82% регионов второй группы и 71% регионов с высоким уровнем конкурентоспособности.

Модель оценки неравномерности конкурентного пространства. Содержанием этой модели является оценка степени фрагментарности конкурентного пространства как по всей совокупности регионов, так и внутри выделенных групп. Значительная фрагментарность приводит к формированию региональных кризисов, невозможности реализации потенциала межрегиональной интеграции, росту уровня дотационности регионов. Для оценки фрагментарности использовался подход, предложенный в [5]. Интерпретация представленных в табл. 4 показателей следующая: чем ближе значение к 1, тем сильнее неравномерность конкурентного пространства.

Как видно из табл. 4, наблюдается значительная неравномерность экономического пространства. В качестве позитивного фактора следует отметить незначительное снижение уровня неравномерности экономического развития в динамике. Однако такое снижение обусловлено, в основном, выравниванием конкурентных позиций в группе регионов с низким уровнем конкурентоспособности.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

В группе регионов с высоким уровнем конкурентоспособности наблюдается усиление неравномерности развития.

Таблица 4

Оценка неравномерности конкурентного пространства

Группа регионов	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
С высоким уровнем конкурентоспособности	0,336	0,300	0,151	0,284	0,283	0,167	0,236
С низким уровнем конкурентоспособности	0,495	0,536	0,579	0,477	0,379	0,434	0,397
Национальная экономика в целом	0,945	0,943	0,948	0,947	0,946	0,940	0,938

Таким образом, *первый блок* предлагаемого модельного комплекса позволяет оценить степень фрагментарности конкурентного пространства регионов, рост которой приводит к увеличению числа дотационных регионов, неэффективной финансовой региональной политике и, как следствие, снижению уровня национальной конкурентоспособности.

Модель оценки эффективности использования инвестиций региональными системами. Назначением этой модели является оценка эффективности использования инвестиций, которые рассматриваются как фактор экономического роста региональных систем и снижения степени фрагментарности конкурентного пространства. В качестве индикатора эффективности использования инвестиций региональными системами рассматривается мультипликатор инвестиций, отражающий прирост валовой добавленной стоимости региона за счет инвестиционного фактора. Положительный эффект мультипликатора достигается национальной инвестиционной политикой, направленной на вложение средств в доминирующие отрасли, увеличение производства в которых приводит к развитию смежных отраслей региональной экономики.

Для оценки эффекта мультипликатора рассматривалась следующая модель панельных данных: $VDS_{it} = \beta_{0i} + \beta_{1i} \cdot INV_{it} + \varepsilon_{it}$, где VDS_{it} – валовая добавленная стоимость на душу населения i -го региона в t -ый период времени; INV_{it} – инвестиции на душу населения i -го региона в t -ый период времени; β_{0i}, β_{1i} – неизвестные параметры, которые необходимо оценить количественно; ε_{it} – случайная составляющая. Выбор техники регрессионного анализа на панельных данных обусловлен тем, что панельные данные позволяют строить более гибкие и содержательные модели и проводить анализ индивидуальных отличий в инвестиционной деятельности региональных систем, связанных с эффективностью принятой

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

стратегии экономического развития, который является недоступным в рамках моделей, основанных, в частности, на пространственных данных [3; 4; 8].

В качестве исходных данных для построения модели использовались статистические данные 25 регионов Украины за период 1999 – 2007 гг. Окончательный вариант модели был оценен методом панельных данных с фиксированными эффектами [3]. Значения фиксированных эффектов и кросс-коэффициентов представлены в табл. 5.

Таблица 5

Оценки параметров модели

№ региона	Значения фиксированного эффекта (β_{0i})	Значения кросс-коэффициента (β_{1i})	№ региона	Значения фиксированного эффекта (β_{0i})	Значения кросс-коэффициента (β_{1i})
1	947,05	2,67	14	1186,11	2,93
2	1289,24	3,84	15	1243,71	2,78
3	839,26	3,57	16	428,70	3,96
4	1302,34	3,82	17	1082,53	2,83
5	750,66	5,12	18	417,27	4,76
6	939,08	4,51	19	757,67	4,09
7	757,79	3,43	20	1246,04	3,13
8	724,12	4,86	21	992,48	4,14
9	717,30	3,78	22	889,89	3,43
10	1762,95	1,98	23	1556,07	2,17
11	951,60	3,65	24	1053,17	2,80
12	1097,22	3,38	25	741,86	4,59
13	952,44	2,88			

Как видно из табл. 5, оценки соответствующих параметров модели существенно варьируют по регионам и объясняют региональные различия, влияющие на эффективность инвестиционной деятельности. Найденные значения коэффициентов свидетельствуют, что при увеличении объема инвестиций на душу населения на 1 тыс. грн в среднем по регионам Украины прирост валовой добавленной стоимости составит 3,6 тыс. грн. Наиболее высокие значения кросс-коэффициентов характерны для таких регионов, как Донецкий, Запорожский, Сумской, Черниговский, Херсонский, Тернопольский, Полтавский.

Результаты динамического анализа значений мультипликатора инвестиций приведены на рис. 2.

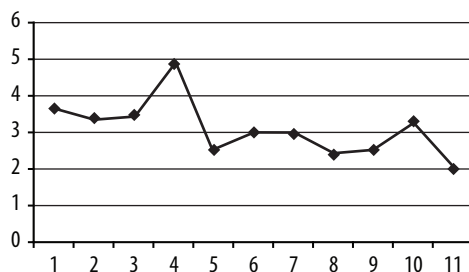


Рис. 2. Динамика значений мультипликатора инвестиций (1997–2007 гг.)

Как видно из рис. 2, наблюдается негативная тенденция снижения значений мультипликатора инвестиций в среднем по регионам Украины.

Модель анализа ресурсоотдачи в региональных системах. Целевая направленность данной модели состоит в выявлении региональных систем, использующих наиболее эффективные технологии в инвестируемых производствах. Для спецификации зависимости были рассмотрены следующие варианты модели панельных данных [3; 4; 8]:

1) с учетом фактора, отражающего эффект воздействия различных технологий:

$$\ln VDS_{it} = \ln \beta_{oi} + \rho_i \cdot t + \beta_{1i} \cdot \ln Zan_{it} + \beta_{2i} \ln OF_{it} + \varepsilon_{it}; \quad (1)$$

2) без учета фактора, отражающего эффект воздействия различных технологий:

$$\ln VDS_{it} = \ln \beta_{oi} + \beta_{1i} \cdot \ln Zan_{it} + \beta_{2i} \ln OF_{it} + \varepsilon_{it}, \quad (2)$$

где VDS_{it} – валовая добавленная стоимость на душу населения (грн) i -го региона в t -ый период времени;

Zan_{it} – численность занятого населения (тыс. на 1 тыс. населения) i -го региона в t -ый период времени;

OF_{it} – величина инвестиций в основной капитал на душу населения (грн) i -го региона в t -ый период времени;

ε_{it} – случайная составляющая;

$\beta_{0i}, \beta_{1i}, \beta_{2i}, \rho_i$ – неизвестные параметры, которые необходимо оценить количественно.

Кроме того, тестировались гипотезы о том, что для отдельных регионов оценки параметров $\beta_{0i}, \beta_{1i}, \beta_{2i}, \rho_i$ не имеют существенных отличий, т. е. $\beta_{01} = \beta_{02} = \dots = \beta_{025} = \beta_0$ (3); $\beta_{11} = \beta_{12} = \dots = \beta_{1,25} = \beta_1$ (4); $\beta_{21} = \beta_{22} = \dots = \beta_{2,25} = \beta_2$ (5); $\rho_1 = \rho_2 = \dots = \rho_{25} = \rho$ (6).

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

В качестве исходных данных для построения модели использовались статистические данные 25 регионов Украины за период 2001 – 2007 гг. Сравнительный анализ характеристик качества пробных вариантов модели позволил сделать вывод, что наилучшей является спецификация (1) при условии ограничений (4) и (5). Оценки параметров модели приведены в табл. 6.

Таблица 6

Оценки параметров модели

№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_{0i}$)	Значения параметра (ρ_i)	№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_{0i}$)	Значения параметра (ρ_i)
1	6,76	0,17	14	7,09	0,14
2	6,95	0,14	15	7,13	0,15
3	6,82	0,16	16	7,15	0,19
4	7,26	0,09	17	6,92	0,15
5	7,26	0,19	18	7,06	0,13
6	6,93	0,14	19	6,82	0,14
7	6,74	0,16	20	7,07	0,17
8	7,26	0,16	21	6,92	0,14
9	6,88	0,18	22	6,88	0,14
10	7,16	0,14	23	6,95	0,14
11	6,92	0,15	24	6,79	0,13
12	6,99	0,17	25	6,98	0,15
13	6,91	0,16			

Как видно из табл. 6, наиболее высокие значения параметра, отражающего эффект воздействия различных технологий, характерны для таких регионов, как Донецкий, Полтавский, Ивано-Франковский, Харьковский, Луганский, Запорожский.

Таким образом, *второй блок* рассматриваемого модельного комплекса позволяет оценить эффективность инвестиционной деятельности региональных систем, а также выявить регионы, применяющие наиболее эффективные технологии в инвестируемых производствах.

Модель оценки эффективности инвестиций в виды деятельности экономической деятельности. Целевой направленностью данной модели является выявление видов экономической деятельности, характеризующихся применением наиболее эффективных технологий. Аналогично, представленным выше вари-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

антам моделі (1) і (2), улічуюючим регіональні різниця в ефективності інвестиційної діяльності, для специфікації залежності, що відображає різниця між галузями, були розглянуті наступні варіанти моделі панельних даних [3; 4; 8]:

1) з урахуванням фактора, що відображає ефект впливу різних технологій:

$$\ln VDS(ED)_{it} = \ln \beta_{oi} + \rho_i \cdot t + \beta_{1i} \cdot \ln Zan(ED)_{it} + \beta_{2i} \ln OF(ED)_{it} + \varepsilon_{it}; \quad (7)$$

2) без урахування фактора, що відображає ефект впливу різних технологій:

$$\ln VDS(ED)_{it} = \ln \beta_{oi} + \beta_{1i} \cdot \ln Zan(ED)_{it} + \beta_{2i} \ln OF(ED)_{it} + \varepsilon_{it}, \quad (8)$$

де $VDS(ED)_{it}$ – валова додана вартість (млн грн) i -го виду економічної діяльності в t -ий період часу;

$Zan(ED)_{it}$ – чисельність населення (тис. осіб), зайнятого в i -ом виді економічної діяльності в t -ий період часу;

$OF(ED)_{it}$ – величина основних засобів (млн грн) i -го виду економічної діяльності в t -ий період часу;

ε_{it} – випадкова складова;

$\beta_{0i}, \beta_{1i}, \beta_{2i}, \rho_i$ – невідомі параметри, які необхідно оцінити кількісно.

Так же, як і в разі аналізу даних регіональних систем, тестувалися гіпотези про те, що для окремих видів економічної діяльності оцінки параметрів $\beta_{0i}, \beta_{1i}, \beta_{2i}, \rho_i$ не мають суттєвих відмінностей, т. є. $\beta_{01} = \beta_{02} = \dots = \beta_{0,15} = \beta_0$ (9); $\beta_{11} = \beta_{12} = \dots = \beta_{1,15} = \beta_1$ (10); $\beta_{21} = \beta_{22} = \dots = \beta_{2,15} = \beta_2$ (11); $\rho_1 = \rho_2 = \dots = \rho_{15} = \rho$ (12).

В якості вихідних даних для побудови моделі використовувалися статистичні дані за період 2002 – 2007 рр. 15 видів економічної діяльності: сільське господарство і пов'язані з ним послуги (E1); лісове господарство і пов'язані з ним послуги (E2); риболовство (E3); видобуваюча промисловість (E4); переробляюча промисловість (E5); виробництво і розподіл електроенергії, газу і води (E6); будівництво (E7); торгівля, ремонт автомобілів, побутових товарів (E8); діяльність готелів і ресторанів (E9); діяльність транспорту і зв'язі (E10); фінансова діяльність (E11); операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг (E12); державне управління (E13); освіта (E14); охорона здоров'я (E15).

Аналіз характеристик якості пробних варіантів моделей дозволив зробити висновок, що найкращою є специфікація (7) за умови обмежень (10) і (11). Оцінки параметрів моделі наведені в табл. 7.

Оценки параметров модели

Условное обозначение видов экономической деятельности	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_{0i}$)	Значения параметра (ρ_i)	Условное обозначение видов экономической деятельности	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_{0i}$)	Значения параметра (ρ_i)
E1	2,17	0,12	E9	1,23	0,10
E2	1,16	0,15	E10	2,04	0,10
E3	0,12	0,15	E11	2,82	0,21
E4	1,39	0,11	E12	1,10	0,14
E5	2,15	0,15	E13	1,67	0,22
E6	1,88	0,02	E14	1,64	0,17
E7	2,23	0,15	E15	1,80	0,11
E8	2,92	0,12			

Анализ результатов, приведенных в табл. 7, позволяет сделать вывод о том, что наиболее высокие значения фиксированного эффекта характерны для таких видов деятельности как торговля, финансовая деятельность, строительство. Наиболее высокие значения параметра, отражающего эффективность применяемых технологий, наблюдаются у таких видов экономической деятельности как финансовая деятельность, образование, лесное хозяйство, перерабатывающая промышленность, строительство.

Модель оценки ресурсоотдачи в видах экономической деятельности региональных систем. Содержанием данной модели является оценка эффективности технологий, применяемых в инвестируемых отраслевых комплексах региональных систем, и выбор доминирующих отраслевых комплексов. Аналогично проведенному выше региональному и отраслевому анализу для спецификации зависимости, учитывающей региональные особенности эффективности инвестиционных вложений в виды экономической деятельности, рассматривались следующие варианты модели панельных данных:

1) с учетом фактора, отражающего эффект воздействия различных технологий:

$$\ln VDS(ED)_{it}^j = \ln \beta_{0i}^j + \rho_i^j \cdot t + \beta_{1i}^j \cdot \ln Zan(ED)_{it}^j + \beta_{2i}^j \ln OF(ED)_{it}^j + \varepsilon_{it}^j; \quad (13)$$

2) без учета фактора, отражающего эффект воздействия различных технологий:

$$\ln VDS(ED)_{it}^j = \ln \beta_{0i}^j + \beta_{1i}^j \cdot \ln Zan(ED)_{it}^j + \beta_{2i}^j \ln OF(ED)_{it}^j + \varepsilon_{it}^j; \quad (14)$$

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

где $VDS(ED)_{it}^j$ – валовая добавленная стоимость j -го вида экономической деятельности на душу населения i -го региона (грн) в t -ый период времени;

$Zan(ED)_{it}^j$ – численность населения (тыс. на 1 тыс. населения) i -го региона, занятого в j -ом виде экономической деятельности в t -ый период времени;

$OF(ED)_{it}^j$ – величина инвестиций в основной капитал на душу населения i -го региона (грн) для j -го вида экономической деятельности в t -ый период времени;

ε_{it} – случайная составляющая;

$\beta_{0i}^j, \beta_{1i}^j, \beta_{2i}^j, \rho_i^j$ – неизвестные параметры, которые необходимо оценить количественно.

Также тестировались гипотезы о том, что для отдельных видов экономической деятельности региональных систем оценки параметров $\beta_{0i}^j, \beta_{1i}^j, \beta_{2i}^j, \rho_i^j$ не имеют существенных отличий, т. е. $\beta_{01}^j = \beta_{02}^j = \dots = \beta_{0,25}^j = \beta_{0i}^j$ (15); $\beta_{11}^j = \beta_{12}^j = \dots = \beta_{1,25}^j = \beta_{1i}^j$ (16); $\beta_{21}^j = \beta_{22}^j = \dots = \beta_{2,25}^j = \beta_{2i}^j$ (17); $\rho_1^j = \rho_2^j = \dots = \rho_{15}^j = \rho_i^j$ (18).

В качестве исходных данных для построения моделей использовались статистические данные 25 регионов Украины по видам экономической деятельности за период 2002 – 2007 гг.

Сравнительный анализ характеристик качества пробных вариантов модели для сектора «Промышленность» позволил сделать вывод, что наилучшей является спецификация (13) при условии ограничений (16) и (17). Оценки параметров модели приведены в табл. 8.

Таблица 8

Оценки параметров модели для сектора «Промышленность»

№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln \beta^{4-6}_{0i}$)	Значения параметра (ρ_i^{4-6})	№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln \beta^{4-6}_{0i}$)	Значения параметра (ρ_i^{4-6})
1	2	3	4	5	6
1	4,86	0,18	14	5,27	0,14
2	5,35	0,09	15	5,75	0,08
3	4,07	0,20	16	6,19	0,11
4	7,04	0,12	17	4,90	0,12
5	7,39	0,16	18	5,33	0,15
6	4,74	0,19	19	4,28	0,13
7	4,16	0,24	20	6,21	0,11
8	6,16	0,15	21	4,92	0,09
9	5,26	0,15	22	4,98	0,11
10	5,50	0,15	23	4,86	0,16

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

Окончание табл. 8

1	2	3	4	5	6
11	4,33	0,19	24	3,93	0,15
12	6,33	0,15	25	4,81	0,14
13	5,47	0,15			

Как видно из табл. 8, наиболее высокие значения фиксированного эффекта характерны для таких регионов как Донецкий, Днепропетровский, Луганский, Полтавский, Запорожский, Одесский, Киевский, Львовский. Наиболее высокие значения параметра, отражающего эффективность применяемых в промышленном производстве региональных систем технологий, наблюдаются у следующих регионов: Закарпатский, Житомирский, Кировоградский, Донецкий, Львовский, Запорожский, Луганский, Киевский, Сумской.

Сравнительный анализ характеристик качества пробных вариантов модели для сектора «Сельское хозяйство» позволил сделать вывод, что наилучшей является спецификация (13) при условии ограничений (15), (16), (17), (18). Окончательный вариант модели был оценен методом панельных данных со случайным эффектом [3]. Значения случайных эффектов приведены на рис. 3.

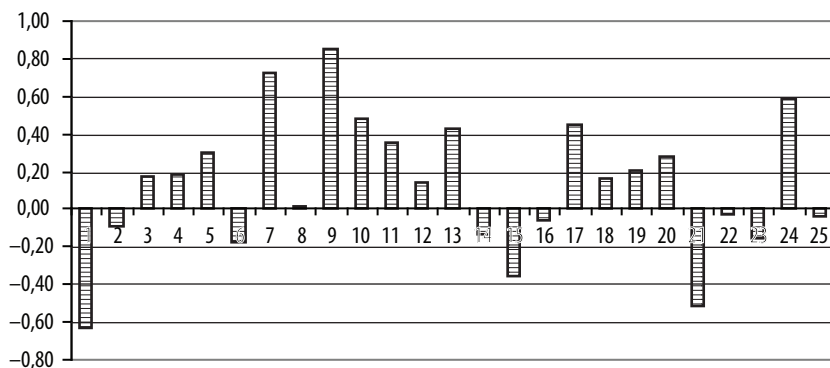


Рис. 3. Значения случайного эффекта

Как видно из рис. 3, наиболее высокие значения случайных эффектов наблюдаются у таких областей как Ивано-Франковская, Закарпатская, Черновицкая, Киевская, Ровенская, Львовская, Кировоградская.

Сравнительный анализ характеристик качества пробных вариантов модели для сектора «Строительство» позволил сделать вывод, что наилучшей является спецификация (13) при условии ограничений (16) и (17). Оценки параметров модели приведены в табл. 9.

Оценки параметров модели для сектора «Строительство»

№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_{0i}^7$)	Значения параметра (ρ_i^7)	№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_{0i}^7$)	Значения параметра (ρ_i^7)
1	2,04	0,19	14	1,76	0,24
2	2,17	0,13	15	2,65	0,20
3	2,18	0,17	16	2,57	0,09
4	2,44	0,14	17	1,70	0,22
5	2,15	0,16	18	2,39	0,03
6	1,09	0,28	19	1,54	0,21
7	2,23	0,10	20	2,13	0,21
8	2,04	0,20	21	1,71	0,16
9	2,08	0,19	22	2,03	0,19
10	2,44	0,15	23	0,91	0,45
11	1,52	0,28	24	1,31	0,25
12	1,81	0,20	25	1,27	0,25
13	2,01	0,19			

Как видно из табл. 9, наиболее высокие значения фиксированного эффекта характерны для таких регионов, как Одесский, Полтавский, Днепропетровский, Киевский, Сумской. Наиболее высокие значения параметра, отражающего эффективность применяемых в строительстве технологий, наблюдаются у следующих регионов: Черкасский, Кировоградский, Житомирский, Черновицкий, Черниговский, Николаевский, Ровенский, Тернопольский, Харьковский.

Анализ характеристик качества пробных вариантов модели для сектора «Торговля» позволил сделать вывод, что наилучшей является спецификация (12) при условии ограничений (16), (17), (18). Значения фиксированных эффектов приведены на рис. 4.

Как видно из рис. 4, наиболее высокие значения фиксированного эффекта наблюдаются у таких областей, как Донецкая, Волынская, Закарпатская, Черновицкая, Николаевская, Сумская, Львовская, Житомирская, Харьковская, Ровенская, Одесская, Полтавская, АРК.

Сравнительный анализ характеристик качества пробных вариантов модели для сектора «Транспорт и связь» позволил сделать вывод, что наилучшей явля-

Модели дифференциации конкурентных позиций регионов

ется спецификация (13) при условии ограничений (16) и (17). Оценки параметров модели приведены в табл. 10.

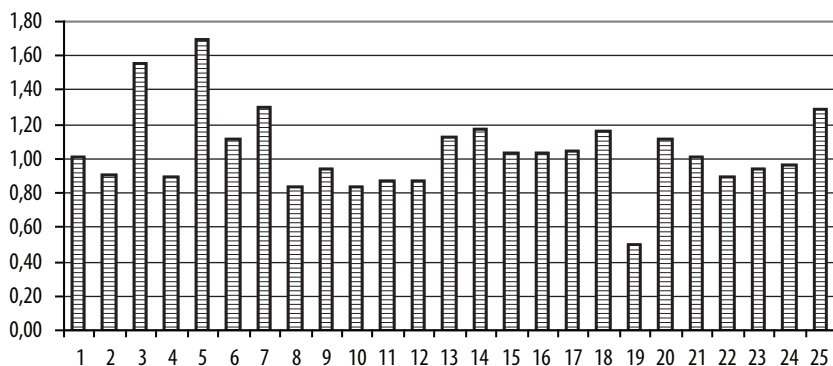


Рис. 4. Значения фиксированного эффекта

Таблица 10

Оценки параметров модели для сектора «Транспорт и связь»

№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_i^{10}$)	Значения параметра (ρ_i^{10})	№ региона	Значения фиксированного эффекта ($\ln\beta_i^{10}$)	Значения параметра (ρ_i^{10})
1	1,36	0,11	14	1,61	0,11
2	1,28	0,11	15	1,41	0,10
3	1,02	0,13	16	2,20	0,08
4	1,51	0,14	17	0,98	0,18
5	1,85	0,07	18	1,29	0,12
6	1,85	0,07	19	0,97	0,10
7	0,95	0,11	20	0,86	0,15
8	1,04	0,11	21	1,58	0,13
9	1,37	0,09	22	0,93	0,15
10	1,45	0,09	23	0,90	0,17
11	1,02	0,13	24	0,88	0,13
12	1,21	0,12	25	0,79	0,17
13	1,15	0,12			

Как видно из табл. 10, наиболее высокие значения фиксированного эффекта характерны для таких регионов, как Черниговский, Черновицкий, Ровенский, Кировоградский, Запорожский, Хмельницкий, Херсонский, Черкасский, Нико-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

лаевский, Сумской, Львовский, Одесский. Наиболее высокие значения параметра, отражающего эффективность применяемых в данном секторе технологий, наблюдаются у следующих регионов: Ровенский, Черкасский, Черновицкий, Харьковский, Хмельницкий, Днепропетровский.

Аналогично были построены модели, отражающие региональные различия в эффективности инвестиционных вложений в такие виды деятельности как финансовая деятельность; операции с недвижимым имуществом, аренда, инжиниринг; государственное управление; образование; охрана здоровья.

Таким образом, предлагаемый комплекс моделей позволяет повысить качество принимаемых решений относительно уменьшения фрагментарности конкурентного пространства, снижения уровня дотационности регионов за счет формирования рациональной инвестиционной политики, что обеспечит рост конкурентоспособности как отдельных регионов, так и национальной экономики в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дубров А. М., Мхитарян В. С., Трошин Л. И. Многомерные статистические методы. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 350 с.
2. Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты / Под ред. проф., д. э. н. Ю. К. Перского, доц., к. э. н., Н. Я. Калюжной. – М.: ТЕИС, 2003. – 472 с.
3. Лук'яненко І. Г., Городніченко Ю. О. Сучасні економетричні методи у фінансах. – К.: Літера ЛТД, 2002. – 352 с.
4. Магнус Я. Р. Эконометрика. / Я. Р. Магнус, П. К. Катыхев, А. А. Пересецкий. – М.: Дело, 2007. – 504 с.
5. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство / Геєць В. М., Кизим М. О., Клебанова Т. С., Черняк О. І. та ін.; За ред. Гейця В. М.: Монографія. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006. – 240 с.
6. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании. – М.: Статистика, 1989. – 173 с.
7. Сошникова Л. А., Тамашевич В. Н., Уебе Г., Шефер М. Многомерный статистический анализ в экономике / Под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 598 с.
8. Тихомиров Н. П., Дорохина Е. Ю. Эконометрика. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 512 с.

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

Раевна Е. В., доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой статистики
Харьковский национальный экономический университет

Дубровина Н. А., кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов
Харьковский торгово-экономический институт КНТЭУ

Фундаментальной особенностью современной системы хозяйствования в Украине является ее региональная направленность. В ее состав входят 27 субъектов, каждый из которых, в свою очередь, состоит из множества муниципальных образований – районов, городских и сельских поселений, обладающих уникальными природно-ресурсными условиями, специфичными воспроизводственными системами, совокупностью сложившихся отношений между хозяйствующими субъектами и т. д.

При всем многообразии природных, демографических и иных характеристик территориальных образований, их политическая, экономическая и социальная стабильность зависят от степени развития комплекса социально-экономических благ, способности и возможности их обеспечивать и преумножать.

Трансформационные процессы формирования в Украине развитых рыночных отношений с учетом исторических факторов, связанных с активной пространственной организацией народного хозяйства, обусловили нарастание асимметрии в уровнях социально-экономического развития регионов. По основным социально-экономическим показателям неравенство между ними достигает сотен раз. Рост дифференциации в уровнях социально-экономического развития территорий объективно усиливает их неравенство в возможностях самостоятельного решения вопросов, связанных с обеспечением текущей жизнедеятельности и перспективного развития, требует от регионального центра уделять все большее внимание вопросу перераспределения финансовых ресурсов, призванного поддерживать важнейшие гарантируемые государством социальные стандарты. Возможный отказ от систематической государственной поддержки будет иметь, на наш взгляд, негативные последствия, среди которых невозможность областных властей обеспечивать выполнения минимальных социальных гарантий по основным видам общественных услуг, высокий уровень безработицы, снижение реальных доходов населения, рост вынужденной миграции и прочее.

Современный этап развития мировой и национальной рыночной экономик характеризуется высоким уровнем динамичности, стохастичности и нестационарности. Процесс прогрессирующей глобализации коренным образом изменил степень динамичности протекания экономических процессов в сторону повышения ее стохастичности и слабой предсказуемости, что предопределило смену классического подхода к изучению процессов различной природы на неоклассический подход, основанный на понимании нелинейности и слабой формализуемости поведения систем. В этих условиях дальнейшего усовершенствования требуют существующие подходы, способы, методы управления и моделирования социально-экономическими системами, в частности, региональными образованиями.

Таким образом, целью настоящих исследований является изучение нелинейных эффектов регионального развития на основе:

- 1) представления процесса развития региона как процесса взаимосвязанного и согласованного развития отдельных сфер его жизнедеятельности;
- 2) разработки комплекса экономико-математических моделей оценки и прогнозирования циклической природы данных процессов.

Для достижения поставленной цели разработана методика исследования нелинейной динамики развития регионов, которая включает четыре комплексных этапа (рис. 1). В табл. 1 приведен перечень задач, решаемых на каждом из выделенных этапов, их математическое и информационное обеспечение.

Рассмотрим содержательные аспекты предлагаемой методики.

Этап 1. Построение комплекса моделей системной оценки уровня развития региона. Целевой направленностью данного этапа является получение оценки уровня социально-экономического состояния региона с системных позиций. Для этого решаются следующие задачи:

З 1.1. Выделение системообразующих сфер жизнедеятельности региона и формирование семейства индикаторов, отражающих характерные особенности развития каждой из сфер;

З 1.2. Разработка комплекса моделей оценки регионального развития, позволяющих определить уровень данного развития в ретроспективном периоде.

В рамках решения З 1.1 и рассматривая регион как многомерное социально-экономическое территориальное образование, выделены следующие сферы жизнедеятельности региона: промышленная, сельскохозяйственная, финансово-инвестиционная, трудовая, демографическая, социальная. Целесообразность такого подхода заключается в возможности исследования и моделирования тенденций развития региона с системных позиций, что позволит на основе дигности-

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

рования кризисообразующих и компенсационных сфер его жизнедеятельности осуществлять эффективное управление региональным развитием на базе разработки комплекса имитационных экспериментов.

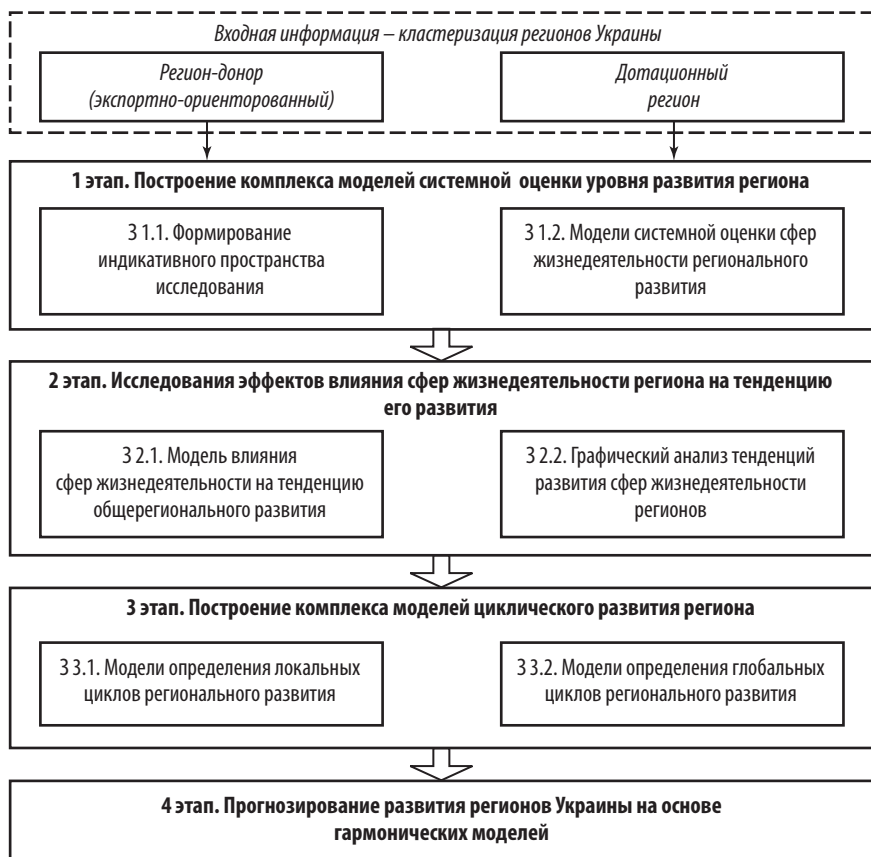


Рис. 1. Связь этапов методики моделирования нелинейной динамики развития территорий

В рамках решения 3 1.2 для получения комплексной оценки уровня социально-экономического развития региона предлагается использовать многомерный статистический анализ, а именно, один из методов таксономии – метод уровня развития, разработанный польским ученым В. Плютой [4].

В результате формируется следующее семейство интегральных показателей уровня развития:

$$\langle I_{общ}, I_{пром}, I_{с/х}, I_{фин-инв}, I_{труд}, I_{соц}, I_{демогр} \rangle,$$

где $I_{общ}$ – интегральный показатель общерегионального уровня развития;

Характеристика задач методики исследования нелинейной динамики развития регионов

Этап методики	Наименование задачи	Математическое обеспечение решения задачи	Информационное обеспечение решения задачи
1 этап. Построение комплекса моделей системной оценки уровня развития региона	1.1. Формирование индикативного пространства исследования 1.2. Разработка моделей системной оценки сфер жизнедеятельности регионального развития	Анализ литературных источников Таксономические модели	Динамические ряды индикаторов в помесячном разрезе за период 2003 – 2007 гг.
2 этап. Исследования эффектов влияния сфер жизнедеятельности региона на тенденцию его развития	2.1. Модель влияния сфер жизнедеятельности на тенденцию общерегионального развития 2.2. Анализ тенденций развития сфер жизнедеятельности регионов	Эконометрическое моделирование Графический анализ	Динамические ряды интегральных показателей в помесячном разрезе за период 2003 – 2007 гг.
3 этап. Построение комплекса моделей циклического развития региона	3.1. Модели определения локальных циклов регионального развития 3.2. Модели определения глобальных циклов регионального развития	Спектральный анализ Оптимизационные модели	Стационарные ряды интегральных показателей в помесячном разрезе за период 2003 – 2007 гг.
4 этап. Прогнозирование развития регионов Украины на основе линейно-гармонических моделей	4.1. Прогнозирование циклического развития региона	Модели циклических составляющих Трендовые модели	Динамические ряды интегральных показателей в помесячном разрезе за период 2003 – 2007 гг.

$I_{пром}$ – интегральный показатель уровня развития промышленной сферы региона;

$I_{с/х}$ – интегральный показатель уровня развития сельскохозяйственной сферы региона;

$I_{фин-инв}$ – интегральный показатель уровня развития финансово-инвестиционной сферы региона;

$I_{труд}$ – интегральный показатель уровня развития трудовой сферы региона;

$I_{соц}$ – интегральный показатель уровня развития социальной сферы региона;

$I_{демогр}$ – интегральный показатель уровня развития демографической сферы региона.

В табл. 2 представлен перечень индикаторов, формирующих соответствующий интегральный показатель.

Семейство индикаторов исследования

Сфера жизнедеятельности	Перечень индикаторов	Сфера жизнедеятельности	Перечень индикаторов
Промышленная	<ul style="list-style-type: none"> • Капитальные инвестиции • Темпы прироста (снижения) объема промышленной продукции • Количество предприятий, увеличивших объем производства • Удельный вес предприятий, получивших убыток • Количество не работающих предприятий 	Трудовая	<ul style="list-style-type: none"> • Средняя заработная плата по региону • Сумма задолженности по заработной плате • Индекс реальной заработной платы
Финансово-инвестиционная	<ul style="list-style-type: none"> • Объем кредиторской задолженности • Объем дебиторской задолженности • Финансовый результат от основной деятельности 	Социальная	<ul style="list-style-type: none"> • Объем потребительских товаров • Индекс потребительских цен • Экспорт товаров из региона • Импорт товаров в регион
Сельскохозяйственная	<ul style="list-style-type: none"> • Индекс сельскохозяйственной продукции • Количество сельского населения 	Демографическая	<ul style="list-style-type: none"> • Внутренняя миграция населения • Внешняя миграция населения • Численность населения
Интегральный показатель общерегионального развития		Включает все семейство выделенных индикаторов	

Этап 2. Исследование эффектов влияния сфер жизнедеятельности региона на тенденцию общерегионального развития [2; 5 – 7]. Целью данного этапа выступает диагностирование сфер жизнедеятельности, которые оказывают позитивное и негативное влияние на тенденцию развития региона в целом. Для достижения цели решаются следующие задачи:

3 2.1. Разработка модели влияния сфер жизнедеятельности на общерегиональную тенденцию развития;

3 2.2. Графический анализ доминирующих тенденций развития сфер жизнедеятельности региона.

Математическим инструментарием решения 3 2.1 выступает эконометрическое моделирование, которое позволяет построить модель, отражающую влияние отдельной сферы жизнедеятельности региона на общую тенденцию его развития. В качестве вида функции данной зависимости выбрана линейная связь, так

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

как интегральный показатель общерегионального развития представляет собой линейную комбинацию выделенных в исследовании сфер жизнедеятельности региона. Формальный вид модели представлен ниже:

$$I_{\text{общ}} = f(I_{\text{пром}}, I_{\text{с/х}}, I_{\text{фин-инв}}, I_{\text{труд}}, I_{\text{соц}}, I_{\text{демогр}}).$$

В рамках решения 3 2.2 выделяются доминирующие тенденции регионально-го развития с использованием приема двухшагового сглаживания динамических рядов полученных интегральных показателей и графического анализа ретроспективных тенденций.

Синтез результатов решения 3 2.1 и 3 2.2 позволяет диагностировать сферы позитивного и негативного влияния. Так, сферой позитивного влияния (компенсационной сферой) выступает сфера, имеющая восходящий вектор развития и наибольшее значение параметра в модели влияния; под сферой негативного влияния (кризообразующей) понимается сфера, имеющая нисходящий вектор развития и наибольшее значение параметра в модели влияния.

Этап 3. Построение комплекса моделей циклического развития региона [1; 3; 8]. Целевой направленностью данного этапа выступает формирование комплекса моделей, позволяющих диагностировать основные характеристики локальных и глобальных циклов развития как отдельных сфер жизнедеятельности, так и региона в целом. Это достигается за счет решения следующих задач:

3 3.1. Разработка комплекса моделей определения локальных циклов регионального развития;

3 3.2. Разработка комплекса моделей определения возникновения глобальных циклов в тенденции развития региона.

Для решения 3 3.1 предлагается применять спектральный анализ, то есть разложение динамических рядов интегральных показателей уровня развития сфер жизнедеятельности и региона в целом в ряд Фурье. Данный математический инструментарий позволяет выделить устойчивые периодики (гармоники), которые отображают внутренне присущие процессу структурные закономерности [1]. Таким образом, достигается возможность определения наиболее важных периодов в циклах развития соответствующих сфер жизнедеятельности региона, которые оказывают системообразующее влияние на тенденцию его развития в целом. В качестве критерия выделение наиболее значимых гармоник в работе выступает критерий максимизации спектральной плотности, что представляет собой частотную область, которая состоит из максимальной совокупности близких частот, осуществляющих наибольшее влияние в периодическом поведении всего ряда.

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

Так как построение моделей циклической компоненты динамического ряда средствами спектрального анализа предполагает его стационарность, то предлагается следующий алгоритм предварительной оценки динамических рядов интегральных показателей (рис. 2).

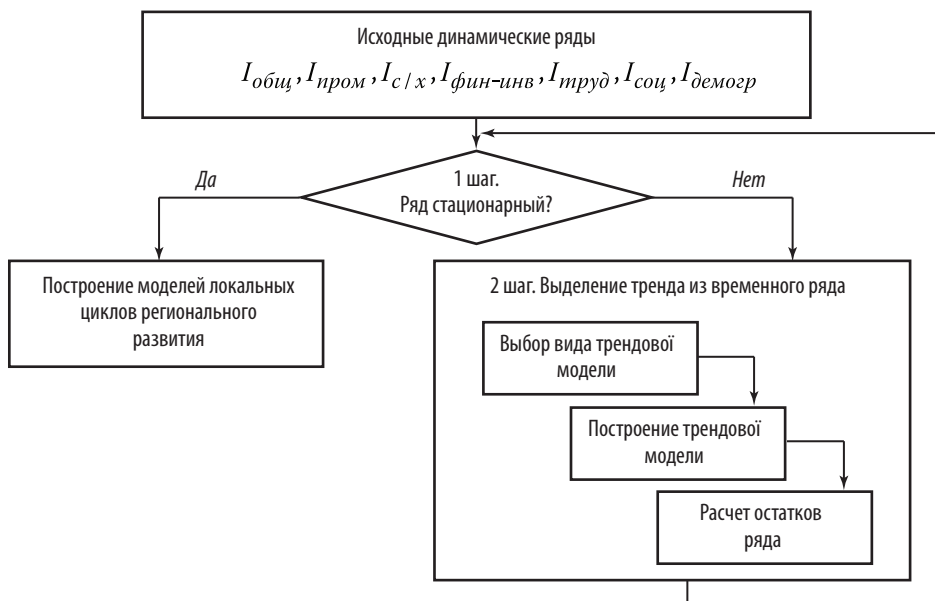


Рис. 2. Алгоритм построения моделей циклических составляющих временных рядов интегральных показателей уровня регионального развития

На первом шаге алгоритма осуществляется проверка исходных рядов на стационарность. Основными характеристиками временного ряда выступают математическое ожидание, дисперсия и ковариация, определенные значения которых рассматриваются как индикаторы стационарности или нестационарности рядов. Так, условиями стационарности временного ряда выступают [8]:

$$1) E y_t = \mu < \infty \text{ для всех } t, \text{ де } \mu_t = E y_t = \int_{-\infty}^{+\infty} x dF_t(x);$$

$$2) \text{var}(y_t) = \gamma_0 < \infty \text{ для всех } t, \text{ де } \text{var}(y_t) = E(y_t - E y_t)^2;$$

$$3) \text{cov}(y_t, y_{t-1}) = \gamma_j < \infty \text{ для всех } t, j = 1, 2, 3, \dots;$$

где $\text{cov}(y_t - y_{t-j}) = E((y_t - E y_t)(y_{t-j} - E y_{t-j}))$.

Если данные условия не выполняются, то ряд считается нестационарным. В данном исследовании для проверки нестационарности временных рядов предлагается использовать обобщенный тест Дики-Фуллера (ADF-тест), который основывается на использовании двух гипотез:

- 1) $H_0 : \rho = 1$, подтверждается, что ряд нестационарный и представляет собой случайное блуждание с дрейфом;
- 2) $H_1 : \rho < 1$, противоположная гипотеза, которая подтверждает стационарность ряда (ρ – параметр модели).

На втором шаге средствами визуального анализа динамики изменения значений интегральных показателей определяется вид трендовой зависимости, определяются ее параметры и по критерию максимизации коэффициента детерминации выбирается наиболее адекватная модель. После удаления тренда из исходного динамического ряда получаем стационарный ряд, который составляет основу спектрального анализа.

Построенные модели циклических компонент анализируемых рядов интегральных показателей позволяют определить точки локальных минимумов и максимумов, которые интерпретируются как точки локальных негативных и позитивных кризисов по отдельной сфере жизнедеятельности региона и по общему его развитию в целом.

Так как негативный кризис представляет для региона угрозу возникновения (либо поддержки, либо дальнейшего нарастания) отрицательных тенденций его развития, то моменты его возникновения требуют своевременной и тщательной оценки и анализа. Задача нахождения данных моментов в цикле развития региона является одной из важнейших задач антикризисного управления им. В связи с этим, в рамках решения 3.3.2 предлагается определять ожидаемые периоды возникновения точек отрицательного кризиса с помощью следующих моделей:

- 1) модель определения периодов максимальной близости локальных минимумов гармоник анализируемых циклических компонент [20 – 25]:

$$\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^n |t_i^{extr} - t_j^{extr}| \rightarrow \min,$$

$$\begin{cases} \forall t_i^{extr} \geq t_0 \\ \forall t_i^{extr} \leq T \end{cases},$$

где t_i^{extr}, t_j^{extr} – точки возникновения локальных минимумов по i -той и j -той циклической компоненте;

$t_0; T$ – начальное и конечное значение периода исследования;

k, n – количество локальных минимумов по i -той и j -той циклической компоненте соответственно;

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

- 2) модель определения возникновения моментов глобальных кризисов как совокупности локальных минимумов сфер жизнедеятельности региона:

$$\bar{t} = \frac{\sum_{i=1}^n |t_{i+1}^{extr} - t_i^{extr}|}{n-1};$$
$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^{n-1} (t_i^{extr} - \bar{t})^2 \times P_i}; \quad V = \frac{\sigma}{\bar{t}} \times 100\%,$$

где \bar{t} – средний период возникновения точки локального минимума (точки кризиса);

σ , V – стандартное отклонение и коэффициент вариации точек возникновения локальных минимумов, которые показывают степень близости фактических точек локальных минимумов к их среднему периоду возникновения.

Этап 4. Прогнозирование развития региона на основе линейно-гармонических моделей. На данном этапе методики осуществляется прогнозирование будущего нелинейного поведения регионов на основе построенных циклических моделей. Определение моментов возникновения точек локальных минимумов и максимумов в циклах развития региона и отдельных сфер его жизнедеятельности позволяет усилить антиципативную направленность рекомендаций по управлению развитием региона и сформировать определенные направления наиболее существенных изменений для построения предпочтительных сценариев будущего развития.

Проиллюстрируем разработанную методику на примере регионов Украины, а именно, Днепропетровского региона как представителя группы промышленно-развитых областей Украины и Житомирского региона как представителя группы дотационных регионов.

Результатом первого этапа методики явилось семейство интегральных показателей, которое включало в себя множество интегральных показателей общего развития области и ее отдельных сфер жизнедеятельности. Информационной базой расчетов выступали индикаторы, приведенные в табл. 1, за период 2003 – 2007 гг. в ежемесячном разрезе [9].

Для того, чтобы выделить сферы позитивного и негативного влияния на тенденцию общерегионального развития необходимо определить силу такого влияния, а также диагностировать доминирующий вектор развития каждой из сфер. С этой целью в исследовании разработана многофакторная эконометрическая модель, параметры которой интерпретируются как весовые коэффициенты влияния отдельных сфер (табл. 3).

Комплекс моделей влияния

Название региона	Вид модели	Критерий адекватности
Днепропетровский	$I_{общ} = 0,079I_{пр} + 0,045I_{ф-и} + 0,033I_{тр} + 0,035I_{соц} + 0,032I_{демогр} + 0,099I_{с-х}$	0,947
Житомирский	$I_{общ} = 0,082I_{пр} + 0,038I_{ф-и} + 0,090I_{тр} + 0,049I_{соц} + 0,073I_{демогр} + 0,129I_{с-х}$	0,922

В качестве критерия адекватности модели выступает коэффициент корреляции, полученные значения которого свидетельствуют о высоком качестве построенных моделей и об их пригодности для прогнозирования общерегионального развития.

Анализируя значения параметров моделей можно сделать вывод, что:

- 1) для Днепропетровского региона наибольшее влияние на тенденцию регионального развития оказывают промышленная и сельскохозяйственная сферы (0,079 и 0,099 соответственно), достаточно высокое влияние имеет финансово-инвестиционная сфера (0,045) и среднее влияние имеют трудовая, социальная и демографическая сферы;
- 2) для Житомирского региона наиболее весомыми в региональном развитии являются сельскохозяйственная сфера (0,129), трудовая (0,09) и промышленная сферы (0,082), достаточно высокое влияние оказывает социальная сфера (0,049) и слабо влияет на региональное развитие финансово-инвестиционная сфера (0,038).

На основе приема двухшагового сглаживания были выделены доминирующие вектора развития в динамических рядах анализируемых интегральных показателей. Полученные плавные кривые позволили сделать ряд выводов:

- 1) для Днепропетровского региона к сферам жизнедеятельности региона, характеризующимся восходящим вектором развития относятся: промышленная, финансово-инвестиционная, трудовая, социальная сферы; к сферам, характеризующимся нисходящим вектором развития, относятся: демографическая и сельскохозяйственная сферы;
- 2) для Житомирского региона к сферам, характеризующимся восходящей тенденцией развития, относятся трудовая, промышленная, социальная сферы; к сферам, имеющим явно выраженные нисходящие тенденции развития относятся демографическая и сельскохозяйственная сферы; финансово-инвестиционная сфера имеет характер стагнационного развития.

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

Определение доминирующих сфер позитивного и негативного влияния предлагается проводить с помощью синтеза результатов эконометрического моделирования, графического анализа тенденций регионального развития, а также исследования средних темпов роста изменения значений интегральных показателей по сферам жизнедеятельности региона. В *табл. 4* приведены исходные данные распознавания для качества влияния сфер на тенденцию общерегионального развития.

Выделение сфер жизнедеятельности региона, оказывающих позитивное и негативное влияние на тенденцию развития региона в целом, позволяет решить следующие задачи:

- ▶ сформировать рациональные управленческие решения по стратегическому управлению региональным развитием;
- ▶ разработать оперативные решения по управлению развитием региона на основе прогнозирования точек возникновения кризисов.

Для формирования решений стратегического конкурента управления развитием региона необходимо учитывать аттрактор развития региона, под которым понимается одна из альтернативных траекторий – основной вектор развития региона, выбор которого обоснован эволюцией его развития, сложившимся множеством потенциальных и реальных ресурсных и социально-экономических возможностей, а также степенью изменчивости внешней среды – экономической конъюнктуры страны.

Таблица 4

Распознавание сфер позитивного и негативного влияния на тенденцию общерегионального развития

Название сферы	Значение параметра модели	Вектор развития сферы	Темп роста интегрального показателя	Характеристика сферы
1	2	3	4	5
<i>регион</i>	<i>Днепропетровский</i>			
Промышленная	0,079	восходящий	1,01	Сфера доминирующего позитивного влияния
Финансово-инвестиционная	0,045	восходящий	1,02	
Социальная	0,035	сильновосходящий	1,03	Сфера доминирующего позитивного влияния
Трудовая	0,033	восходящий	1,01	
Сельскохозяйственная	0,099	сильнонисходящий	0,99	Сфера доминирующего негативного влияния

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Окончание табл. 4

1	2	3	4	5
Демографическая	0,032	нисходящий	0,98	
<i>регион</i>	<i>Житомирский</i>			
Промышленная	0,082	сильновосходящий	1,02	Сфера доминирующего позитивного влияния
Финансово-инвестиционная	0,038	стагнирующий	1,01	
Социальная	0,049	сильновосходящий	1,02	
Трудовая	0,090	восходящий	1,01	Сфера доминирующего позитивного влияния
Сельскохозяйственная	0,129	сильнонисходящий	0,99	Сфера доминирующего негативного влияния
Демографическая	0,073	нисходящий	0,98	

Анализ процесса развития открытых социально-экономических систем позволил выделить три основных аттрактора развития региона:

- 1) аттрактор позитивного развития, отражаемый восходящей тенденцией интегрального показателя общерегионального развития. В этих условиях регион обладает достаточными реальными и потенциальными возможностями для того, чтобы проводить стратегию гармонизации всех сфер его жизнедеятельности. Данная стратегия предполагает упрочение общерегионального развития за счет доминантных управленческих воздействий, направленных на сферы, оказывающие негативное влияние на развитие региона в целом. В этом случае позитивные изменения в данных сферах будут иметь системный эффект и способствовать выравниванию общерегионального развития;
- 2) аттрактор негативного развития, отражаемый нисходящей тенденцией интегрального показателя общерегионального развития. Данные условия свидетельствуют о наличии кризисных аспектов функционирования и развития региона, что характеризуются недостаточностью его реальных и потенциальных ресурсных возможностей. В этих условиях наиболее предпочтительной является стратегия фокусирования, направленная на выделение сфер доминантного позитивного влияния на общерегиональное развитие. Именно сильные реальные и потенциальные возможности, которыми обладают данные сферы, позволят преломить кризисные тенденции развития региона;

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

- 3) аттрактор стагнационного развития, отражаемый слабовосходящей или слабонисходящей тенденциями интегрального показателя общерегионального развития. В этом случае органам регионального самоуправления необходимо придать социально-экономической системе (региону) импульс к позитивному, восходящему развитию, что позволяет стратегия дифференциации. В случае слабовосходящей тенденции общерегионального развития целесообразно управлять развитием региона на основе концентрации управленческих усилий на сферы доминантного и недоминантного позитивного влияния; в случае слабонисходящей тенденции – на сферы доминантного и недоминантного негативного влияния.

Для того чтобы выбрать рациональную стратегию развития региона необходимо определить будущую тенденцию его дальнейшего развития. Для прогнозирования общерегиональных тенденций развития Днепропетровского и Житомирского регионов выбран аппарат краткосрочного адаптивного прогнозирования, позволяющего учитывать стохастические изменения общей экономической ситуации в Украине. Проведенный анализ выбора лучшего вида модели по критерию минимизации средней относительной ошибки прогноза показал, что в качестве наиболее адекватной модели выступает мультипликативная модель с экспоненциальным трендом и сезонным фактором, равным 6 периодам исследования. На основе данных моделей получены прогнозные значения интегральных показателей общерегионального развития для исследуемых областей, динамика изменения фактических и прогнозных значений представлена на рис. 3 и 4.

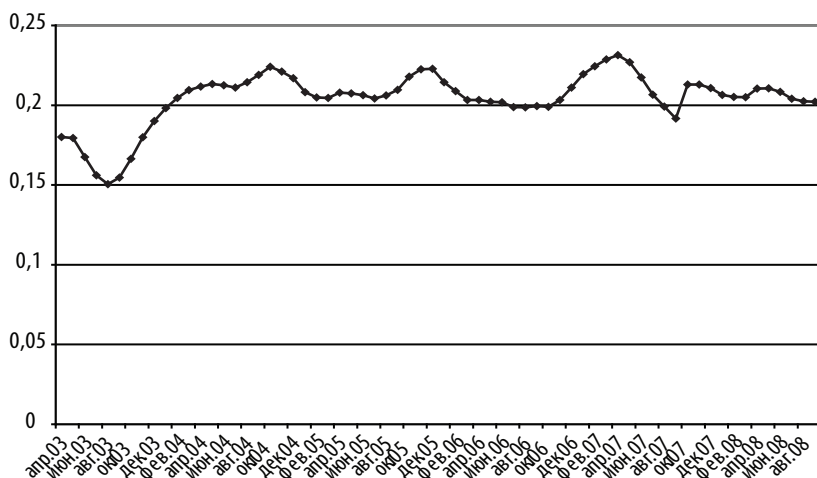


Рис. 3. Динамика изменения интегрального показателя общерегионального развития для Днепропетровского региона

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

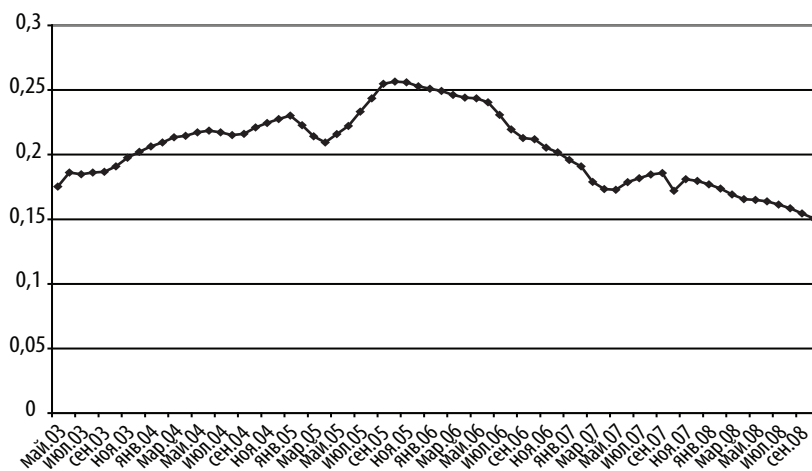


Рис. 4. Динаміка зміни інтегрального показателя общерегіонального розвитку для Житомирського регіону

Как видно из приведенных графиков, тенденция общерегионального развития Днепропетровского региона имеет слабовосходящий стагнационный характер, а развитие Житомирского региона характеризуется явно выраженной нисходящей тенденцией.

Сопоставляя результаты диагностирования сфер доминантного влияния (табл. 4) и результаты графического анализа (рис. 3, 4), можно сделать следующие выводы:

- 1) для Днепропетровского региона. Наиболее рациональной стратегией управления развитием региона выступает стратегия дифференциации с акцентом на усиление сфер, оказывающих позитивное влияние на общерегиональное развитие. Такими сферами выступают промышленная, социальная и финансово-инвестиционная сферы;
- 2) для Житомирского региона. Целесообразной является стратегия фокусирования на сферы, оказывающие доминантно позитивное влияние на общерегиональное развитие. К таким сферам относятся промышленная и трудовая сферы.

Разработанные рекомендации второго этапа методики моделирования динамики развития территорий позволяют доказать нелинейный и системный характер процесса регионального развития и диагностировать сферы жизнедеятельности региона, оказывающие позитивное и негативное влияние на данный процесс.

Содержанием третьего этапа методики моделирования нелинейной динамики развития территорий, является решение двух задач: построение моделей локаль-

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

ных и глобальных кризисов региона. Так как математическим инструментарием данных задач выступает спектральный анализ, то было проведено предварительное тестирование временных рядов интегральных показателей уровня развития Днепропетровского и Житомирского регионов и сфер их жизнедеятельности на наличие в них трендовой компоненты. Анализ с помощью тестов Дики-Фуллера показал, что все ряды имеют эволюторную составляющую. Поэтому с целью приведения ряда к стационарному виду разработан комплекс трендовых моделей, представленных в табл. 5.

Таблица 5

Аналитический вид трендовых моделей

Ряд (Y_t)	Днепропетровский регион	Житомирский регион
	Вид тренда (коэффициент множественной корреляции)	Вид тренда (коэффициент множественной корреляции)
1	2	3
Общий интегральный показатель	$Y(t) = 0,147098 + 0,003769 \cdot t - 0,0000504 \cdot t^2$ ($R=0.46$)	$Y(t) = 0,142255 + 0,005933 \cdot t - 0,0000934 \cdot t^2$ ($R = 0.55$)
Промышленная сфера	$Y(t) = 0,180294 + 0,012764 \cdot t - 0,000174 \cdot t^2$ ($R = 0.52$)	$Y(t) = 0,234714 + 0,004876 \cdot t$ ($R = 0.73$)
Сельскохозяйственная сфера	$Y(t) = 0,408287 + 0,012383 \cdot t - 0,000262 \cdot t^2$ ($R = 0.62$)	$Y(t) = 0,502367 + 0,012627 \cdot t - 0,000308 \cdot t^2$ ($R = 0.8$)
Финансово-инвестиционная сфера	$Y(t) = 0,172493 + 0,004638 \cdot t$ ($R = 0.7$)	$Y(t) = 0,15061 + 0,021456 \cdot t - 0,000832 \cdot t^2 + 0,00000927 \cdot t^3$ ($R = 0.47$)
Трудовая сфера	$Y(t) = 0,325172 + 0,004437 \cdot t$ ($R = 0.56$)	$Y(t) = 0,314321 + 0,007144 \cdot t$ ($R = 0.8$)
Демографическая сфера	$Y(t) = 0,5 - 0,006609 \cdot t$ ($R = 0.77$)	$Y(t) = 0,68251 - 0,015664 \cdot t + 0,000127 \cdot t^2$ ($R = 0.78$)
Социальная сфера	$Y(t) = 0,125655 + 0,008106 \cdot t$ ($R = 0.88$)	$Y(t) = 0,196306 - 0,000376 \cdot t + 0,000121 \cdot t^2$ ($R = 0.85$)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Выделив тренд из первоначальных динамических ряда интегральных показателей, получаем исходные ряды для анализа их циклической компоненты и выделения устойчивых периодических закономерностей развития анализируемых процессов.

Анализ литературных источников позволил сделать вывод о целесообразности применения разложения в ряд Фурье при исследовании циклической компоненты. Ряд Фурье имеет следующий аналитический вид:

$$\tilde{N}(t) = a_0 + \sum_k a_k \cos(2\pi \cdot \omega_k (t-1)) + \sum_k b_k \sin(2\pi \cdot \omega_k (t-1)),$$

где a_k, b_k – коэффициенты косинуса и синуса соответственно;

ω_k – частота k -ой гармоники.

Фрагмент разработанных моделей циклической компоненты на примере модели общерегионального интегрального показателя для анализируемых регионов имеет вид:

▶ Днепропетровский регион:

$$\begin{aligned} C(t) = & -0,014777 \cos\left[\frac{2\pi}{6}(t-1)\right] - 0,012406 \sin\left[\frac{2\pi}{6}(t-1)\right] - 0,006555 \cos\left[\frac{2\pi}{3}(t-1)\right] - \\ & - 0,014955 \sin\left[\frac{2\pi}{3}(t-1)\right] - 0,005853 \cos\left[\frac{2\pi}{5}(t-1)\right] - 0,014548 \sin\left[\frac{2\pi}{5}(t-1)\right] - \\ & - 0,01213 \cos\left[\frac{2\pi}{2,3}(t-1)\right] + 0,00136 \sin\left[\frac{2\pi}{2,3}(t-1)\right] - 0,000268 \cos\left[\frac{2\pi}{10}(t-1)\right] + \\ & + 0,012 \sin\left[\frac{2\pi}{10}(t-1)\right]; \end{aligned}$$

▶ Житомирский регион:

$$\begin{aligned} C(t) = & -0,020378 \cos\left[\frac{2\pi}{3}(t-1)\right] - 0,013818 \sin\left[\frac{2\pi}{3}(t-1)\right] - 0,016626 \cos\left[\frac{2\pi}{4}(t-1)\right] + \\ & + 0,001466 \sin\left[\frac{2\pi}{4}(t-1)\right] - 0,006817 \cos\left[\frac{2\pi}{2,3}(t-1)\right] + 0,013048 \sin\left[\frac{2\pi}{2,3}(t-1)\right] + \\ & + 0,00561 \cos\left[\frac{2\pi}{30}(t-1)\right] + 0,01261 \sin\left[\frac{2\pi}{30}(t-1)\right] + 0,00044 \cos\left[\frac{2\pi}{4,3}(t-1)\right] - \\ & - 0,0135 \sin\left[\frac{2\pi}{4,3}(t-1)\right]. \end{aligned}$$

Анализ полученных моделей по всем сферам жизнедеятельности регионов показал, что в их структуре преобладают краткосрочные циклы, продолжительностью до одного года. Краткосрочные циклы отражают общую нестабильность

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

в той или иной сфере региона, связанную с существенным влиянием политических, социально-экономических и мировых факторов, что не позволяют диагностировать моменты возникновения и окончания кризисов в региональном развитии. В связи с этим предлагается для исследования моментов возникновения кризисов проводить анализ наиболее значимых среднесрочных и долгосрочных гармоник. Для этого в каждом регионе для общего интегрального показателя и по всем сферам жизнедеятельности необходимо найти точки максимума и минимума в средне- и долгосрочных гармониках. Результаты расчета таких точек представлены в табл. 6.

Таблица 6

Результаты определения точек кризиса (фрагмент)

Днепропетровский регион			Житомирский регион		
максимум	минимум	разница	максимум	минимум	разница
<i>Общий интегральный показатель</i>					
4	10	6	9	3	6
17	31	14	19	15	4
37	44	7	35	26	9
51	58	7	59	50	9
<i>Производственная сфера</i>					
3	11	8	6	1	5
18	25	7	12	19	7
31	38	7	24	30	6
45	53	8	38	44	6
			49	56	7
<i>Сельскохозяйственная сфера</i>					
2	10	8	13	7	6
20	33	13	25	17	8
38	44	8	37	34	3
51	56	5	49	42	7
			59	53	6

Из табл. 6 следует, что средним периодом между максимальным и минимальным значениями циклической компоненты при исследовании кризиса является 6 месяцев, следовательно, полный период средне- и долгосрочной гармоник равен 1 году.

Для того чтобы выделить сферы позитивного и негативного влияния на тенденцию общерегионального развития, предлагается провести анализ совпадения

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

точек максимума и минимума циклической компоненты развития региона в целом с аналогичными точками по сферам его жизнедеятельности (табл. 7).

Таблица 7

Совпадение точек максимумов и минимумов

Сферы	Совпадения							
	Точки максимума				Точки минимума			
<i>Днепропетровский регион</i>								
Общий показатель	4	17	37	51	10	31	44	58
Производственная	3	18			11	31**	45**	
Сельскохозяйственная			38	51	10		44	
Финансово-инвестиционная	4		38	52	9		44	59
Демографическая	3*			51*	9**		45**	57**
Трудовая		17	36*		11			59
Социальная		18	36*			30**		
<i>Житомирский регион</i>								
Общий показатель	9	19	35	59	3	15	26	50
Производственная		19*						
Сельскохозяйственная			34*	59			25**	59**
Финансово-инвестиционная			35		4**			50**
Демографическая		19		60*			25	49
Трудовая			35*	60*				
Социальная		18	36*	60*		14		

Примечание

* – полупериод цикла, который характеризуется точкой минимума;

** – полупериод цикла, который характеризуется точкой максимума;

отсутствие * – полупериод цикла, который характеризуется совпадением точек максимума и минимума данной сферы и общерегионального развития.

Полученные значения в данной таблице характеризуют наиболее вероятные периоды (моменты) возникновения кризисов в регионах. Таким образом, предлагаемая методика моделирования нелинейной динамики развития территорий позволяет:

- ▶ исследовать нелинейные тенденции развития региона как открытой социально-экономической системы;
- ▶ осуществлять анализ влияния отдельных сфер жизнедеятельности региона на тенденцию общерегионального развития в целом;

Прогнозирование траектории социально-экономического развития региона

- ▶ выделять устойчивые периодические закономерности развития региона и прогнозировать возникновение моментов кризисов в регионе на основе диагностирования сфер позитивного и негативного влияния.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гренжер К., Хатанака М., Спектральный анализ временных рядов в экономике.– М.: Статистика, 1972.– 164 с.
2. Лексин В. Н., Швецов А. Н. Государство и регионы: Теория и практика государственного регулирования территориального развития.– М.: УРСС, 1997.– 372 с.
3. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування: Підручник / В. М. Геєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк, В. В. Іванов, Н. А. Дубровіна, А. В. Ставицький.– Х.: ВД «ИНЖЕК», 2005.– 396 с.
4. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа: Пер. с польск.– М.: Статистика, 1980.– 152 с.
5. Пономаренко В. С., Клебанова Т. С., Чернова Н. Л. Экономическая безопасность региона: анализ, оценка, прогнозирование: Монография.– Х.: ИД «ИНЖЕК», 2004.– 144 с.
6. Раєвнєва О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. – Х.: ВД «ИНЖЕК», 2006.– 496 с.
7. Раєвнєва О. В., Голяд Н. Ю. Моделювання антикризового управління регіоном. Наукове видання.- Х.: Вид. ХНЕУ, 2007.– 300 с.
8. Черняк О. І., Ставицький А. В. Динамічна економетрика: Навч. посіб.– К.: Вид-во КВІЦ, 2000.– 120 с.
9. <http://www.ukrstat.gov.ua> – сайт Державного комітету статистики України

Модели механизмов децентрализованного управления сложными системами

- ▶ сети электропередач;
- ▶ городская транспортная сеть;
- ▶ системы мобильной связи;
- ▶ гибкие производственные сети;
- ▶ экологические системы;
- ▶ сетевые экономические системы.

Такие системы характеризуются пространственной протяженностью, поэтому должны быть приняты во внимание прежде всего вопросы стоимости и надежности средств коммуникации в таких системах. Технологический прогресс и снижение стоимости средств информационно-коммуникационной техники обеспечивают технологическую основу для проектирования и функционирования таких систем.

Таким образом, как по экономическим причинам, так и по причинам надежности, сформировалась устойчивая тенденция для децентрализованного принятия управленческих решений. Однако, успешное проектирование систем распределенного принятия управленческих решений не может быть эффективно реализовано разработанными методологиями и процедурами проектирования централизованных систем управления, а доступные инструменты проектирования не могут применяться непосредственно.

Ниже представлен обзор методов и моделей механизмов децентрализованного управления, которые были разработаны за последние годы и могут быть использованы в том случае, когда методы анализа и проектирования централизованных систем управления терпят неудачу.

Упрощение модели

Упрощение модели – это обычная процедура в инженерной практике, дающая возможность работать с математическими моделями, которые являются более простыми, но менее точными, чем лучшая из доступных моделей данного экономического процесса. Для реализации подобного подхода имеются две следующие причины. *Первая* – это уменьшение вычислительной нагрузки, связанной с моделированием, анализом и проектированием системы управления. *Вторая* связана с тем, что реализация упрощенной модели будет приводить к упрощенной структуре системы управления [1].

Сокращение объема вычислений и упрощение структуры приобретает особое значение в децентрализованном управлении сложными системами, а также имеет значение почти во всех областях теории управления и ее применений.

Рассматриваемые подходы могут быть разделены на два класса. *Первый класс*, называемый методами агрегирования, предполагает, что математическая модель данной системы может быть упрощена, представляя более грубое описание пространства состояний, которое все еще сохраняет некоторые ключевые качественные свойства системы. *Второй класс*, называемый методами возмущения, состоит из процедур, в которых игнорируются некоторые динамические взаимодействия в системе. Эти два класса методов упрощения модели взаимосвязаны.

Методы агрегирования

Интуитивная идея, лежащая в основе понятия агрегирования, весьма проста. Предположим, что S_1 – математическое описание экономической системы, использующее заданное множество переменных, а S_2 – согласующееся описание той же самой системы, использующее меньшее множество переменных. Тогда S_2 называется агрегированной моделью для S_1 , а переменные системы S_2 называются агрегированными переменными.

Эквивалент понятий такого агрегирования появился независимо по крайней мере в различных областях теории систем. В теории автоматов понятие, данное выше, становится точным утверждением о том, что S_2 и S_1 связаны автоматным гомоморфизмом [2]. В теории марковских процессов принятия решения говорят, что S_2 следует из S_1 , соединением состояний S_1 [3]. Таким образом, фраза « S_2 – агрегированная модель S_1 », была представлена в теоретической литературе по управлению и точно сформулирована для линейных систем.

Предположим затем, что исходная система S_1 описывается уравнением состояний

$$\dot{x}(t) = Ax(t) + Bu(t), \quad (1)$$

а агрегированная система S_2 описывается уравнением состояний

$$\dot{z}(t) = Fz(t) + Gu(t). \quad (2)$$

Для того, чтобы S_2 была агрегированной моделью S_1 , требуется, чтобы

$$z(t) = Cx(t) \quad (3)$$

для всех t . Это требование названо динамической точностью. Легко видеть, что динамическая точность достигается если и только если удовлетворены матричные равенства

$$FC = CA, \quad (4)$$

$$G = CB. \quad (5)$$

Анализ этих условий показывает, что динамическая точность достигнута только, когда агрегированный вектор состояния $z(t)$ – линейная комбинация определенных состояний $x(t)$. В этом случае, собственные значения F – это собственные

Модели механизмов децентрализованного управления сложными системами

значения A , соответствующие тем состояниям $x(t)$, которые представлены в $z(t)$. Таким образом, понятие агрегирования для линейных систем, фактически, есть обобщение хорошо известной идеи упрощения линейных систем, путем сохранения доминирующих (преобладающих) состояний. Это ограничивает класс матриц C , которые являются матрицами агрегирования.

Дальнейшее определение характеристик класса матриц, для которого может быть достигнута динамическая точность, исходит из того, что проблема агрегирования, как она изложена для линейных систем, является фактически проблемой минимальной реализации [2]. Заметьте, что (1) и (3) определяют динамические отношения между $u(t)$ и $z(t)$, которые могут быть описаны матрицей передаточных функций

$$H(s) = C(sI - A)^{-1}B. \quad (6)$$

Для того, чтобы реализовать условия динамической точности, мы должны также удовлетворить равенство

$$H(s) = C(sI - F)^{-1}G. \quad (7)$$

То есть матрица передаточных функций должна быть реализуема или уравнениями (1) и (3), или же уравнением (2). Следовательно, если $z(t)$ имеет более низкую размерность чем $x(t)$, описание состояний, определенное (1) и (3), неминимально. Но это возможно если и только если возможны упрощения передаточной функции, представленной в виде дроби, путем сокращения одинаковых сомножителей в числителе и знаменателе («ноль – полюс»). Таким образом, класс матриц агрегирования C ограничен теми из них, которые создают нули в отношении «вход – выход» между $u(t)$ и $z(t)$, которые сокращают полюсами. Полюса, сокращаемые нулями, – абсолютно точно являются собственными значениями A , которые не представлены в F .

Необходимо подчеркнуть роль агрегированной модели как точного представления отклика некоторых линейных комбинаций переменных состояния S_1 на входной вектор $u(t)$. Однако, агрегированные переменные состояний $z_i(t)$ в общем виде не будут соответствовать определенным переменным, имеющим экономический смысл. Поэтому, альтернативная точка зрения, которая может быть более полезной в приложениях, должна рассматривать $z(t)$ как аппроксимацию экономических переменных. Другими словами, в дополнение к (2), мы требуем

$$z(t) \approx y(t) \hat{=} Hx(t), \quad (8)$$

где матрица H выбирает компоненты или линейные комбинации компонентов $x(t)$, которые должны быть аппроксимированы. Выбор матрицы агрегирования C может очень влиять на характер аппроксимации (8).

Хотя динамическая точность ограничивает класс возможных матриц агрегирования для данной системы формы (1), по-прежнему имеется множество способов выбрать матрицу C . Различные существующие методы упрощения модели могут рассматриваться как методы агрегирования со специфическим выбором C . Например, один из подходов может заключаться в соблюдении требования того, что некоторый режим S_1 , который представлен в S_2 , был бы представлен в $z(t)$ в тех же самых пропорциях, как это представлено в $y(t)$, то есть, чтобы были сохранены пропорции состояния. Другой критерий заключается в том, что $z(t)$ должно порождать тот же самый отклик в устойчивом состоянии на единичные воздействия по входам, как и $y(t)$. Еще один подход состоит в том, чтобы минимизировать некоторую меру различия $z(t)$ - $y(t)$ для данного класса входов. Любой из этих методов может быть интересен в зависимости от предполагаемого использования агрегированной модели.

Единственная трудность для некоторых потенциальных применений с упомянутыми подходами состоит в том, что, даже если агрегированным переменным из (8) можно дать экономическую интерпретацию, могут существовать коэффициенты связи в матрице F неэкономической природы.

Это предполагает, что в дополнение к условию динамической точности к понятию агрегирования должно быть добавлено некоторое условие сохранения структуры. Эта идея появилась независимо в контексте теории автоматов и в теории линейных систем. Конечно, упрощенная модель может сохранять только часть характеристик более сложной модели, а сохранение структуры может быть достигнуто только за счет других свойств, которые желательно было бы сохранить.

Как было упомянуто выше, методы агрегирования представляют интерес при анализе и проектировании сложных систем в той степени, которая имеет силу для исследования и проектирования, основанных на агрегированных моделях. Мы будем различать два случая. В первом случае агрегированное состояние $z(t)$ представляет непосредственный интерес, в то время как во втором – агрегированное состояние представляет интерес только в той степени, в какой оно аппроксимирует некоторый набор переменных экономической природы.

Если агрегированное состояние $z(t)$ представляет прямой интерес, оно может быть точно вычислено с использованием (2), так, чтобы моделирование могло бы быть выполнено с меньшими затратами на вычисление.

Так как порядок оптимального наблюдателя для $z(t)$ равен его размерности, то может быть использован идентификатор состояний с упрощенной структурой более низкого порядка. Точно так же могут быть получены упрощенные структуры управления с обратной связью, определенные линейно-квадратичной

Модели механизмов децентрализованного управления сложными системами

оптимизацией или другими средствами. Если обратная связь получена из $z(t)$, то состояния, не представленные в агрегированной модели, вызываются контурами обратной связи и не могут дестабилизировать систему, так как они не затрагивают $z(t)$.

Если агрегированное состояние представляет интерес только как аппроксимация некоторого набора переменных экономического характера, то анализ может быть выполнен с меньшими вычислительными затратами с агрегированной моделью, но обоснованность результатов зависит от точности приближения (8). Законность этого приближения, в свою очередь, зависит от системы и ее входов, также как и от способов агрегирования. Например, агрегированная модель не может правильно прогнозировать отклик на изменение начальных условий, подробно представленных в исходной модели, но которые опущены в агрегированной модели. Таким образом, ожидаемые входы (возмущающие воздействия и прочее) системы должны быть приняты во внимание при выборе агрегированной модели.

Если же агрегированная модель используется, чтобы определить упрощенную структуру обратной связи, ситуация становится даже более сложной. Режимы, которые не представлены в агрегированной модели, могут взаимодействовать с контурами обратной связи, и приводить к дестабилизации системы. Это может стать существенной проблемой, если агрегированная модель была получена, пренебрегая быстрой динамикой, и контуры обратной связи структуры управления имеют высокую пропускную способность или темп осуществления выборки слишком низок.

С прагматической точки зрения, с проблемами агрегирования нельзя иметь дело в чисто абстрактной структуре. *Как агрегировать систему зависит от целей.* Даже если принимается аппроксимация системы n -го порядка системой m -го порядка ($m < n$), тогда наилучшая агрегированная модель m -го порядка может быть различной для целей оценки и прогнозирования, в зависимости от того, что используется для целей управления. Проблема становится еще более запутанной, когда рассматривается стохастическое управление.

Было бы полезно применить теорию агрегирования, которая активно использует не только порядок динамики системы, но и, кроме того:

- ▶ индекс производительности, который должен быть оптимизирован, если нет ничего другого;
- ▶ характеристики как экономических регуляторов, так и систем мониторинга;
- ▶ характеристики (природу) возмущающих воздействий.

Методы возмущения

Теория возмущений основана на возможности приближенного описания исследуемой системы с помощью некоторой специальным образом выбираемой «идеальной» системы, допускающей корректное и полное изучение. Одним из признаков применимости теории возмущений в одной из ее форм, определяемой спецификой конкретной задачи, для которой теория возмущений разрабатывается, является условие того, что уравнения, описывающие исследуемый процесс, содержат в явной или неявной форме малый параметр (или несколько таких параметров). При этом требуется, чтобы при нулевом значении малого параметра уравнения допускали точное решение, и таким образом проблема сводится к нахождению асимптотики наилучшего приближения к истинному решению с точностью до $\varepsilon, \varepsilon^2, \dots$.

Методы возмущения полезны при рассмотрении системы, которая может быть аппроксимирована системой более простой структуры. Математически, различие в реакции между фактическими и аппроксимированными системами моделируется как величина возмущения, влияющая на последнюю. Методы возмущения могут быть рассмотрены как методы приближенного агрегирования. Хотя в принципе метод применим как к линейным, так и к нелинейным проблемам, для простоты ограничим внимание линейным случаем. Разделим процедуры возмущения на два подкласса – методы слабой связанности и методы сильной связанности [1; 3].

1) Слабая связанность

Подход слабой связанности основан на понятии несингулярного возмущения, то есть, элементе возмущения в правой части дифференциального уравнения. Типичная формулировка рассматривает динамическую систему в виде [3]

$$\begin{bmatrix} \dot{x}_1(t) \\ \dot{x}_2(t) \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} A_{11} & \varepsilon A_{12} \\ \varepsilon A_{21} & A_{22} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} x_1(t) \\ x_2(t) \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} B_1 & 0 \\ 0 & B_2 \end{bmatrix} \begin{bmatrix} u_1(t) \\ u_2(t) \end{bmatrix}, \quad (9)$$

где ε – малый положительный параметр. Ясно, что для $\varepsilon = 0$ система распадается на две полностью независимых подсистемы, то есть на две агрегированные модели аппроксимации, получаемых по одной для каждой подсистемы. Вычисления, связанные с моделированием, проектированием системы управления, и т. д. снижаются, так как рассматриваются две независимых проблемы более низкого порядка. Кроме того, проектирование системы управления, предназначенной для разделяемых проблем, обеспечивает полностью децентрализованную структуру управления для первоначальной проблемы, как показано на рис. 1.

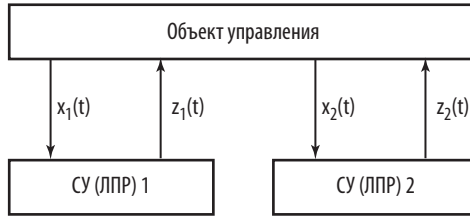


Рис. 1. Децентрализованная структура управления

Исследование в области слабой связанности привели к формированию двух подходов. Первый подход состоит в том, чтобы установить $\epsilon = 0$ в (9) и попытаться количественно определить степень приближения, когда в реальной системе $\epsilon \neq 0$. Исследователями было получено явное условие слабой связанности, которая страхует от того, что приближенное решение стабилизирует реальную систему. Это условие всегда удовлетворяется для малого ϵ , но может также быть удовлетворено для большого ϵ , если связанность имеет соответствующий тип.

Вторая область исследования интересуется эксплуатацией структуры слабой связанности с точки зрения реализации алгоритмов управления. Один из недостатков подхода состоит в том, что он является нерекурсивным по характеру, и таким образом, трудно осуществимым. Второй недостаток состоит в том, что, если члены первого и более высокого порядков сохранены в разложении решения, то имеется обратная связь от одной подсистемы к другой, так что не будет получено децентрализованное решение.

2) Сильная связанность

Подход сильной связанности основан на понятии сингулярного возмущения, то есть возмущения в левой части дифференциального уравнения. Рассмотрим динамическую систему в виде

$$\dot{x}_1(t) = A_{11}x_1(t) + A_{12}x_2(t) \quad (\text{медленная система}) \quad (10)$$

$$\epsilon \dot{x}_2(t) = A_{21}x_1(t) + A_{22}x_2(t) \quad (\text{быстрая система}) \quad (11)$$

где ϵ – малый положительный параметр, и A_{22} – устойчивая матрица. Подстановка $\epsilon = 0$ в (11) приводит к

$$\dot{x}_1(t) = (A_{11} - A_{12}A_{22}^{-1}A_{21})x_1(t) \quad (12)$$

$$x_2(t) = A_{22}^{-1}A_{21}x_1(t) \quad (13)$$

Обратите внимание на то, что порядок системы снижен, так как дифференциальное уравнение (11) становится алгебраическим уравнением (13). Решение (12) и (13) называется аппроксимацией приближения нулевого порядка (10) и

(11). Теория сингулярного возмущения имеет дело со свойствами аппроксимаций нулевого и более высоких порядков к системам в форме (10) и (11). Мы называем замещение (11) алгебраическим отношением (13) аппроксимацией сильной связанности.

Уравнение (12) – приближенная модель аппроксимации для (10) и системы, описанной выражениями (10) и (11). Можно показать, что n_1 (размерность $x_1(t)$) собственных значений (10), (11) аппроксимировано собственными значениями $(A_{11} - A_{12}A_{22}^{-1}A_{21})$, а другие n_2 (размерность $x_2(t)$) собственных значений аппроксимированы собственными значениями A_{22}/ε .

Одна из причин интереса в сингулярных методах возмущения – это, конечно же, возможное сокращение объема вычислений, связанных с моделями более низкого порядка.

В качестве примера, рассмотрим линейные системы в форме $S_{\varepsilon\mu}$

$$S_{\varepsilon\mu} \begin{cases} \dot{x}(t) \\ \varepsilon \dot{y}(t) \\ \mu \dot{z}(t) \end{cases} = \begin{bmatrix} A_{11} & A_{1H} & A_{1L} \\ A_{H1} & A_{HH} & A_{HL} \\ A_{L1} & A_{LH} & A_{LL} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} x(t) \\ y(t) \\ z(t) \end{bmatrix}. \quad (14)$$

Состояния $x(t)$, $y(t)$ и $z(t)$ соответствуют нормальной, высоко- и низкочастотной частям $S_{\varepsilon\mu}$, соответственно. Определим среднечастотную аппроксимацию

$$S_{0\infty} \begin{cases} \dot{x}(t) = A_{11}x(t) + A_{1H}y(t) \\ 0 = A_{H1}x(t) + A_{HH}y(t) \end{cases} \quad (15)$$

высокочастотную аппроксимацию

$$S_H : \varepsilon \dot{y}(t) = A_{H1}y(t) \quad (16)$$

и низкочастотную аппроксимацию

$$S_L \begin{cases} 0 = A_{11}x(t) + A_{1H}y(t) + A_{1L}z(t) \\ 0 = A_{H1}x(t) + A_{HH}y(t) + A_{HL}z(t) \\ \mu \dot{z} = A_{L1}x(t) + A_{LH}y(t) + A_{LL}z(t) \end{cases} \quad (17)$$

системы $S_{\varepsilon\mu}$. Каждая из этих аппроксимаций может быть интересной аналитику в зависимости от применений, представляющих интерес.

Если все линейные системы $S_{0\infty}$, S_H и S_L устойчивы, то существует $\varepsilon_0 > 0$ и $\mu_0 > 0$ такие, что $S_{\varepsilon\mu}$ является асимптотически устойчивой для любого $\varepsilon_0 \in [0, \varepsilon_0]$ и любого $\mu \in [\mu_0, \infty]$. Этот результат разделяет тест на устойчивость на ряд проблем меньшего порядка.

Модели механизмов децентрализованного управления сложными системами

Возможно, более существенной причиной для интереса к теории сингулярных возмущений является упрощенная структура регулятора. Для иллюстрации этого пункта предположим, что система задана в форме

$$\dot{x}_1(t) = A_{11}x_1(t) + A_{12}x_2(t) + A_{13}x_3(t) + \xi_1(t), \quad (18)$$

$$\varepsilon \dot{x}_2(t) = A_{21}x_1(t) + A_{22}x_2(t) + \xi_2(t), \quad (19)$$

$$\varepsilon \dot{x}_3(t) = A_{31}x_1(t) + A_{33}x_3(t) + \xi_3(t), \quad (20)$$

с наблюдениями

$$y_2(t) = C_{21}x_1(t) + C_2x_2(t) + \theta_2(t), \quad (21)$$

$$y_3(t) = C_{31}x_1(t) + C_3x_3(t) + \theta_3(t), \quad (22)$$

где $\xi_1(t)$, $\xi_2(t)$, $\xi_3(t)$, $\theta_2(t)$, $\theta_3(t)$ – независимые процессы белого шума. Предположим, кроме того, что матрицы A_{22} и A_{33} являются устойчивыми, и что собственные значения A_{22}/ε и A_{33}/ε имеют отрицательные действительные части с величинами намного больше чем величины собственных значений A_{11} .

Задание $\varepsilon = 0$ дает приближение низкого порядка

$$\dot{x}_1(t) = (A_{11} - A_{12}A_{22}^{-1}A_{21} - A_{13}A_{33}^{-1}A_{31})x_1(t) + \xi_1(t) - A_{22}^{-1}\xi_2(t) - A_{33}^{-1}\xi_3(t), \quad (23)$$

$$y_2(t) = (C_{21} - C_2A_{22}^{-1}A_{21})x_1(t) - A_{22}^{-1}\xi_2(t) + \theta_2(t), \quad (24)$$

$$y_3(t) = (C_{31} - C_3A_{33}^{-1}A_{31})x_1(t) - A_{33}^{-1}\xi_3(t) + \theta_3(t). \quad (25)$$

Пусть $\hat{x}_1(t)$ обозначает оценку фильтра $x_1(t)$, соответствующую (23) – (25). Тогда, так как $x_1(t)$ изменяется очень медленно относительно $x_2(t)$ и $x_3(t)$, казалось бы, что фильтры для подсистем 2 и 3 могли бы быть построены, рассматривая $x_1(t)$ в качестве константы в (19) – (22) с соответствующей оценкой \hat{x}_1 . Таким образом, фильтр должен иметь форму

$$\dot{\hat{x}}_2 = -A_{22}^{-1}A_{21}\hat{x}_1(t) + \hat{\eta}_2(t), \quad (26)$$

$$\varepsilon \eta_2(t) = A_{22}\hat{\eta}_2(t) + K_2 [C_2\hat{\eta}_2(t) + C_{21}\hat{x}_1 - y_2(t)], \quad (27)$$

$$\dot{\hat{x}}_3 = -A_{33}^{-1}A_{31}\hat{x}_1(t) + \hat{\eta}_3(t), \quad (28)$$

$$\varepsilon \eta_3(t) = A_{33}\hat{\eta}_3(t) + K_3 [C_3\hat{\eta}_3(t) + C_{31}\hat{x}_1 - y_3(t)]. \quad (29)$$

Эта конфигурация фильтрации проиллюстрирована на *рис. 2*.

Обратим внимание на иерархическую структуру. Кроме того, так как подсистема 1 имеет более медленную динамику чем подсистемы 2 и 3, ее оценка может обновляться гораздо менее часто чем таковые для подсистем 2 и 3 (то есть, может использоваться численный алгоритм интегрирования с большим шагом).

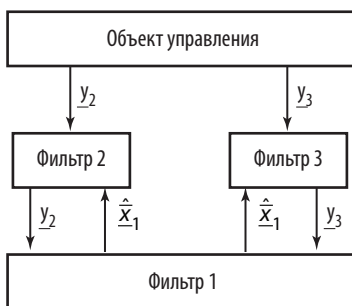


Рис. 2. Конфигурация иерархического фильтра

Можно показать, что проектирование фильтра в таком виде обладает тем свойством, что

$$\hat{x}_1 \rightarrow \hat{x}_1, \quad \hat{x}_2 \rightarrow \hat{x}_2, \quad \hat{x}_3 \rightarrow \hat{x}_3,$$

в квадратичном среднем при $\varepsilon \rightarrow 0$, где $\hat{x}_1, \hat{x}_2, \hat{x}_3$ обозначают оптимальные оценки.

Этот результат можно считать весьма важным для проектирования систем управления. Обратите внимание, что не было сделано никакого предположения об иерархической структуре, кроме того, что система при управлении имела некоторую естественную структуру с двумя типами динамики. В этом случае математический анализ указывает, что иерархически структурированный фильтр близок к оптимальному фильтру, где оптимальность измерена в терминах средней квадратичной ошибки.

Методы сингулярного возмущения имеют больше возможностей для упрощения модели и для получения иерархически структурированных фильтров и регуляторов. Однако, с практической точки зрения, главная проблема этих методов состоит в том, что модель экономической системы едва ли когда-либо задается в форме (10) и (11) с медленными и быстрыми разделяемыми переменными и параметром ε , появляющимся в левой части уравнений. Это – не совсем тривиальное представление процессов управления для моделирования системы с режимами медленной и быстрой динамики в рамках одной структуры. Эта проблема становится еще более серьезной для плохо определенной сложной системы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Методы робастного, нейро-нечеткого и адаптивного управления / Под ред. Н. Д. Егупова.– М.: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2002.– 744 с.
2. Многосвязные системы управления / Под ред. М. В. Меерова.– М.: Наука, 1990.– 264 с.
3. Моисеев Н. Н. Математические задачи системного анализа.– М.: Главная редакция физико-математической литературы изд-ва «Наука», 1981.– 488 с.

Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах

Іванов Ю. Б., доктор економічних наук, професор
Ревенко О. В., кандидат економічних наук, доцент
Харківський національний економічний університет

Ринкова економіка на сучасному етапі характеризується високим динамізмом процесів розвитку, які обумовлені посиленням конкуренції в національному і інтернаціональному масштабі, складністю інтеграційних і глобалізаційних процесів, підвищенням ролі інноваційного і інвестиційного орієнтирів реформування. При цьому конкуренція є рушійною силою економічного прогресу та саморегулювання ринкових відносин. Загострення конкурентної боротьби обумовлене обмеженістю та вичерпністю ресурсів, а також скороченням товарних ринків внаслідок посилення глобальних проблем людства – екологічні лиха і демографічні кризи (старіння нації, дитяча смертність та ін.), тяжкі хвороби (СНІД, алкоголізм та ін.) тощо. Отже, в таких умовах поряд з використанням звичних ринкових механізмів суперництва важливості набирають специфічні механізми, зокрема пов'язані з оподаткуванням.

Усвідомлення необхідності підвищення національної конкурентоспроможності України в сучасних умовах обумовило зростання уваги до пошуку шляхів ефективної реалізації державного регулювання соціально-економічних процесів, особливу роль в якому відіграє дієва та виважена податкова політика. Намагаючись підвищити конкурентоспроможність та захистити конкурентні позиції національних економік, країни все активніше використовують податкові інструменти приваблення ресурсів та суб'єктів господарювання.

Останні півсторіччя податкова поведінка дуже часто виступала в якості предмета як теоретичних, так і емпіричних досліджень. Проблематика існування податкової конкуренції набула значної актуальності протягом останнього десятиліття. Узагальнюючи досвід зарубіжних та вітчизняних науковців, слід з'ясувати, у чому полягає сутність і роль податкової конкуренції та особливості механізму її забезпечення в сучасних умовах в Україні.

Як свідчать наведені в *табл. 1* визначення, в сучасній спеціальній літературі відсутній єдиний підхід до сутності податкової конкуренції як економічного явища, хоча більшість фахівців цілком обґрунтовано пов'язує це поняття зі створен-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Таблиця 3

Аналіз основних визначень податкової конкуренції

Автор	Визначення	Переваги підходу	Недоліки підходу
1	2	3	4
Дж. Уїлсон, Д. Валдасін [21]	<p>Податкова конкуренція – це:</p> <ul style="list-style-type: none"> • будь-яка форма неузгодженого встановлення податків незалежною державою • вплив податкової політики місцевого органу влади на розподіл доходів від оподаткування між бюджетами регіонів • неузгоджене встановлення податку незалежною державою, при якому політичні рішення кожної держави створюють вплив на переміщення мобільних податкових баз між юрисдикціями 	<p>Врахований принцип чесної конкуренції – відсутність зговорів</p> <p>Наголошено на можливості існування податкової конкуренції всередині держави</p> <p>Врахований вплив політичних рішень</p>	<p>Не вказані суб'єкти і мета такої конкуренції</p> <p>Вплив не є сутністю конкуренції, а являє собою передумову її виникнення</p> <p>Не вказана кінцева мета такої конкуренції</p>
Д. Мітчел [15]	<p>Податкова конкуренція існує, якщо економічний суб'єкт може обирати між юрисдикціями з різними рівнями оподаткування при обґрунтованні рішень щодо того, де працювати, робити заощадження та інвестувати</p>	<p>В центрі уваги – стратегічний вибір суб'єкта господарювання</p>	<p>Обмежений перелік податкових інструментів до рівня оподаткування</p>
Т. Філд [11]	<p>Податкова конкуренція виникає при реформуванні податкової системи з метою приваблення платників податків та інвестицій для створення додаткових робочих місць, а також стимулювання економічного зростання</p>	<p>Чітке формулювання наслідків перемоги держави у конкурентній боротьбі</p>	<p>Відповідна конкурентна позиція зберігається протягом певного часу після реформування, якщо інші держави не створюють суттєвих конкурентних переваг податкового характеру</p>
Т. Гудспід [13]	<p>Податкова конкуренція з'являється в процесі впливу податкової системи одного державного утворення на податкову систему іншого, особливо шляхом впливу на доходи від оподаткування</p>	<p>Акцентування на взаємовпливі податкових систем</p>	<p>Доцільніше вести мову про взаємовплив податкових систем. Не вказано, у чому полягає такий вплив, що необхідно, оскільки первинно податкова конкуренція – це неузгоджене встановлення порядку оподаткування</p>
К. Пінто [17]	<p>Під податковою конкуренцією розуміється зменшення податкового навантаження з метою покращення економіки та добробуту країни шляхом підвищення конкурентоспро</p>	<p>Приділено увагу підвищенню конкурентоспроможності національного бізнесу</p>	<p>Податкове навантаження є одним з основних з показників регулювання, але не єдиним (інші земців також хвилює прозорість і стабільність</p>

Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах

1	2	3	4
	можності національного бізнесу та приваблення іноземних інвестицій		податкового законодавства, простота обліку платників та їх господарських операцій тощо); не врахована база порівняння (інша держава)
Д. Рохас [18]	Податкова конкуренція — це процес приваблення юрисдикціями мобільних податкових баз шляхом зменшення ставок оподаткування	Акцент на саме мобільних податкових баз	Обмежений перелік податкових інструментів до зменшення ставок оподаткування. Не визначена мета приваблення податкових баз
А. Пузін [9]	Податкова конкуренція визначається як суперництво двох державних влад за податкові ресурси шляхом використання інструментів оподаткування	Не обмеженість застосування інструментів оподаткування	Доцільно було б наголосити на податко-вих механізмах, а не на більш вузькому понятті «інструментів». У конкурентній боротьбі можуть брати участь більше, ніж дві держави. Не визначена мета суперництва за податкові ресурси
І. Педь [7, 8]	Міжнародна податкова конкуренція — суперництво країн із застосуванням інструментів оподаткування за мобільні фактори виробництва і мобільну податкову базу, зумовлене неузгодженістю дій країн при встановленні податків та існуванням взаємозалежності податкових систем в умовах міжнародної мобільності факторів виробництва	Вказані передумови існування можливості такої конкуренції	Не враховані наслідки такої конкуренції
Е. Джанеба, Г. Шелдеруп [14]; Ж. Габуурі, Ф. Вайланкур [8]	Податкова конкуренція є позитивним явищем, яке розглядається в якості інструмента нейтралізації діяльності урядових чиновників, спрямованої на вилучення додаткових доходів	Спрямованість на захист платників податків та їх добробут. Можливість розгляду такої ролі поняття як в національному, так і міжнародному масштабі	Звуження поняття ролі поняття до контрольної функції
О. Бозуленко [1]	Міжнародна податкова конкуренція — це суперництво між країнами у аспекті оподаткування, що призводить до перерозподілу між ними зовнішніх інвестицій, трудових ресурсів та ділової активності	Видокремлення серед результатів суперництва саме перерозподілу вказаних об'єктів, що є наслідком їх приваблення	Не вказано, які саме механізми суперництва використовуються.

ням умов (за допомогою засобів податкової політики) для залучення мобільних факторів виробництва.

Податкова конкуренція є складним багатограним процесом. Аналіз розглянутих понять свідчить про орієнтацію названих вище вчених (див. табл. 1) на одну з можливих моделей конкурентної поведінки, а також акцентуванні на тому чи іншому боці цього явища. Найчастіше виділяють такі ознаки податкової конкуренції: суперництво за мобільну податкову базу, використання податкових інструментів впливу, неузгодженість встановлення податків. Наслідками ведення такої конкурентної боротьби є перерозподіл зовнішніх інвестицій, трудових ресурсів та ділової активності, обмеження фіскальної спрямованості політики держави тощо.

При цьому поза увагою дослідників залишається така важлива риса податкової конкуренції, як здатність формування конкурентних переваг податкового характеру, а також недостатньо виражені соціальні аспекти даного процесу. Крім того, названі фахівці не акцентують уваги на стратегічній орієнтації управління податковою конкурентоспроможністю держави.

Отже, на погляд авторів, в загальному сенсі податкову конкуренцію слід розглядати як прояв суперництва між країнами (або окремими регіонами в межах однієї держави) за створення найбільш ефективної і прийнятної для економічних суб'єктів податкової системи шляхом реалізації податкової стратегії держави, спрямованої на формування і захист конкурентних переваг податкового характеру з метою забезпечення соціально-економічного розвитку і посилення конкурентних позицій бізнесу, регіонів і країни в цілому.

До сих пір в науковій літературі йде дискусія з приводу, чи вважати податкову конкуренцію позитивним, чи негативним явищем сучасності.

Аналіз основних положень наукових робіт [7; 8; 10; 14; 16; 19] з проблематики податкової конкуренції дозволяє пояснити переваги і недоліки існування останньої. Так аргументами на підтримку ведення конкурентної боротьби у податковій сфері є наступні:

- ▶ суб'єкти господарювання виходять зі своїх сприйняття та вибору податкових ставок і суспільних витрат, тому податкова конкуренція між регіонами призводить до ефективного надання суспільних благ на місцевому рівні;
- ▶ в результаті податкової конкуренції підвищується добробут суспільства (розподіл суспільних витрат, розвиток інфраструктури тощо);
- ▶ стимулюється надання певних необхідних послуг при відносно низьких витратах;

Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах

- ▶ механізми податкової конкуренції є ефективним інструментом стримування діяльності місцевих органів влади щодо вилучення додаткових доходів тощо.

Але поряд з позитивними рисами виділяють також і негативні, сукупність яких формує аргументи проти застосування певних засобів податкової конкуренції:

- ▶ деякі податкові пільги заохочують суб'єктів господарювання за ту поведінку (ведення певного виду діяльності, інноваційний розвиток, інвестиційну та ділову активність тощо), якої вони дотримувалися б у будь-якому випадку [19];
- ▶ пільгове оподаткування порушує міжгалузевий розподіл ресурсів [19] та знижує ефективність виробництва місцевих товарів, послуг [16];
- ▶ регіони мають різний податковий потенціал, що створює додаткові стимули для міграції і неефективного розподілу ресурсів між регіонами країни [10; 21];
- ▶ встановлення ставок в одному регіоні впливає на розвиток інших регіонів через експорт податків [10];
- ▶ зниження ролі суспільного вибору в сфері оподаткування внаслідок чутливості дій державних інститутів до впливу окремих політичних сил та інтересів окремих впливових осіб [8; 14].

За результатами міжнародних рейтингів Україна займає 38-е місце з 57 країн [4] та 107-е з 134 країн [20] за складністю податкової системи та рівнем оподаткування. Отже, з метою виявлення специфіки впливу податкових факторів на особливості еволюції держави використана наступна градація типів розвитку економіки Світового економічного форуму (Женева, Швейцарія):

- ▶ стадія 1: факторноорієнтовані економіки (ВВП на душу населення менш ніж 2 дол. США);
- ▶ перехідні зі стадії 1 на стадію 2 (від 2 до 3 дол. США);
- ▶ стадія 2: орієнтовані на ефективність (від 3 до 9 дол. США);
- ▶ перехідні зі стадії 2 на стадію 3 (від 9 до 17 дол. США);
- ▶ стадія 3: орієнтовані на інновації (більш ніж 17 дол. США).

Було проаналізовано результати експертних оцінок 134 країн світу щодо визначення 15 найбільш проблемних аспектів ведення бізнесу, серед яких два стосувалися безпосередньо податкової сфери: податкове регулювання та ставки оподаткування (табл. 2).

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Таблиця 2

Вагомість податкових факторів серед найбільш проблемних аспектів ведення бізнесу в державі (складено за [1 – 2])

Стадія 1	Вагомість		Перехідна стадія між 1 і 2		Вагомість		Стадія 2		Вагомість		Перехідна стадія між 2 і 3		Вагомість		Стадія 3		Важливість впливу	
	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15				
Бангладеш	9	12	Вірменія	2	10	Албанія	4	5	Бахрейн	13	15	Австралія	7	5				
Бенін	1	3	Азербайджан	6	3	Алжир	5	9	Барбадос	9	7	Австрія	4	3				
Болівія	7	9	Ботсвана	11	14	Аргентина	8	10	Чилі	11	8	Бельгія	4	2				
Буркіна Фасо	3	4	Бруней	14	9	Боснія і Герцеговина	7	11	Хорватія	3	6	Канада	2	1				
Бурунді	7	8	Китай	5	8	Бразилія	1	3	Естонія	9	7	Кіпр	9	8				
Камбоджа	8	10	Ель Сальвадор	9	8	Болгарія	15	11	Угорщина	1	2	Чехія	7	3				
Камерун	3	4	Грузія	9	11	Колумбія	4	1	Латвія	3	9	Данія	2	1				
Чад	5	6	Гватемала	9	11	Коста-Ріка	10	6	Литва	8	5	Фінляндія	3	2				
Кот-д'Івуар	5	6	Іран	8	10	Домініканська Республіка	4	2	Польща	1	7	Франція	2	3				
Єгипет	4	7	Йорданія	4	2	Еквадор	7	8	Катар	14	13	Німеччина	1	3				
Ефіопія	10	8	Казахстан	2	4	Ямайка	9	7	Росія	2	5	Греція	2	5				
Гамбія	8	3	Кувейт	11	15	Македонія	6	11	Словацька Республіка	7	9	Гонконг	7	11				
Гана	8	7	Лівія	10	13	Малайзія	7	10	Тайвань, Китай	4	7	Норвегія	10	4				
Гайана	6	3	Марокко	2	4	Маврикій	13	12	Тринідад і Тобаго	14	10	Ірландія	10	6				
Гондурас	10	12	Оман	11	12	Мексика	5	7	Туреччина	2	5	Ізраїль	8	2				
Індія	5	9	Саудівська Аравія	14	12	Чорногорія	10	8				Італія	3	2				
Індонезія	7	13	Венесуела	9	14	Намібія	12	7				Японія	2	3				
Кенія	8	4	Панама	8	9		8	9				Корея	4	7				

Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Киргизька Республіка	2	5				Перу	5	7				Люксембург	9	8
Лесото	6	3				Румунія	3	2				Мальта	8	4
Мадагаскар	3	7				Сербія	7	9				Нідерланди	5	6
Малаві	7	4				Південна Африка	12	15				Нова Зеландія	6	3
Малі	4	6				Суринам	5	6				Норвегія	2	4
Мавританія	4	9				Таїланд	8	11				Португалія	3	7
Молдова	6	11				Туніс	6	8				Пуерто-Ріко	5	4
Монголія	10	11				Україна	7	3				Сінгапур	5	4
Мозамбік	6	11				Уругвай	5	3				Словенія	2	6
Непал	8	13										Іспанія	9	5
Нікарагуа	11	8										Швеція	3	1
Нігерія	12	11										Швейцарія	2	6
Пакистан	11	13										Об'єднані Арабські Емірати	13	12
Парагвай	13	15										Великобританія	1	3
Філіппіни	6	7										Сполучені Штати	2	1
Сенегал	4	3												
Шрі-Ланка	4	3												
Сирія	9	11												
Таджикистан	3	1												
Танзанія	7	6												
Східний Тімор	5	6												
Уганда	8	4												
В'єтнам	8	9												
Замбія	5	4												
Зімбабве	11	12												

* ГПР – податкове регулювання; СП – ставки податків

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Вагомість податкових факторів серед найбільш проблемних аспектів ведення бізнесу в державі можна оцінити за наступною градацією: від 1 до 5 балів – висока; від 6 до 10 – середня ; від 11 до 15 – низька вагомість. Аналіз результатів рейтингування вказаних факторів для країн, які перебувають на різних етапах розвитку, зображено у *табл. 3* (розраховано за *табл. 2*).

Таблиця 3

Вагомість податкових факторів в залежності від типу розвитку економіки

Тип розвитку економіки	Висока вагомість, %		Середня вагомість, %		Низька вагомість, %	
	ПР	СП	ПР	СП	ПР	СП
Стадія 1: факторноорієнтовані	37,2	32,5	51,2	39,5	11,6	28
Перехідні зі стадії 1 на стадію 2	29,4	23,5	41,2	29,4	29,4	47,1
Стадія 2: орієнтовані на ефективність	37	26	48,2	51,8	14,8	22,2
Перехідні зі стадії 2 на стадію 3	46,8	26,7	26,6	60	26,6	13,3
Стадія 3: орієнтовані на інновації	63,7	69,7	33,3	24,2	3	6,1

Отже, зміни питомої ваги країн, для яких характерна висока вагомість податкових факторів серед найбільш проблемних аспектів ведення бізнесу, просліджується в залежності від типу розвитку економіки на *рис. 1*.

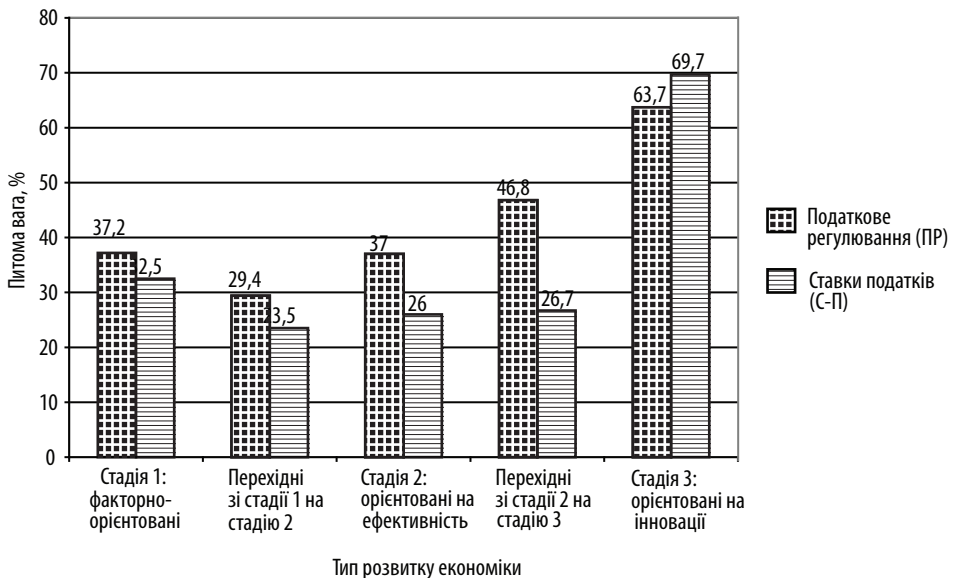


Рис. 1. Питома вага країн, для яких характерна висока вагомість податкових факторів серед найбільш проблемних аспектів ведення бізнесу

Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах

Динаміку рейтингу найбільш проблемних факторів для ведення бізнесу в Україні за період 2004 – 2009 рр. наведено у *табл. 4*.

Таблиця 4

Найбільш проблемні фактори для ведення бізнесу в Україні

Фактори	Ранжирування факторів по роках		
	2004 – 2005	2007 – 2008	2008 – 2009
Нестабільність державної політики	6	1	1
Корупція	2	2	4
Нестабільність уряду/перевороту	9	3	6
Податкове регулювання	1	4	7
Ставки податків	3	5	3
Неефективний держапарат	5	6	9
Інфляція	8	7	2
Недостатній розвиток інфраструктури	10	8	12
Низький рівень охорони здоров'я	-	-	10
Недостатньо підготовлена робоча сила	11	9	11
Доступ до фінансування	4	10	5
Низька трудова етика робочої сили	14	11	8
Регулювання ринку праці	12	12	13
Валютне регулювання	13	13	14
Злочини і крадіжки	7	14	15

Аналіз даних, наведених у табл. 3 – 4 і на рис. 1, дозволяє зробити наступний висновок: з підвищенням рівня розвитку держави підвищується значущість і проблемність податкових факторів у веденні бізнесу. Цей факт можна, почасти, пояснити інертністю податкових систем і несвоєчасністю трансформації податкових механізмів відповідно до змін потреб бізнес-середовища. Податкова система має бути гнучкою, щоб відповідати загальним цілям (пріоритетам) розвитку, встановленим на різних етапах еволюції, а також створювати або підтримувати конкурентні переваги країни.

Таким чином, ключову роль податкового фактору конкурентоспроможності пояснює те, що механізми оподаткування значною мірою впливають на формування конкурентного середовища, умови ринкової та податкової конкуренції, визначають можливості формування конкурентних переваг та стратегічного потенціалу підприємств. Це обумовлює особливу роль оподаткування в забезпеченні сталої конкурентної позиції національних товаровиробників та підвищенні КСП країни у глобальному масштабі.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Якщо ж спиратися на основні положення теорії конкуренції, то можна стверджувати, що ключовою характеристикою, яка забезпечує здатність вести податкову конкурентну боротьбу, є конкурентні переваги. Останні мають бути сформовані на основі виявлення механізму впливу податкових факторів на конкурентоспроможність суб'єктів господарювання та країни в цілому. Основними податковими факторами впливу на конкурентоспроможність суб'єктів ринку та країни є [3]:

- ▶ загальний рівень податкового навантаження;
- ▶ структура податкового навантаження;
- ▶ механізми податкового регулювання економічного зростання;
- ▶ розподіл податкового тягаря між окремими платниками (групами платників);
- ▶ стимулювання прискореного розвитку окремих територій;
- ▶ наявність та особливості альтернативних систем оподаткування;
- ▶ процедури податкового обліку платників та сплати податків, які відображають рівень складності організації та ведення бізнесу з точки зору дотримання податкового законодавства.

Разом з тим, формування цих факторів відбувається під впливом державного регулювання. Отже, принципового значення набуває податкова політика держави, яка створює певний рівень податкової конкурентоспроможності. Оскільки механізм впливу оподаткування на конкурентоспроможність – складний та багатоаспектний, особливої уваги потребує визначення специфіки процесу податкової конкуренції. Її основою є податкові відносини, які формуються в процесі взаємодії суб'єкта ринку із зовнішнім середовищем.

Наслідком порівняно високого рівня податкової конкуренції є формування таких умов оподаткування, які сприяють залученню економічних суб'єктів, в тому числі нерезидентів, у економічні відносини. Але, на думку авторів, дане поняття є дещо ширшим, його можна розглядати як на макрорівні (держави, суб'єктів влади, регіонів), та і на мікрорівні (суб'єктів господарювання). Механізмом взаємодії між ними виступає податкова політика, яка з точки зору макрорівня має на меті організацію податкового середовища і контроль над можливостями, ресурсами, перевагами (зокрема фінансовими) підприємств, установ тощо, а на мікрорівні така політика проявляється як реакція на першу з метою оптимізації податкових платежів та економічних результатів діяльності.

У зв'язку з вищевикладеним необхідно наголосити на необхідності формування принципів податкової конкуренції таким чином, щоб вони забезпечували взаємозв'язок між пріоритетами і напрямками як податкової, так і конкурентної політики (рис. 2).

Сутність та роль податкової конкуренції в сучасних умовах



Рис. 2. Формування принципів податкової конкуренції на макрорівні

З одного боку, принципи податкової політики спрямовані на забезпечення виконання податками своїх функцій, а, з іншого, – принципи конкурентної політики дозволяють у правильний спосіб формувати стійкі і динамічні конкурентні переваги податкового характеру та, за необхідності, обрати напрямки стратегічних змін у податковому середовищі, зорієнтовані на потреби сучасності.

Саме дотримання цих принципів має знімати протиріччя між рівнем розвитку держави та інертністю податкового середовища діяльності економічних суб'єктів, у тому числі самої держави у глобальному масштабі.

Таким чином, механізм податкової конкуренції складний, ієрархічний процес, який може справляти позитивний та негативний вплив на розвиток соціально-економічних процесів в державі, а отже він має будуватися на теоретико-практичних основах податкової і конкурентної політики. Тільки при забезпеченні такої відповідності суперництво у податковій сфері спроможне забезпечити створення податковою системою конкурентних переваг та посилення конкурентних позицій як на рівні окремих економічних суб'єктів, так і на рівні регіону, держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бозуленко О. Я. Особливості впливу податкової конкуренції на економічний розвиток. – Режим доступу до ресурсу: <http://intkonf.org/bozulenko-oya-osoblivosti-vplivu-podatkovoyi-konkurenciyi-na-ekonomichnij-rozvitok>

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

2. Засади конкурентоспроможності в реаліях економіки знань: Колективна монографія/ Міжнародний інститут менеджменту (МІМ_Київ); За наук. ред. Ю. В. Полунєєва.– К.: ТОВ «Інжиніринг», 2007.– 256 с.

3. Іванов Ю. Б., Ревенко О. В. Податкові аспекти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки // Науковий вісник Національного університету Державної податкової служби України (економіка, право).– Ірпінь, 2009.– С. 72 – 78.

4. МІМ-Київ представив результати Ежегодного рейтинга конкурентоспособности стран мира IMD World Competitiveness Yearbook 2009.– Режим доступу до ресурсу: <http://www.mim.kiev.ua/ru/press/news/2009/208/>

5. Основные Положения Отчета о конкурентоспособности Украины 2008 (навстречу економічному росту и процветанию) // www.feg.org.ua

6. Оподаткування в країнах ЄС.– Режим доступу до ресурсу: <http://www.odpa.if.ua/phtml/index.phtml?own=yes&kind=euro20>

7. Педь І. В. Податкова конкуренція: Монографія.– К.: Експерт-Консалтинг, 2009.– 416.

8. Проблемы реформы местного самоуправления: структурные и финансовые аспекты.– М.: ИЭПП, Агентство СІР РГБ, 2005.– 544 с.

9. Пузин А. М. Особенности влияния налоговой конкуренции на налоговый состав налоговой системы: автореф. дис. ...к.е.н.– М., 2005.– 24 с.

10. Boadway R. Inter_Governmental fiscal relations: The facilitator of fiscal decentralization. In Constitutional political economy, 2001.– № 12.– P. 93 – 121.

11. Field T. Tax Competition in Europe and America // State Tax Notes.– P. 1211 – 1216.

12. Frey B.S., Eichenberger R. To Harmonize or to Compete? That's not the Question // Journal of Public Economics, 1196.– № 60.– P. 335 – 349.

13. Goodspeed T. J. Tax Competition, Benefit Taxes and Fiscal Federalism // National Tax Journal, 1998.– Vol.51.– № 3.– P. 579 – 586.

14. Janeba E., Schjelderup G. Tax Competition: A Review of the Theory.– Режим доступу до ресурсу: http://odin.dep.no/ud/norsk/handelspolitikk/032121_220006/index_dok000_b_f_a.html.

15. Mitchell D.A. Tax Competition Primer: Why Tax Harmonization Exchange Undermine America's Competitive Advantage in the Global Economy.– Режим доступу до ресурсу: <http://www.org/research/taxes/BG1460.cfm>

16. Oates Wallace E. Fiscal Federalism. New York: Harcourt Brace Jovanovich, 1972.– 172 p.

17. Pinto C. Tax Competition and EU Law.– Doctoral Thesis, 2002.– 352 p.

18. Rohac D. Tax Competition and Economic Growth.– Режим доступу до ресурсу: <http://www.isloboda.sk/files/wp07.pdf>

19. Tannenwald R. Tax Competition in The Encyclopaedia of Tax Policy. Washington: the Urban Institute, 1999.– P. 367 – 371.

20. The Global Competitiveness Report 2008–2009 // www.weforum.org

21. Wilson J. D. Theories of tax competition // National Tax Journal., 1999.– No.2.– P. 269–304.

кризь призму процесів формування і реалізації стратегії. Крім цього, ефективність стратегії залежить від ефективного вибору стратегії та ефективності процесу реалізації стратегії. Таким чином, оцінка ефективності стратегії підприємства має комплексний характер і складається з таких компонентів:

- ▶ оцінка привабливих стратегій на прийнятність;
- ▶ оцінка діючої стратегії;
- ▶ оцінка імplementованої стратегії.

З урахуванням специфіки процесу вибору прийнятної стратегії, етапу реалізації стратегії та процесу оцінки результатів впровадження стратегії нами запропонована концепція та методологія комплексної оцінки ефективності імplementованої стратегії підприємства, зміст яких зводиться до наступного.

Оцінка привабливих стратегій на прийнятність. Після відсікання з множини альтернативних стратегій найменш привабливих стратегій визначається прийнятна стратегія розвитку підприємства. Прийнятною стратегією в теорії стратегічного менеджменту є та, яка *максимально підвищить ефективність діяльності підприємства та приведе до встановленої мети з найменшим ризиком*. Визначення прийнятної стратегії ґрунтується на використанні системи критеріїв, які застосовуються у процесі порівняльного аналізу привабливих стратегій. Теорія стратегічного менеджменту містить різні підходи до формування системи критеріїв для визначення прийнятної стратегії підприємства. Найбільш доцільними, з нашого погляду, є розробки системи критеріїв І. Ансоффа, А. А. Томпсона, А. Д. Стрікланда, Г. Мінцберга, І. Бреддіка, В. А. Винокурова. В основу формування комплексної системи критеріїв та показників для оцінки прийнятної стратегії розвитку підприємства нами покладено наукові підходи відомих вчених в галузі стратегічного менеджменту Р. Фаснахта та А. А. Томпсона, А. Дж. Стрікланда.

Методологічною основою визначення критеріїв вибору прийнятної стратегії підприємства була використана концепція стратегічного простору Р. Фаснахта [7]. Виходячи з цієї концепції, детермінанти області стратегічних альтернативних рішень щодо вибору стратегії мають специфіку і за певних умов (а саме, поріг прийнятності) можуть бути критеріями для оцінки стратегічних альтернатив розвитку підприємства. Так, якщо детермінант, який впливає на межі стратегічного простору, не перевищує порога прийнятності, то така змінна є критерієм для оцінки стратегії. При перевищенні порога прийнятності, змінна залишається тільки як детермінант, який використовувався в процесі визначення привабливих стратегій. Поріг прийнятності детермінантів є оригінальним для кожного підприємства і, на нашу думку, встановлюється виходячи з особливостей підприємства, специфіки встановлених орієнтирів та вирішуваних стратегічних

Комплексна оцінка ефективності стратегії підприємства: теорія та методологія

завдань. Зазначимо, що визначення сукупності критеріїв оцінки стратегій підприємства на основі межі порога прийнятності, є вельми складним завданням.

В систему критеріїв для перевірки стратегії на прийнятність доцільно включити: *ступінь відповідності стратегії; забезпечення конкурентних переваг підприємства; забезпечення інтенсивної діяльності підприємства*. Інтерпретація цих критеріїв підкреслює, що стратегія не є дійсно переважною, якщо вона не відповідає ситуації на підприємстві, не створює значної переваги перед конкурентами та не покращує роботи підприємства.

Вибір прийнятної стратегії шляхом перевірки потенціалу кожної привабливої стратегії здійснюється за трьома критеріями і, якщо перевірена стратегія не відповідає хоча б одному з них, то вона в подальшому не розглядається і відсікається від прийнятних стратегій підприємства. Для визначення прийнятної стратегії нами сформована система показників відповідно до зазначених критеріїв за принципом В. В. Віталінського, якщо набір критеріїв є повним, якщо використання будь-яких додаткових критеріїв не змінює результатів рішення задачі, а відкидання хоча б одного з обраних критеріїв, навпаки, призводить до зміни результатів [3].

За критерієм **«ступінь відповідності стратегії»** пропонуємо здійснювати оцінку стратегії за такими трьома параметрами.

Перший параметр «Відповідність стану зовнішнього оточення». За цим параметром доцільно перевірити, наскільки стратегія відповідає вимогам зовнішнього оточення, якою мірою враховані фактори динаміки ринку. При цьому треба враховувати ступінь впливу (сили, характеру) на підприємство зовнішнього середовища. Зазначимо, що відповідність стратегії стану зовнішнього оточення забезпечує зовнішню ефективність стратегії, яка виражається через показник ступеня досягнення цілей.

Другий параметр «Відповідність потенціалу підприємства». За цим параметром, по-перше, перевіряється відповідність стратегії ресурсним можливостям підприємства, а по-друге, відповідність організаційної структури підприємства та інших елементів моделі «7-S» Мак-Кінзі стратегії, що розглядається. Зазначимо, що відповідність стратегії потенціалу підприємства забезпечує внутрішню ефективність стратегії, яка відображає результативність діяльності підприємства.

За *третьім параметром «Відповідність прийнятному ризику»* передбачається оцінка стратегії на відповідність прийнятному ризику. Зазначимо, що важливими факторами в процесі вибору прийнятної стратегії є фінансові ресурси та ризик.

Прийнятним вважається ризик, який передбачає мінімум фінансових втрат у процесі реалізації стратегії. Для оцінки стратегії на відповідність прийнятному ризику необхідно визначати рівень очікуваного ризику, обумовленого певною

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

стратегією та рівень прийнятного ризику, який не порушує стабільного функціонування підприємства. Безумовно, рівень прийнятного ризику встановлюється на підставі рішення керівництва/власників підприємства щодо величини можливих фінансових втрат, враховуючи певну економічну вигоду від реалізації розглядуваної стратегії. Стратегія з найменшим рівнем ризику, що не перевищує прийнятного ризику, може вважатись найбільш прийнятною. Вивчення існуючих точок зору науковців щодо оцінки ризику, обумовленого стратегією, та теоретичних положень щодо ризику підприємства дало змогу виділити декілька *підходів до оцінки стратегії за фактором ризику*.

Перший підхід до оцінки стратегії за фактором ризику ґрунтується на визначенні ризику за допомогою багатопрофільного дискримінантного аналізу. Цей підхід передбачає використання моделей зарубіжних економістів для оцінки ризику банкрутства підприємства Ліса, Таффлера, Тішоу, Z-рахунку Е. Альтмана, О. П. Зайцевої та Р. С. Сайфулліна і Г. Г. Кадикова та ін. Серед пропонованих моделей для оцінки ризику, обумовленого певною стратегією підприємства, на нашу думку, найбільш доцільною є модель рейтингового числа з точки зору точності прогнозів, що забезпечується врахуванням у моделях значної кількості факторів (п'яти і більше) і більш тривалого періоду прогнозування.

Рейтингове число (R) для оцінки фінансового стану підприємства визначається за формулою:

$$R = 2K_o + 0,1K_{ml} + 0,08K_n + 0,45K_m + K_{np}; \quad (1)$$

де K_o – коефіцієнт забезпечення власними коштами;

K_{ml} – коефіцієнт поточної ліквідності;

K_n – коефіцієнт оборотності активів;

K_m – рентабельність реалізації продукції;

K_{np} – коефіцієнт власного капіталу.

Фінансовий стан підприємства з рейтинговим числом, меншим за одиницю характеризується як незадовільний.

Другий підхід до оцінки стратегії за фактором ризику ґрунтується на визначенні узагальненого коефіцієнта ризику стратегії. Враховуючи, що реалізація стратегії за її комплексним характером підпадає під різні види ризику, то доцільно розраховувати очікуваний рівень ризику за формулою, визначеною В. Гранатуровим [4]:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^N H_{n \max i}}{k} = \sum_{i=1}^N r_i, \quad (2)$$

Комплексна оцінка ефективності стратегії підприємства: теорія та методологія

де N – число враховуваних видів ризику;

k – обсяг фінансових ресурсів підприємства;

$H_{i \max}$ – максимально можливі втрати по i -му виду ризику;

r_i – коефіцієнт, який визначає ризик банкрутства по i -му виду ризику.

Проте зазначимо, що цей підхід до оцінки стратегії за фактором ризику складний для розрахунків.

Оцінка стратегії за **критерієм забезпечення конкурентних переваг** передбачає виявлення конкурентних переваг підприємства, які створюються розглядуваною стратегією. При цьому, якщо стратегія забезпечує довготривалі конкурентні переваги, то вона вважається за даним критерієм прийнятною.

Оцінка стратегії за критерієм **забезпечення інтенсивної діяльності підприємства** передбачає оцінку можливих результатів діяльності підприємства, які забезпечуються розглядуваною стратегією. До результатів належать кількісні та якісні показники діяльності підприємства, серед яких необхідно зазначити показники конкурентоспроможності підприємства, а саме: ефективність використання ресурсів, показники фінансового стану та показники ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Сформована нами комплексна система показників оцінки стратегій являє собою сукупність відповідних характеристик, які дозволяють у формалізованому вигляді описати стан певного параметра відповідності стратегії статусу прийнятної. Дана система складається з *критеріїв*, які є мірою оцінки прийнятності стратегії, *параметрів*, тобто характеристик окремих аспектів стратегії, *індикаторів* – сукупності якісних та кількісних характеристик, що дозволяють у формалізованому вигляді описати параметри, та *показників*, що відображають стан окремих елементів стратегії (табл. 1).

Безпосередньо вибір прийнятної стратегії підприємства здійснюється на підставі одержаних оцінок стратегій за критеріями прийнятності. Стратегічний вибір з найвищим потенціалом по всіх трьох критеріях визначається як найбільш прийнятна стратегія розвитку підприємства.

Для більш точної оцінки у визначенні прийнятної стратегії підприємства доцільно використовувати систему виражених оцінок значущості критеріїв. Проте, при обранні прийнятної стратегії розвитку підприємства за умов невизначеності неможливо уникнути певного суб'єктивізму.

У випадку, коли за критеріями оцінки виявляється декілька прийнятних стратегій, доцільно розроблювати сценарії впливу кожної стратегічної альтернативи на майбутнє підприємства. При цьому рішення щодо вибору прийнятної стратегічної альтернативи приймається на підставі визначення серед них оптимального, песимістичного та найбільш ймовірного варіантів.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Таблиця 1

Комплексна система показників для оцінки прийнятної стратегії підприємства

Критерії	Параметри	Індикатори	Показники
1	2	3	4
Ступінь відповідності	Ступінь відповідності зовнішньому середовищу	Ступінь врахування факторів динаміки ринку	–
		Відповідність силі впливу зовнішнього середовища на підприємство	–
		Відповідність характеру впливу зовнішнього середовища	–
		Ступінь використання зовнішніх можливостей	–
	Відповідність потенціалу підприємства	Фінансові ресурси	Ступінь відповідностей фінансових ресурсів стратегії
		Можливості персоналу	Рівень компетентності та кваліфікації персоналу відповідно стратегії
		Ставлення персоналу до змін, обумовлених стратегією	Ступінь готовності персоналу до ризику та нововведень
		Ставлення керівництва до змін, обумовлених стратегією	Ступінь готовності керівництва до ризику і нововведень
		Фактор часу	Термін реалізації стратегії
		Відповідність організаційної структури та ін. елементів моделі «7-5» стратегії	
	Відповідність прийнятному ризику	Рівень очікуваного ризику	Ступінь відповідності очікуваного ризику рівню прийнятного
		Рівень прийнятного ризику, встановлений керівництвом підприємства	–
		Використання сильних сторін підприємства	Ступінь врахування сильних сторін підприємства
Забезпечення конкурентних переваг	Довготривалість конкурентних переваг	Кількість конкурентних переваг, які забезпечуються стратегією	–
		Строк забезпечення конкурентних переваг	–

Комплексна оцінка ефективності стратегії підприємства: теорія та методологія

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
Забезпечення інтенсивної діяльності	Конкурентоспроможність підприємства	Ступінь конкурентоспроможності підприємства	Ефективність використання ресурсів
			Передбачуваний фінансовий стан
			Активність маркетингової діяльності
	Прибутковість підприємства	Темп зростання прибутковості	Передбачуваний обсяг прибутку
Рентабельність підприємства			

Після вибору прийнятної стратегії розвитку підприємства здійснюється вибір функціональних та підприємницьких стратегій, комплементарних із обраною загальною стратегією підприємства. Виявлення характеру зв'язків між обраними стратегіями сприяє запобіганню виникнення можливих проблем у процесі досягнення стратегічних цілей підприємства, обумовлених конфліктним характером зв'язку між стратегіями.

Оцінка діючої стратегії. Цей процес передбачає визначення поетапних досягнень підприємства в процесі реалізації стратегії і є важливим компонентом поточного стратегічного контролю. Критерієм оцінки нами запропонована ступінь досягнення цілей підприємства, а до системи показників віднесені економічні результати діяльності підприємства та показники ефективності. Ступінь досягнення стратегічних цілей підприємства можна встановлювати за такою градацією: повне досягнення, неповне, часткове, мета не досягнута. Ґрунтуючись на аксіомі: стратегія повинна привести до мети підприємства з найменшим ризиком та максимально підвищити ефективність його діяльності, на нашу думку, коректно до системи показників оцінки діючої стратегії включати показники фінансового стану, ефективності використання ресурсів та маркетингової діяльності підприємства. Таким чином, оцінку діючої стратегії необхідно здійснювати на підставі результатів її реалізації, які виражаються показниками фінансово-економічної та маркетингової діяльності підприємства. Сформована нами *система показників для оцінки діючої стратегії підприємства включає стандартні (основні) та специфічні (додаткові) показники.*

Основні показники оцінки діючої стратегії в процесі поточного контролю є стандартними для всіх підприємств, серед яких доцільно використовувати такі:

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

ступінь досягнення цілей підприємства; рентабельність ресурсів; прибутковість підприємства; фінансова стійкість та платоспроможність; фактичні фінансові втрати, які обумовлені діючою стратегією; відповідність прийнятному рівню ризику; забезпечення ключових факторів успіху; темп зростання обсягу продаж; ринкова частка підприємства.

До додаткових показників для оцінки діючої стратегії належать специфічні показники, які обумовлені особливостями стратегічних цілей та обраною стратегією підприємства. Аналіз досягнутих результатів у процесі реалізації стратегії дає можливість зробити висновок щодо правильності вибору цілей, напрямків, завдань розвитку підприємства та надати загальну оцінку стратегії підприємства. У разі, якщо заходи відповідно до обраної стратегії не сприяють досягненню цілей (про що свідчать результати реалізації стратегії), то виявляються причини, які обумовили таке становище. На підставі визначених результатів реалізації стратегії, враховуючи потенціал підприємства і ті можливості, які надаються зовнішнім середовищем, приймається рішення щодо зміни (або коригування) цілей, або зміни стратегій, або коригування стратегічних заходів.

Оцінка імplementованої стратегії. Цей процес здійснюється після завершення терміну реалізації стратегії підприємства з метою визначення ступеня досягнення встановлених цілей. З огляду на це, в процесі підсумкового стратегічного контролю здійснюється порівняння фактичних результатів реалізації стратегії з встановленими цілями та надається інтегральна оцінка імplementованої стратегії підприємства. При цьому визначаються успіхи та недоліки підприємства, виявляються його стратегічні проблеми, ключові фактори успіху, потенціал переваг, здійснюється оцінка терміну виконання стратегії.

Інтегральна оцінка імplementованої стратегії ґрунтується на оцінці зовнішньої та внутрішньої ефективності стратегії підприємства і надає підстави для прийняття рішення щодо ефективності стратегії в цілому. Так, зовнішня ефективність стратегії відображає ступінь відповідності діяльності підприємства вимогам середовища і звичайно виражається показником міри досягнення цілей. Внутрішня ефективність стратегії відображає результати змін, які відбулися в процесах перетворення ресурсів на продукт (тобто наскільки ефективні реалізовані всередині підприємства процеси, які визначаються витратами виробництва/обігу) і виражається показниками економічності. Ефективність стратегії підприємства за призначенням стратегії необхідно оцінювати на підставі забезпечення нею успіху діяльності підприємства. Успіх підприємства в умовах ринку розглядається з точки зору своєчасної адаптації до зовнішнього середовища, задоволення потреб споживачів, раціонального використання зовнішніх можливостей, забезпечення

Комплексна оцінка ефективності стратегії підприємства: теорія та методологія

стійкості підприємства, успішності досягнення цілей. Тому в оцінці ефективності стратегії підприємства вважаємо недоцільним використовувати тільки традиційний підхід, згідно з яким ефективність вимірюється як відношення результату до використовуваних ресурсів (затратний аспект ефективності). Перш за все, на наш погляд, в оцінці ефективності стратегії підприємства необхідний цільовий аспект ефективності, який відображає міру досягнення цілей. Згідно з загальноприйнятою точкою зору в економічній науці щодо ефективності діяльності підприємства, тобто традиційного підходу, внутрішня ефективність стратегій оцінюється з точки зору раціонального використання внутрішніх можливостей підприємства в перетворенні ресурсів на результат. *Внутрішня ефективність стратегії* відображає внутрішню гнучкість підприємства. *Зовнішня ефективність стратегії* з точки зору цільового аспекту оцінюється на підставі визначення міри досягнення цілей підприємства. *Зовнішня ефективність стратегії* відображає зовнішню гнучкість підприємства. Таким чином, в оцінці ефективності стратегії необхідним є симбіоз затратного та цільового підходу. Система показників для оцінки внутрішньої ефективності діючої стратегії підприємства сформована за принципом, який використано при формуванні системи показників для оцінки діючої стратегії в процесі поточного стратегічного контролю. До основних показників доцільно включити такі:

- ▶ ступінь досягнення цілей підприємства;
- ▶ рентабельність ресурсів;
- ▶ прибутковість підприємства;
- ▶ фінансова стійкість та платоспроможність підприємства;
- ▶ відповідність прийнятному ризику;
- ▶ забезпечення конкурентних переваг;
- ▶ темп зростання обсягу продаж;
- ▶ ринкова частка підприємства;
- ▶ імідж підприємства.

Перелік додаткових показників для оцінки діючої стратегії формується фахівцями зі стратегічного управління після узгодження з експертами (спеціалістами всіх функціональних підрозділів) та вищим керівництвом підприємства.

Схема процесу оцінки імплементованої стратегії підприємства зображена на *рис. 1*.

Інтегральна оцінка стратегії визначається на підставі сполучення оцінки внутрішньої ефективності стратегії та оцінки досягнення цілей. Для визначення ін-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

тегральної оцінки стратегії пропонуємо використовувати розроблену матрицю «Інтегральна оцінка імплементованої стратегії» (рис. 2).

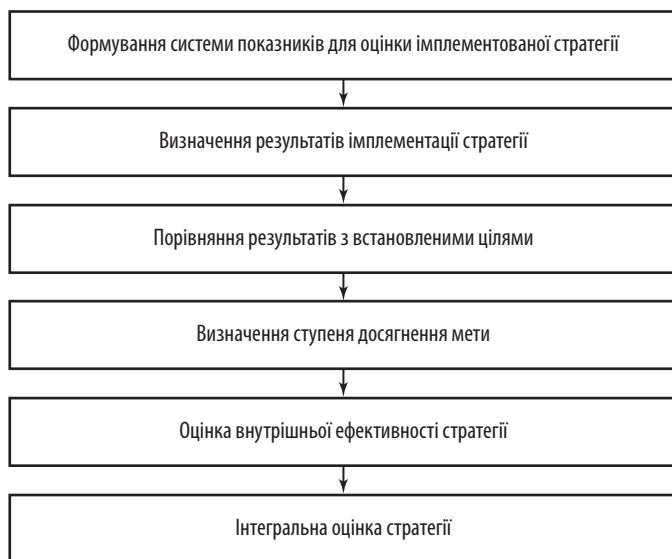


Рис.1. Схема процесу оцінки імплементованої стратегії підприємства

Внутрішня ефективність стратегії	висока	Стратегія дійсно прийнятна, проте мету не досягнуто через значні зовнішні перешкоди	Дійсно прийнятна стратегія, мету досягнуто
	низька	Помилкова, неприйнятна стратегія, мету не досягнуто	Неефективна стратегія, проте мету досягнуто із значними ресурсними витратами та ризиком
		низька	висока
		Зовнішня ефективність стратегії	

Рис. 2. Матриця «Інтегральна оцінка імплементованої стратегії»

Підсумовуючи викладене, підкреслимо, що оцінка ефективності стратегії підприємства є важливим фактором забезпечення його конкурентної позиції та ефективності діяльності. Запропонована концепція та методологія комплексної оцінки ефективності стратегії надає підприємствам можливість формування дієвого механізму визначення найбільш прийнятних шляхів розвитку в умовах конкуренції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Економічна політика України [Електронний ресурс]: Міністерство економіки.– Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category>.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание.– СПб: изд-во «Питер».– 2009.– 344 с.
3. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві. Монографія.– К.: КНЕУ.– 2004.– 480 с.
4. Гранатуров В. М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учеб. пособие.– М.: Дело и Сервис.–1999.– 112 с.
5. Почепцов Г. Г. Стратегия. Инструментарий по управлению будущим.– М.: Изд-во Smar Book.– 2009.– 377 с.
6. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации для анализа. Учеб. для вузов: Пер. с англ.– СПб.: Вильямс.– 2008.– 928 с.
7. Фаснахт Р. Стратегическое пространство для альтернатив маркетинговых решений // Проблемы теории и практики управления.– 1995.– № 5.– С. 86 – 90.

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

Тищенко О. М., доктор економічних наук, професор

Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України, м. Харків,

Норік Л. О., кандидат економічних наук

Харківський національний економічний університет

Проблема конкурентоспроможності набуває у сучасному світі універсального характеру. Конкурентна система гнучка і реагує на всі зміни ринкової економіки, вона створює механізм господарювання з відповідним внутрішнім порядком, забезпечує координацію виробників через систему ринків та цін. Сьогодні більшість українських підприємств не готові до активного ведення конкурентної боротьби. Вітчизняна промисловість знаходиться у такому становищі, що інновації, які спрямовані на посилення конкурентної позиції підприємств, стають неможливими. Тому важливим питанням стає створення таких умов функціонування та розвитку підприємств, які забезпечують стійкість та стабільність їх становища на ринку.

В умовах конкуренції окремим типам підприємств притаманні власні особливості: провідні монополії характеризуються своєю силою, невеликі підприємства – гнучкістю, спеціалізовані компанії – здатністю пристосуватися до вузьких сегментів та ринкових «ніш», підприємства-новатори володіють перевагою винахідників. В конкретних ринкових ситуаціях вирішальну перевагу отримує та чи інша властивість. Комплексним індикатором якості управлінських рішень і ступеню ефективності їх реалізації стає конкурентоспроможність (КСП), управління якою потребує розробки та розвитку досконалих методів і моделей. Рівень КСП виявляється незалежно від суб'єкту економічної діяльності і визначається об'єктивними процесами. Звідси, для вирішення проблеми управління КСП можна залучати традиційні теоретичні та практичні засоби розв'язання економічних задач. Поява нових технологій управління КСП зумовлює необхідність застосування сучасних прогресивних методів (стратегічне планування – Strategic Planning, загальний менеджмент якості – Total Quality Management, реінжиніринг бізнес-процесів – Business Process Reengineering, неперервне покращення якості – Continuous Quality Improvement, метод збалансованих показників – Balanced Score Card та ін.), серед яких слід відзначити такий напрям у сфері бізнес-технологій як метод бенчмаркінгу (БМК).

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

В процесі оцінки рівня якості продукції та пошуку еталону БМК використовувався спочатку для визначення того, як створюється продукція конкурента й наскільки вона відповідає вимогам ринку. Японці звели поняття БМК на вищій щабель, проводячи дослідження процесів кращих організацій – «індустріальний тур». Уперше термін «бенчмаркінг» з'явився у 1972 р. в США в Інституті стратегічного планування Кембриджа. Було доведено, що для досягнення конкурентних переваг необхідно вивчати, знати та використовувати досвід конкурентів, які мають успіх за різними напрямками діяльності. В 1997 р. в Дубліні було проведено засідання, в якому приймало участь 96 делегатів, що представляли зацікавлені галузі промисловості, владу, учбові заклади та консалтингові фірми 12 країн – членів Європейського Співтовариства. На цьому засіданні було схвалено «Європейський кодекс правил поведінки бенчмаркінгу», продовження розробки основ методології БМК і запропоновано створити інформаційну мережу та національні центри поширення БМК.

БМК – це процес систематичного та неперервного вимірювання: оцінка процесів підприємства та їх порівняння з процесами підприємств-лідерів у світі з метою отримання інформації, корисної для удосконалення власних характеристик [15]. Процес еволюції БМК [15] ілюструє модель перетворення мистецтва у науку та поступове ускладнення й поглиблення задач, розв'язання яких забезпечується проведенням досліджень: *перший рівень* БМК інтерпретується як реінжиніринг або ретроспективний аналіз продукції; *другий* – БМК КСП; *третій* – БМК процесу; *четвертий* – стратегічний БМК, який розглядається як систематичний процес, спрямований на оцінку альтернатив, реалізацію стратегій та удосконалення характеристик продуктивності, на основі вивчення успішних стратегій зовнішніх підприємств партнерів; *п'ятий* – глобальний БМК як інструмент організації міжнародного обміну з урахуванням культурних та національних процесів організації виробництва (рис. 1).

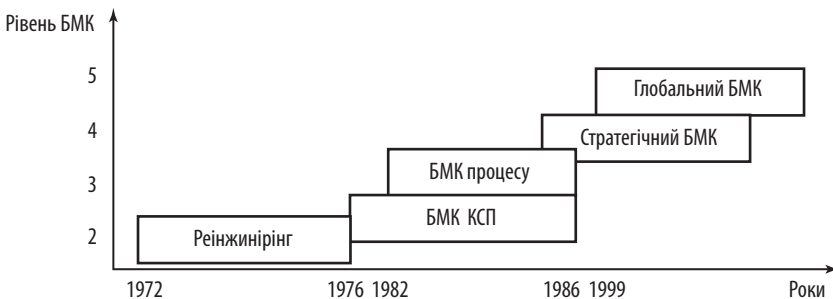


Рис. 1. Еволюція БМК

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

На рис. 2 подано схему еволюції основних аспектів становлення концепції БМК.

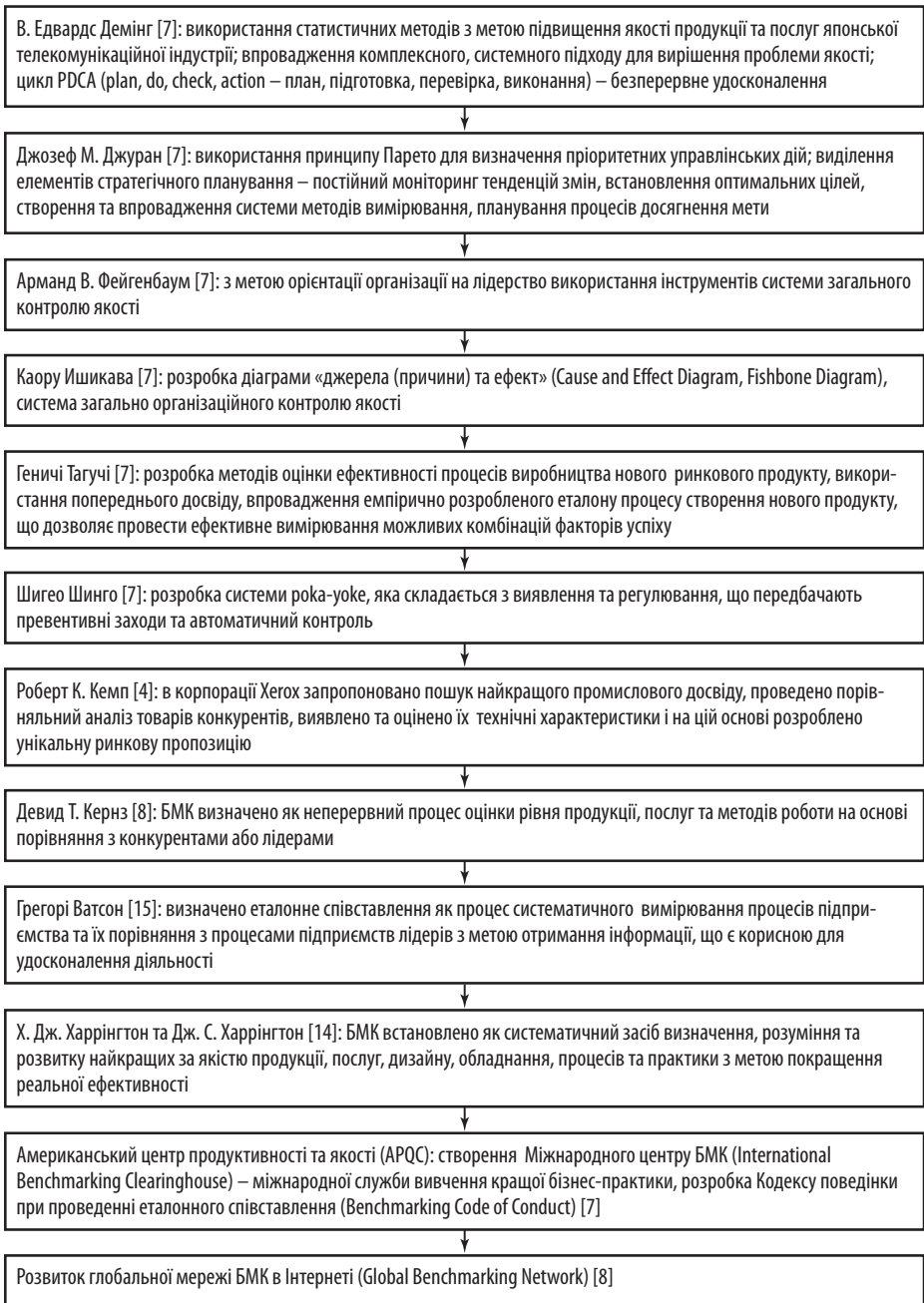


Рис. 2. Аспекти становлення та розвитку світової концепції БМК

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

Важливими складовими діяльності працівників та підприємства в процесі БМК є планування з орієнтацією щодо створення цінності, а також компетентності в сфері роботи з клієнтами, технології та культури підприємницької діяльності. Т. R. Furey [16] розглядає БМК у сукупності управлінських інструментів. Більшість фахівців визначають БМК як засіб переймання методів управління успішно працюючих підприємств.

На підставі огляду робіт [1–4; 6–16] встановлено, що БМК (англ. *benchmark* – відмітка висоти, еталонне порівняння) є методом використання досвіду, передових досягнень кращих компаній, підрозділів власної компанії або окремих спеціалістів для підвищення ефективності роботи, виробництва, удосконалення бізнес-процесів; має за основу аналіз конкретних результатів та їх використання в діяльності.

Узагальнення підходів до визначення сутності БМК дозволило виділити структуру його напрямів та класифікацію видів:

- ▶ залежно від об'єкта порівняння – внутрішній (порівняння ефективності роботи різних підрозділів одного підприємства та впровадження кращих прийомів роботи або бізнес-процесів) та зовнішній (конкурентний, що базується на порівнянні методів роботи, технологій, процесів, дій тощо з найбільш впливовим конкурентом, загальний, що передбачає порівняльний аналіз підприємства з компаніями мирового класу, що працюють у тій же галузі та міжгалузевий);
- ▶ залежно від предмета дослідження – продуктовий (детальне вивчення продукту, його властивостей для знаходження нових технічних або технологічних рішень і налагодження випуску аналогічної продукції), процесний (вивчення практики побудови бізнес-процесів) та функціональний (вивчення практики побудови окремих управлінських функцій та функціональних обов'язків фахівців); спеціальний (БМК клієнту, витрат, виробництва, фінансів та ін.);
- ▶ залежно від способу отримання необхідної інформації – спільний або асоціативний (обмін інформацією у межах певної закритої групи підприємств організується на постійній основі шляхом укладання спеціальної угоди бенчмаркінгового альянсу) та консультативний (використання для отримання потрібної інформації контактної консультативної служби);
- ▶ залежно від рівня використання отриманих результатів – стратегічний (систематичний процес оцінки стратегічної позиції, стратегічних альтернатив, імплементації стратегії на основі вивчення успішних стратегій підприємств-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

партнерів) та операційний (пошук резервів підвищення ефективності здійснення окремих функцій, бізнес-процесів, операцій, видів діяльності тощо) (рис. 3).

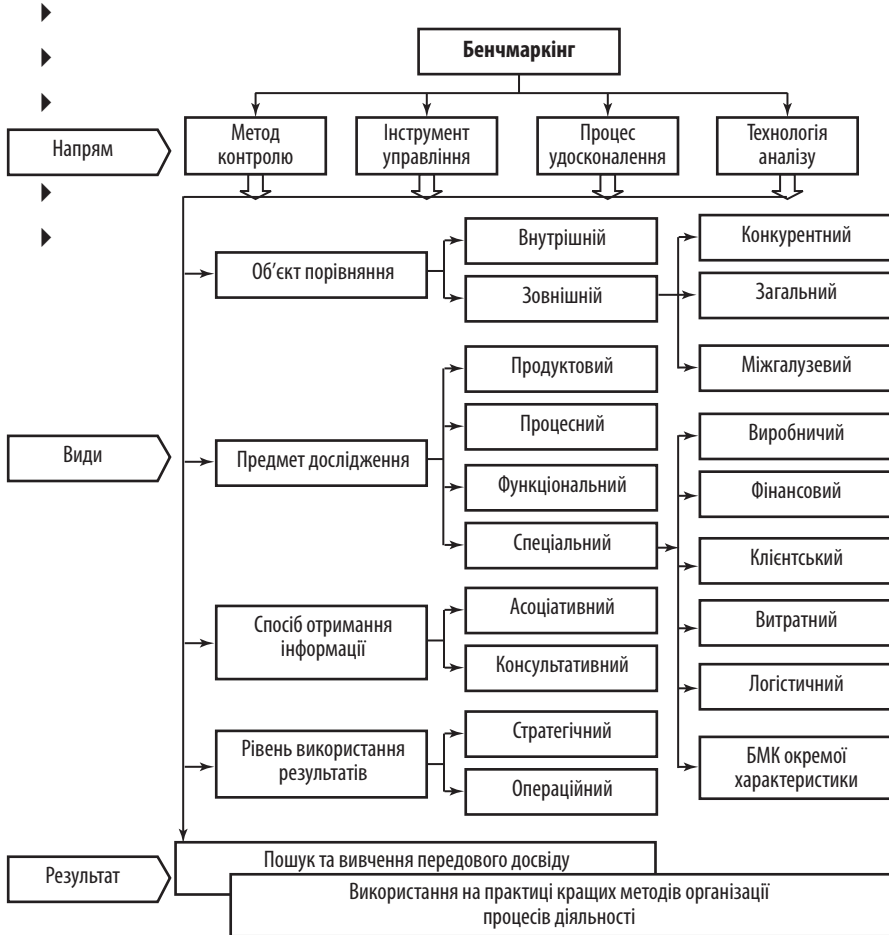


Рис. 3. Напрямы та класифікація видів БМК

Основними принципами БМК є: взаємність (діяльність заснована на взаємних відносинах, узгодженні меж діапазону інформації, порядку обміну даними про ситуацію та логіки проведення дослідження); аналогія (оцінка будь-якого процесу враховує перетворення до культурного, структурного та підприємницького контексту підприємства; аналогія процесів та встановлення критеріїв відбору партнерів); вимірювання (порівняння характеристик для декількох підприємств; визначення ключових характеристик процесу; встановлення причин існування

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

різниць та шляхів досягнення кращого значення); достовірність (проведення дослідження на основі фактичних даних, точного аналізу та вивчення процесу) [11; 15]. Сьогодні існує ряд управлінських аналітичних підсистем БМК, що дозволяють оцінити і створити програму постійних покращень результатів бізнесу (рис. 4).

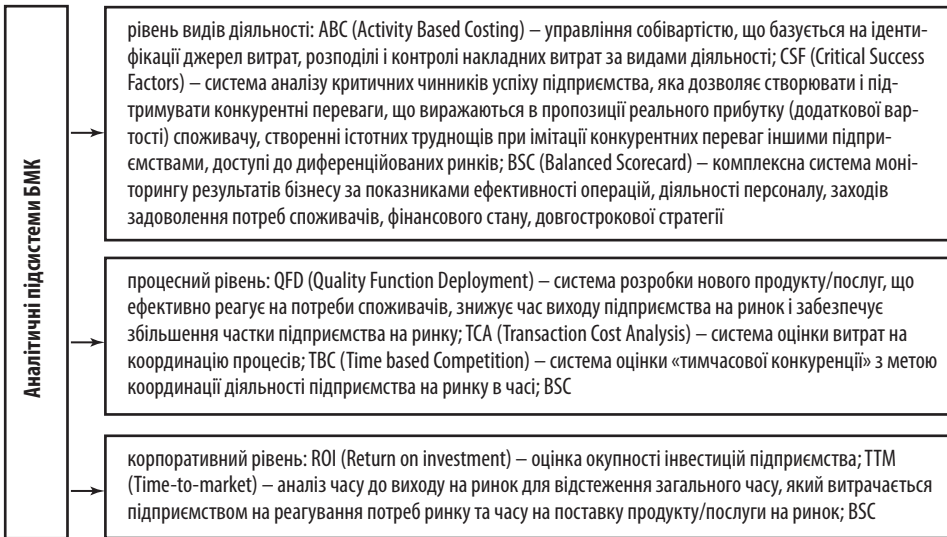


Рис. 4. Аналітичні підсистеми БМК

Використання технології БМК забезпечує підприємство інформацією, визначенням свого місця, мотивацією та знаннями, що дають можливість до значного прориву у якості роботи. Сьогодні для більшості вітчизняних підприємств БМК сприймається не як метод управління, а як аналіз конкурентів або маркетингове дослідження. Однак, БМК володіє особливою цінністю: дозволяє підприємству ставити складні і водночас реалістичні цілі; полегшує прогнозування майбутніх тенденцій розвитку; допомагає навчатися у кращих, щоб стати конкурентоспроможним; надає інформацію про те, як стати краще. Отже БМК – це інструмент порівняльного аналізу, який може допомогти визначити наявні проблеми, цілі соціально-економічної діяльності, а також методи її реалізації. Результати БМК використовують для інформаційної підтримки планування програм розвитку, вибору основних стратегічних пріоритетів підприємства, моніторингу впровадження політики управління, а також оцінки її наслідків.

Засновник методу БМК Р. Кемп [4] запропонував та обґрунтував 10 етапів процесу його проведення: 1) ідентифікація предмету БМК (оцінка та діагности-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

ка; визначення ключових показників діяльності; опис структури бізнес-процесів, що потребують удосконалення); 2) ідентифікація партнера за БМК (звернення до керівництва компаній та проведення еталонного співставлення процесів); 3) визначення методу збору інформації, збір даних (власні зв'язки, знайомства на виставках та семінарах, ресурси мережі Internet, вивчення проектів Європейського фонду управління якістю, заповнення контрольного листу з даними про оціночний елемент, деталізовані етапи бізнес-процесів, методи управління та ін.); 4) визначення відхилень, що є важливими з точки зору забезпечення КСП (аналіз отриманих даних, визначення блоку інформації, який має потенціал покращення роботи); 5) планування майбутніх показників ефективності (підготовка проекту впровадження досвіду еталонного підприємства); 6) доведення результатів БМК до зацікавлених сторін і отримання допомоги щодо їх застосування на практиці; 7) встановлення конкретних цілей і задач в напрямку підвищення ефективності функціонування підприємства (детальне вивчення умов, які слід забезпечити для втілення практичних методів еталону); 8) розробка планів реалізації заходів досягнення та вирішення поставлених задач; 9) проведення запланованих заходів та відстеження їх результатів; 10) перевірка контрольних точок БМК (моніторинг ходу виконання робіт та оцінка кінцевих результатів, формування пакету інформації для повторної оцінки та аналізу змін, коригування результатів еталонного співставлення та підвищення ефективності нового процесу або методу за допомогою «зворотного зв'язку»).

Головними факторами успіху реалізації БМК є чіткість визначення цілей процесу; всебічне розуміння того, як кожен його учасник повинен здійснювати свою діяльність у процесі порівняння з найкращою практикою; зацікавленість та позитивний настрій (орієнтація на досягнення результату); бажання проводити зміни та адаптацію на підставі результатів бенчмаркінгових досліджень; можливість обмінюватися інформацією з партнерами БМК; прихильність до бенчмаркінгового процесу, сприймання нових ідей, творчості та новацій, їх впровадження в існуючу практику здійснення діяльності (окремих процесів та операцій); безперервність зусиль щодо реалізації та впровадження бенчмаркінгової програми.

Процес БМК можна представити за допомогою моделей. Найбільш поширеною є модель «Колесо бенчмаркінгу» [8], яка складається з планування, спостереження, аналізу та адаптації (рис. 5).

За останні роки БМК є одним з ефективних й визнаних інструментів удосконалення й підвищення КСП у сучасному бізнесі. Аналіз КСП дозволяє виявити різницю між конкурентами, але не пояснює як цю різницю подолати та набути кращих позицій у бізнесі. Цьому сприяє БМК, який на основі порівняння та ана-

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

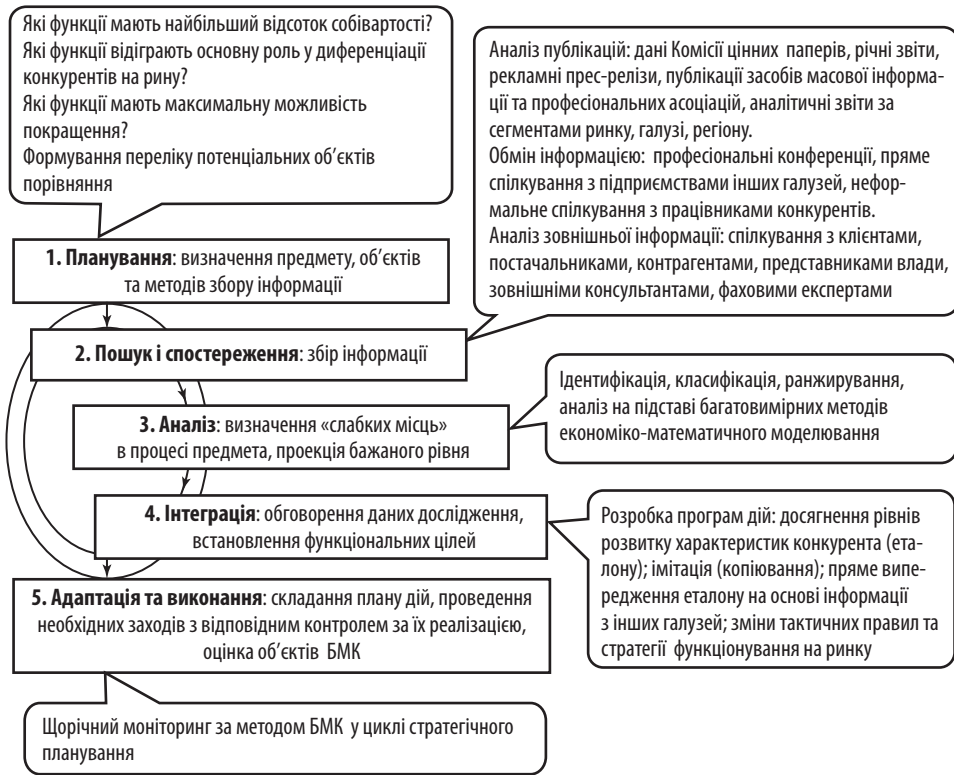


Рис. 5. Цикл моделі «Колесо бенчмаркінгу»

лізу процесів діяльності спрямований на розуміння причин різниці та шляхів її подолання. Дослідження існуючих підходів до трактування поняття КСП дозволило виділити наступні рівні її аналізу: макрорівень – КСП національної економіки, країни; мезорівень – КСП галузі; мікрорівень – КСП підприємства. Кожен рівень є системою взаємопов'язаних елементів, які у свою чергу, формуються підсистемами нижчих рівнів та відрізняються цільовими функціями об'єктів. На макроекономічному рівні забезпечення КСП визначаються основні умови функціонування господарчої системи. На мезорівні створюються ключові передумови для успішної роботи підприємств – науково-технічні розробки, принципово нові технологічні рішення, які орієнтовані на довгострокову перспективу. На мікрорівні характеристика КСП набуває кінцевої форми, що залежить від умов, які сформовано на попередніх двох рівнях та від персоналу підприємства, його здатності використовувати як свої ресурси, так і порівняльні національні господарчі і галузеві переваги. Процедура моделювання КСП підприємства можна представити у вигляді: $P \rightarrow R \rightarrow \{m\} = \text{КСП}$, де P – дефініція властивості КСП підприємства (базова властивість, системна концепція); R – сукупність ознак КСП під-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

приємства (структура системи); $\{m\}$ – множина елементів, за якими реалізовано ознаки КСП (субстрат системи).

В конкурентних умовах невизначеного зовнішнього середовища процес досягнення мети підприємства ґрунтується на характеристиках формування його КСП та системи управління нею (множини реакцій). Сукупність факторів формування КСП підприємства можна представити у вигляді множини підсистем (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори формування КСП підприємства

Підсистема	Фактори
1	2
Техніко-технологічна	<ol style="list-style-type: none"> 1) стан засобів виробництва; 2) якість предметів праці; 3) прогресивність технологічних процесів; 4) рівень механізації та автоматизації виробництва; 5) ступень використання засобів виробництва; 6) умови та масштаби впровадження НДДКР
Організаційно-управлінська	<ol style="list-style-type: none"> 1) форми організації виробництва; 2) виробнича структура підприємства та ступень оптимізації технологічних режимів; 3) організація праці; підбір, розміщення та кваліфікація кадрів; 4) система оплати праці; 5) організаційна структура управління; 6) система планування, обліку та контролю
Фінансово-економічна	<ol style="list-style-type: none"> 1) ефективність поточних витрат; 2) ефективність використання засобів виробництва; 3) ефективність використання персоналу; 4) фінансова стійкість; 5) прибутковість виробництва
Соціально-психологічна	<ol style="list-style-type: none"> 1) стан умов праці та організаційна культура виробництва; 2) участь персоналу в процесі управління виробництвом; 3) політика просування персоналу; 4) система морального та матеріального стимулювання; 5) стан соціальної інфраструктури
Географічна та транспортна	<ol style="list-style-type: none"> 1) умови здобування сировини та її якість; 2) умови забезпечення водними, енергетичними та іншими ресурсами; 3) транспортна інфраструктура; 4) кліматичні умови
Екологічна	<ol style="list-style-type: none"> 1) стан охорони зовнішнього середовища; 2) умови та стан охорони праці; 3) заходи екологічної безпеки зовнішнього середовища; 4) переробка та використання відходів виробництва

1	2
Галузева	1) ефективність організації галузі; 2) якість інформаційної та нормативно-методичної бази управління; 3) доступ до якісної сировини та умови матеріально-технічного постачання; 4) ступень уніфікації, стандартизації та сертифікації галузевої продукції; 5) науково-технічний потенціал галузі; 6) стан інноваційної діяльності; 7) система підготовки та підвищення кваліфікації
Ринкова	1) доступ до ринку ресурсів та нових технологій; 2) ексклюзивність продукції; 3) механізм дії каналів розподілу продукції; 4) ефективність системи стимулювання збуту; 5) стан сфери після продажного обслуговування

В процесі аналізу кожної з підсистем формування КСП підприємства доцільно використати аналітичну методика БМК під назвою «Будинок якості» [8], яка створена японськими фахівцями з управління і сьогодні існує як інструмент визначення ступеню відповідності бізнес-процесів підприємства вимогам ринку (рис. 6).

Аналіз за методикою «Будинок якості» дає можливість отримати рейтинг бізнес-процесів за важливістю їх удосконалення для підвищення рівня задоволення споживачів. Заповнення поверхів структури «Будинок якості» здійснюється за наступними етапами: формування крайнього лівого стовпчику за даними маркетингових досліджень (матеріали опитування споживачів), які дають можливість скласти рейтинг (другий стовпчик відображає пріоритетність) вимог споживачів; у вертикальних стовпчиках матриці фіксуються бізнес-процеси, які пов'язані з виконанням перерахованих вимог споживачів; наявність та ступень кореляції між окремими запитами споживачів і бізнес-процесами фіксується на місті перетину відповідних напрямів; на основі даних про важливість того чи іншого запиту і ступеню залежності його виконання від того чи іншого процесу обчислюється інтегральний показник важливості кожного процесу в балах; дах «Будинку якості» містить інформацію про зв'язки процесів (тобто зміни одного неможливі без змін іншого або зміни одного негативно впливають на інші). Подальший аналіз складається з класичних процедур БМК: оцінка положення по відношенню до конкурентів за виділеними вимогами споживачів, виявлення конкурентів, які досягли найкращих результатів та ін. Підтримка кожної з підсистем формування КСП підприємства передбачає ефективну реалізацію операційних бізнес-процесів в напрямку забезпечення умов розвитку відповідних факторів.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Тому адаптація моделей БМК на рівні виділених підсистем КСП підприємства (рис. 7), аналіз і синтез отриманих результатів дозволить виявити найважливіші пріоритетні процеси, проблемні фактори та визначити успішні практики досягнення кращих показників діяльності підприємства.

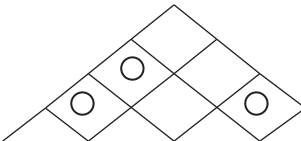
Операційні вимоги						Оцінка характеристики					
		Важливість для споживачів	Високий рівень підготовки персоналу	Точне дотримання технології виробництва	...	Належний рівень догляду за обладнанням	X – об'єкт БМК				
Вимоги споживачів	A – конкурент A										
							...				
						N – конкурент N					
						(5 – кращий результат)					
		1	2	3	4	5					
Якість продукції	1	■	■	...	■			X	A	N	
Ціна продукції	2	△				△	X	A	N		
Своєчасність виконання замовлення	3	■					A	N	X		
Сервіс	4	■						X	A	N	
Інтегральний показник ступеню важливості						...	Кореляція:				
Заплановані заходи контролю		Щомісячна атестація	Перевірка щонеділі	...	Раз в місяць або в разі необхідності	■ – сильна (9 балів) ▲ – середня (6 балів) △ – слабка (3 бали)					
Технічні оцінки процесу	5		N	...		○ – позитивний зв'язок між операційними процесами					
	4	N	X		N						
	3	A	A		X						
	2	X			A						
	1										

Рис. 6. Макет дослідження відповідності бізнес-процесів підприємства вимогам ринку за методикою «Будинок якості»

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

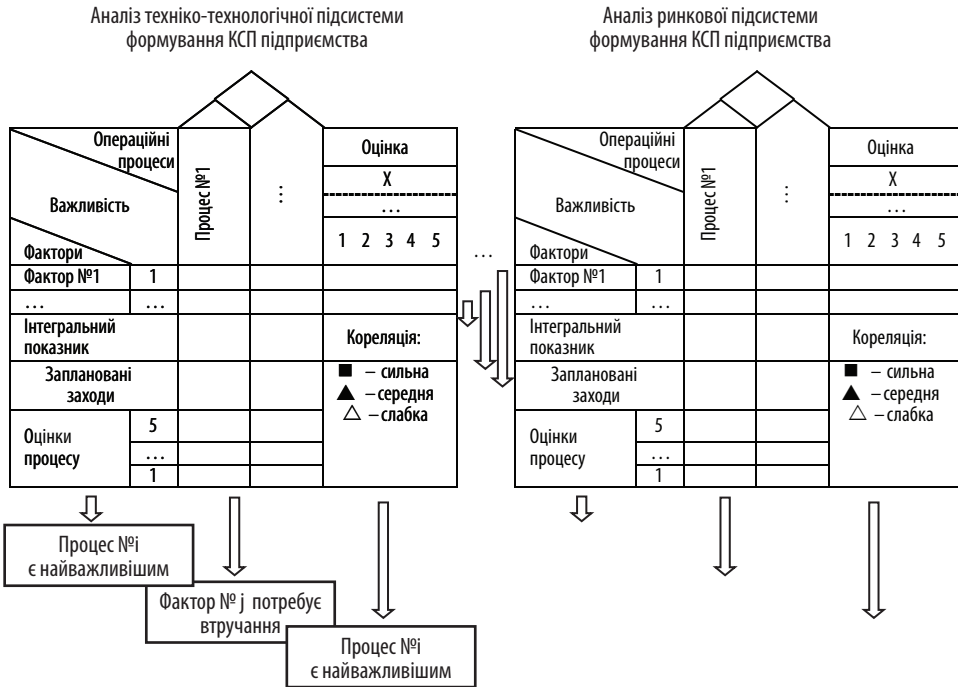


Рис. 7. Дослідження підсистем формування КСП підприємства за методикою «Будинок якості» в процесі БМК

За даними проведеного анкетування споживачів продукції вітчизняних коксохімічних підприємств реалізовано процедуру спеціального БМК у напрямку визначення шляхів підвищення рівня задоволення споживачів продукції (y). Було ідентифіковано перспективного партнера за БМК за допомогою оцінки деяких аспектів діяльності, які у той же час характеризують взаємодію окремих підсистем формування КСП підприємств (якість продукції за видами: кокс доменний – x_1 , горішок – x_2 , дріб'язок – x_3 , кокс пековий – x_4 , пек кам'яновугільний електродний – x_5 , масло кам'яновугільне – x_6 , бензол – x_7 , моторне паливо – x_8 , ангідрид фталевий технічний – x_9 , умови оплати – x_{10} , умови постачання – x_{11} , терміни постачання – x_{12} , якість завантаження вагонів – x_{13} , оперативність вирішення питань – x_{14} , комунікаційний зв'язок – x_{15}).

Багатовимірність опису досліджуваної проблеми обумовило проведення обґрунтованої класифікації (встановлення лідера, послідовника та аутсайдера в межах обраної сукупності підприємств), що передбачає розподіл множини об'єктів $Z = \{z_1, z_2, \dots, z_n\}$, які задано векторами оцінок виділених вище інформативних ознак рівня задоволення споживачів $X_i = \{x_1, x_2, \dots, x_m\} i = \overline{1, m}$, на однорідні

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

класи d_1, d_2, \dots, d_k ($k < n$) для подальшого аналізу, співставлення та визначення кращого підприємства в межах галузі.

Побудову моделі оцінки рівня задоволення споживачів та класифікації підприємств за критерієм результативності дій щодо його підвищення здійснено з використанням елементів теорії нечітких множин. Експертні оцінки обрано бінарними, тобто $x_{j,s}^k \in \{0,1\}$, де $I(0)$ визначає наявність (відсутність) у об'єкта-підприємства dk ($k = 1, 12$) ознаки рівня задоволення споживачів xs ($s = \overline{1, m}$) з властивістю нечіткої множини l_j (l_1 – низький рівень розвитку ознаки, l_2 – середній, l_3 – високий). За результатами опитування експертів ступень належності нечіткій множині термів обчислено за формулою:

$$\mu_s(xs) = \frac{1}{P} \sum_{k=1, P} x_{j,i}^k (i = \overline{1, n}),$$

де P – загальна кількість експертів.

При цьому функція $\mu_s(xs)$ є інструментом перетворення лінгвістичних змінних на математичну мову для подальшого використання методу нечітких множин. Значення функцій належності множині термів вихідних змінних моделі подано у табл. 2.

Таблиця 2

Значення функцій належності множині термів за даними експертного оцінювання окремих аспектів діяльності коксохімічних підприємств

Ознака	Множина термів	№ підприємства											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
x_1	Низький	0,6	0,1	0,7	0,4	0,5	0	0,4	0	0,1	0	0	0
	Середній	0,4	0,9	0,3	0,6	0,5	0,7	0,6	0,6	0,9	0,5	0,8	0,3
	Високий	0	0	0	0	0	0,3	0	0,4	0	0,5	0,2	0,7
x_2	Низький	0,6	0,2	0,9	0,2	0,5	0	0,3	0	0	0	0	0
	Середній	0,4	0,8	0,1	0,7	0,5	0,8	0,7	0,8	0,8	0,4	0,7	0,4
	Високий	0	0	0	0,1	0	0,2	0	0,2	0,2	0,6	0,2	0,6
...
x_{15}	Низький	0	0	0,1	0	0,8	0	0	0	0,1	0,6	0	0
	Середній	0,8	0,8	0,9	0,7	0,2	0,8	0,6	0,6	0,9	0,4	0,8	0,8
	Високий	0,2	0,2	0	0,3	0	0,2	0,4	0,4	0	0	0,2	0,2

Ступень належності об'єкта-підприємства $X^* = \{x_1^*, x_2^*, \dots, x_m^*\}$ класам d_j (d_1 – підприємство-лідер, d_2 – послідовник, d_3 – аутсайдер) обчислено за формулою:

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

$$\mu_{d_j}(X^*) = \bigcup_{s=\overline{1,m}} w_{js} \bigcap_{i=\overline{1,n}} (\mu_{is}(x_s^*)) ,$$

де $\mu_{is}(x_s^*)$ – функція належності вихідної змінної x_s ($s = \overline{1,m}$),

$\bigcup(\bigcap)$ – операція за s та t -нормою (логічні операції «або» для пошуку максимуму та «і» – мінімуму).

Оцінку та класифікацію на основі нечіткого логічного виходу здійснено за базою знань у вигляді

$$\bigcup_{s=1}^m \left(\bigcap_{i=1}^n x_s = \alpha_{is} \text{ з вагою } w_{is} \right) \rightarrow y = d_j \quad (j = \overline{1,3}),$$

де α_{is} – значення відповідного терму множини вихідних змінних моделі.

В якості рішення обрано клас з максимальним ступенем належності:

$$y^* = \arg \max_{\{d_1, d_2, d_3\}} (\mu_{d_1}(X^*), \mu_{d_2}(X^*), \mu_{d_3}(X^*)).$$

Систему нечіткого логічного виходу (нечіткої класифікації) створено у середовищі MatLab за допомогою пакету прикладних програм Fuzzy Logic Toolbox [5]. Формалізацію термів вихідних змінних (рівні розвитку ознак рівня задоволення споживачів і типи підприємств) проведено за рівнянням гаусової функції належності (*gaussmf*), обрано алгоритм *matdani* (найбільш поширений засіб логічного виходу завдяки наочності та можливості реалізації інтуїтивного розуміння) і метод дефазифікації – центроїдний. На підставі нечіткого агрегування сформованої сукупності з 18-ти правил нечіткого виходу обчислено значення узагальнюючих показників рівня задоволення споживачів коксохімічних підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Узагальнюючі показники рівня задоволення споживачів коксохімічних підприємств

	№ підприємства											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>y</i>	0,74	0,68	0,32	0,25	0,51	0,35	0,45	0,44	0,28	0,42	0,44	0,47

За даними табл. 3 отримано наступні результати класифікації коксохімічних підприємств за критерієм досягнення відповідного рівня задоволення споживачів: клас лідерів вітчизняного галузевого ринку: підприємства №1, 2; клас по-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

слідovníків – № 5, 7, 8, 10, 11, 12; 3 клас аутсайдерів – №3, 4, 6, 9. Отже, встановлено лідерів, які є перспективними партнерами за БМК. Наступним кроком має бути детальне вивчення сучасних практик досягнення кращих результатів з метою розробки заходів щодо їх адаптації на підприємстві.

Представлена модель нечіткої оцінки та класифікації об'єктів в процесі БМК досить зручна та наочна у практичному використанні, дозволяє визначити тип об'єкта дослідження, що забезпечує обґрунтування управлінського рішення за сукупністю експертних оцінок окремих аспектів діяльності підприємств.

Таким чином, БМК, який орієнтується не на екстерналії (зовнішні параметри) об'єкта порівняння, а на методіку та технологію отримання кращих результатів, за рахунок деталізації, формалізації та упорядковування суттєво розширює та поглиблює пізнання об'єктів і предмету дослідження. Систематизовані знання у поєднанні з аналітичними здібностями фахівців різних функціональних сфер діяльності дають змогу підприємству своєчасно виявити тенденції змін вимог ринку, відреагувати на них, співставити ефективність функціонування підприємств і виділити процеси, які визначають успішність їх роботи, розробити адаптовані перспективні проекти та оперативно реалізувати їх.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александренко Т. Бенчмаркинг? Элементарно! // Менеджмент и менеджер.– 2007.– № 3.– С. 50 – 55.
2. Боган К. Бизнес-разведка. Внедрение передовых технологий / К. Боган, М. Инглиш.– М.: Вершина, 2006.– 139 с.
3. Гончарук А. Г. Модель осуществления бенчмаркинга на промышленном предприятии // Актуальні проблеми економіки.– 2008.– № 1.– С. 18 – 25.
4. Кэмп С. Роберт. Легальный промышленный шпионаж: Бенчмаркинг бизнес-процессов: технологии поиска и внедрение лучших методов работы ваших конкурентов / Пер. с англ.; под ред. О. Б. Максимовой.– Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2004.– 416 с.
5. Леоненков А. В. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzy TECH.– СПб.: БХВ-Петербург, 2003.– 736 с.
6. Михайлова Е. А. Основы бенчмаркинга // Менеджмент в России и за рубежом.– 2001.– № 1.– С. 134 – 139.
7. Михайлова Е. А. Основы бенчмаркинга: эволюция концепций качества // Менеджмент в России и за рубежом.– 2001.– № 2.– С. 127 – 132.
8. Михайлова Е. А. Бенчмаркинг.– М.: Благовест-В, 2002.– 176 с.
9. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева.– М.: ИНФРА-М, 2007.– 495 с.
10. Сазерленд Д. Стратегический менеджмент. Ключевые понятия: Пер. с англ. / Д. Сазерленд, Д. Кэнуэлл.– Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005.– 440 с.

Моделювання бенчмаркінгу в процесі управління конкурентоспроможністю підприємства

11. Турчин А. Бенчмаркинг и конкурентная разведка // Менеджмент и менеджер.– 2007.– № 2.– С. 28 – 33.

12. Школа І. Доцільність застосування методики бенчмаркінгу для визначення напрямів розвитку інфраструктури регіону / І. Школа, І. Бутирська // Регіональна економіка.– 2005.– № 2.– С. 84 – 91.

13. Зиберт Г. Бенчмаркинг. Руководство для практиков /Г. Зиберт, Ш. Кемпф / Пер. с нем. под ред. Манжосова Г. П.– М.: КИА центр, 2006.– 128 с.

14. Харрингтон Х. Дж. Бенчмаркинг в лучшем виде! / Х. Дж. Харрингтон, Дж. С. Харрингтон / Пер. с англ.; под ред. Б. Резниченко.– СПб.: Питер, 2004.– 176 с.

15. Watson G. H. Strategic Benchmarking – How to Rate Your Company's Performance Against the World's Best.– New York: John Wiley & Sons, 1993.– 269 p.

16. Furey T. Benchmarking: the key to developing competitive advantage in mature markets // Planning Review. –1987.– Vol. 15, No. 5.– P.30 – 2.

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища

Пономаренко В. С., доктор економічних наук, професор, ректор

Ястремська О. О., доктор економічних наук, професор

Харківський національний економічний університет

Важливою проблемою в сучасних умовах господарювання є організація інформаційної взаємодії підприємств з суб'єктами зовнішнього середовища, якими є споживачі продукції, партнери, конкуренти, органи управління. Дослідженню цієї проблеми приділяли увагу відомі вчені і практики, роботи яких [1 – 17] стали підґрунтям для проведення подальших досліджень. Але залишаються невизначеними питання особливостей побудови комунікаційних взаємозв'язків підприємства з суб'єктами зовнішнього оточення з метою надбання й забезпечення його конкурентоспроможності з урахуванням сучасних особливостей розвитку ринку, а саме – інформатизації, глобалізації та конс'юмеризації. Тому виникає необхідність в уточненні концептуальних засад, які б враховували вимоги сучасного зовнішнього середовища до повноти інформації, що може бути корисною для суб'єктів ринку щодо забезпечення та підтримки їх конкурентоспроможності. Таким чином, концептуальні положення інформаційної взаємодії підприємств із зовнішнім середовищем полягають у такому.

1. Суб'єкт господарювання протягом всього життєвого циклу має дуальну взаємодію із зовнішнім середовищем: одночасно як впливає на нього, так і знаходиться під його впливом. Особливого значення набуває цей інформаційний зв'язок в той час, коли підприємство передбачає впроваджувати інновації і виходити на зовнішні ринки. В цей період воно повинно відігравати домінуючу комунікативну роль, активно передаючи суб'єктам зовнішнього середовища актуальну і пріоритетну інформацію про свої здобутки, потенційні можливості, очікувані результати, що матимуть вплив не тільки на бізнес-партнерів, але й на спільноту в цілому.
2. Інформаційну взаємодію доцільно будувати як активну, що має спрямованість у двох напрямках: від підприємства до зовнішнього середовища і навпаки, тому її доцільно розглядати як комунікативну (за визначенням комунікації як форми взаємозв'язку, акту спілкування між двома і більше

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

суб'єктами, що передбачають наявність взаєморозуміння, або як розповсюдження інформації між їх певною кількістю). Підґрунтям такої інформаційної взаємодії є маркетингові комунікаційні інструменти, а саме: PR-заходи, реклама, індивідуальна робота з пріоритетними суб'єктами зовнішнього середовища, політика, мета якої полягає у постійній підтримці зацікавленості суб'єктів зовнішнього середовища в функціонуванні підприємства згідно з отриманою інформацією про його становище і досягнення. У разі виникнення необхідності у створенні певної значної хвилі зовнішньої зацікавленості до своєї діяльності, підприємству варто на фоні постійних заходів PR проводити крапкові рекламні акції, які будуть доцільними також в разі недостатності коштів на реалізацію постійно діючих комунікативних програм, і нестимуть інформацію не стільки про можливості підприємства, скільки про переваги. Якщо ж підприємство має потенційну змогу і бажання співпрацювати з обмеженим колом суб'єктів ринку, воно повинно проводити з ними індивідуальну роботу, розкриваючи ті особливості діяльності, які можуть бути зрозумілими тільки професіоналам і мотивувати їх до співпраці згідно з активними незадоволеними потребами кожного. Проведення індивідуальної роботи має сенс також у тому разі, коли ці суб'єкти відносяться до пріоритетних (впливових) в економічному, соціальному або державно-політичному аспектах.

Можливість використання підприємством наведених складових залежить від наявності всіх видів ресурсів (технічних, інформаційних, інтелектуальних, трудових, фінансових) для їх застосування; необхідність пояснюється значенням параметрів привабливого іміджу підприємства.

3. В умовах сьогодення, коли постійно розширюються зовнішні зв'язки підприємств, активізуються процеси глобалізації, поширюється економічна й інформаційна взаємодія суб'єктів господарювання, забезпечити їх розвиток на основі вдосконалення тільки внутрішнього середовища неможливо, тому підприємства мають активну постійну потребу в отриманні інформації про дії конкурентів, органів державного управління, бізнес-партнерів, тобто зовнішнього середовища, що вимагає пошуку нових методів, підходів, інструментів менеджменту, а не їх абсолютизації згідно із зарубіжним досвідом.

Будь-який досвід має свій життєвий цикл, і якщо підприємство на початковому етапі його виникнення виступатиме як інноватор, у нього з'явиться більше шансів на успіх, ніж в процесі застосування позитивної, але традиційної (імітаційної), класичної практики господарювання. Тобто для того, щоб підприємство

було конкурентоспроможним, йому необхідно стати унікальним, неповторним, згідно з принципом обґрунтованої різноманітності, диференціюватися в конкурентному середовищі за певним обраним напрямком. На сьогоднішньому ринку існування постійного прямого контакту підприємства з бізнес-партнерами та споживачами, коли вони стають його частиною, залучаються до вироблення сучасного бачення господарського спрямування є визначальною умовою набуття конкурентних переваг суб'єктом господарювання. Для того, щоб створити і підтримувати постійні контакти, підприємство повинно здійснювати чітке позиціонування своєї торгової марки, бренду, образу, іміджу.

4. Імідж є результатом формування вражень про конкурентоспроможність товару і підприємства, запорукою їх усталеного положення на ринку, похідною від образу та бренду. Якщо імідж можна створити порівняно швидко й штучно, свою репутацію об'єкту господарювання необхідно формувати поступово, довготривало і природно. Імідж і репутація є додатковими ресурсами підприємства у кризових ситуаціях. Репутація вбирає всі складові іміджу й додає до них ще одну – довіру, як морально-етичну складову. Щодо сфери застосування, імідж в основному використовується і діє у підприємницькій, а репутація, окрім підприємницької, – у загально-громадській та суспільній сферах.
5. Репутація й імідж, як правило, цікавлять ті кола суб'єктів ринку, які мають справу з підприємством безпосередньо, тобто партнерів, конкурентів, органи державного управління та місцевого самоврядування. Вони є чутливими до цих понять, бо від їх сталості залежить фінансовий стан і довгострокова позиція останніх на ринку. Для споживачів, громадськості вагомими поняттями стають бренд, що часто зовнішньо не пов'язується з підприємством, та імідж, який йому належить безпосередньо. Кожен суб'єкт господарювання має створювати позитивну репутацію, що є його головною метою – місією у взаємодії із зовнішнім середовищем, яка може втілюватися тільки у довготерміновому періоді. У зв'язку з особливістю перебігу сучасних мінливих умов соціально-економічних перетворень в Україні, суб'єктам господарювання доцільно працювати над формуванням позитивного іміджу, який може принести більш швидкі й досяжні результати та використовуватися як додатковий економічний ресурс. Таким чином, для того, щоб досягнути значення іміджу для підприємства, необхідно зосередити увагу на сукупності іміджевих, експлуатаційних, технічних характеристик, що дозволяють суб'єкту господарювання підтримувати конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках. Таким чином, позитивний імідж є

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

одночасно умовою, об'єктом і ресурсом господарської діяльності, основою досягнення ним бажаної й очікуваної конкурентоспроможності.

У даному контексті необхідно звернути певну увагу на тлумачення поняття «імідж», яке походить від латинського слова *imago* – штучна імітація або представлення зовнішньої форми певного об'єкта [3, с. 294]. Щодо іміджу підприємства – це певний образ, враження або уявлення про нього, яке формується під впливом як об'єктивних, так і суб'єктивних обставин у внутрішньому і зовнішньому середовищі, тобто в свідомості персоналу, на ринку та в суспільстві за допомогою комунікаційних засобів, тобто імідж є результатом впливу, який більшою мірою зумовлюється здобутками суб'єкта господарювання. Набутий імідж необхідно розглядати як одну з складових успішності взаємодії суб'єкта господарювання. Головними завданнями іміджу повинні бути: сприяння прийняттю позитивних рішень партнерами щодо участі в спільних заходах і проектах на певних умовах; скорочення терміну та зменшення коштів на обґрунтування управлінських рішень; досягнення взаємовигідних умов як для підприємства, так і для його партнерів.

Базою іміджу є соціально-економічні стереотипи, на основі яких формується масове усвідомлення. Стереотипізація процесу мислення пов'язана з виникненням установок, що формуються в процесі минулої практики людей, під якими слід розуміти готовність до сприйняття явища або предмета (в даному разі можливостей підприємства) належним чином, згідно з попереднім досвідом сприймання, тобто стереотипи мають об'єктивну природу. Для того, щоб активізувати потенційних партнерів засобами іміджу, необхідно сформувані в них позитивні стереотипи щодо становища і поведінки підприємства на ринку, а також стереотипи власної поведінки відносно взаємодії з останнім з приводу участі в реалізації його заходів. Для підвищення рівня доступності та зрозумілості стереотипів, вони не повинні бути занадто багатограничними та різноманітними, в той же час їх доцільно звільнити від деталей та зробити зрозумілими для певної аудиторії (для спеціалістів в разі реалізації окремого проекту або широкому загалу в разі здійснення соціально спрямованої діяльності). Тобто стереотип має узгоджувати дві характеристики: знання як переважно економічну, та відношення як соціальну, кожна з яких у певний момент може домінувати. Ступінь істини оцінок, які генеруються за допомогою стереотипів, знаходиться у прямопропорційній залежності від глибини пізнання певних процесів, тобто їх прозорості щодо результатів діяльності підприємства. Ця прозорість має глибоко презентувати істотні взаємозв'язки явищ, типові риси, притаманні фінансовим, управлінським і комерційним процесам на підприємстві. Однак необхідно пам'ятати, що стереотипи можуть відігравати дуальну роль: позитивну і негативну. У процесі загострення конкурентної боротьби

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

за економічні ресурси, підприємствам необхідно формувати у масовій свідомості позитивне ставлення до своєї діяльності. Таким чином, стереотипізація дозволяє створювати позитивний імідж у прагматичних цілях. Оскільки останній має свій життєвий цикл, його необхідно оновлювати в залежності від того, як змінюються стереотипи у внутрішньому і зовнішньому середовищі, тобто як «его» (лице) підприємства сприймається в економічному й соціальному контексті згідно з конкурентоспроможністю та соціальною відповідальністю підприємства.

Важливо підкреслити значущість привабливого іміджу не тільки для взаємодії із зовнішнім, але й з внутрішнім середовищем, тобто персоналом і власниками. У цьому разі імідж буде спрямовувати намагання і дії останніх щодо підвищення продуктивності праці, згуртованості працівників, появи у них почуття безпосередньої причетності до успіхів підприємства, патерналізму, безпеки за своє майбутнє, а також і вкладання коштів в разі проведення акціонування. Привабливий імідж одночасно є інструментом передачі місії підприємства і результатом її впливу на свідомість осіб внутрішнього середовища. Таким чином, привабливий імідж підприємства має як зовнішню, так і внутрішню спрямованість.

Для того, щоб сформувати позитивний імідж, що є складовою конкурентоспроможності підприємства, вимогами до його сутності повинні бути такі:

- ▶ прагматичність, оскільки імідж існує тому, що це вигідно певним особам та суб'єктам господарювання;
- ▶ життєздатність, яка доводить наскільки імідж має сукупну здібність до існування у бізнесовому та соціально-культурному середовищі;
- ▶ узагальненість, тому що імідж уособлює потреби цільової аудиторії;
- ▶ виразність, що характеризує здатність іміджу приваблювати увагу й формувати яскраві емоції;
- ▶ зрозумілість для аудиторії впливу, завдяки легкому сприйняттю цінностей, що відображують потреби та потенційні й очікувані вигоди партнерів, відмінність платформи іміджу від існуючих і легкість її впізнання;
- ▶ точність, тобто простота іміджевих повідомлень, значущість й персоніфікованість, що дозволить досягти унікального позиціонування по відношенню до конкурентів;
- ▶ збалансованість впливу надбудови іміджу, тобто раціональних (економічних) й емоціональних вигід від співпраці з підприємством згідно з концепцією інформаційної взаємодії підприємства із зовнішнім оточенням;
- ▶ конкурентність, що полягає в обґрунтованому позиціонуванні, унікальності, ціннісній орієнтації, важкості імітації, юридичній захищеності на існуючих і потенційних ринках, гнучкості до змін у потребах аудиторії впливу.

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

Імідж підприємства є узагальненим поняттям, яке будується на брэндах продукції, що випускається. У свою чергу імідж регіону знаходиться під впливом іміджу підприємств, яку розташовані на певній території. Таким чином, на кожному економічному рівні існують власні системи, що складають мегасистему – єдине іміджеві поле, яке має пірамідальну структуру побудови, що створює умови для перехресного взаємопрорусвання відповідних іміджів і може розглядатися як самостійна категорія.

Успішність діяльності суб'єктів підприємництва в певній мірі залежить від популярності їх іміджу, якої можливо досягти здійснивши відповідне обґрунтування з урахуванням виробничої, маркетингової, інвестиційної, юридичної, культурної, історичної, психологічної складових з позицій його сучасного та майбутнього стану.

Проводячи аналогію та спираючись на сутність та складові брэнду підприємства, як підґрунтя іміджу, їх сукупність можна розподілити на матеріалізовані та нематеріалізовані.

До *матеріалізованих складових іміджу* належать: повна і скорочена назва підприємства, слоган, логотип, атрибути геральдики, а також матеріальні та нематеріальні активи підприємства [11].

До *нематеріалізованих* – додаткова цінність, емоційне задоволення, що складається з соціального, психологічного, культурного. Нематеріалізовані складові іміджу проявляються в процесі купівлі та споживання продукції або встановлення бізнес-контактів з підприємством. Таким чином, матеріалізовані складові є платформою іміджу, а не матеріалізовані – його надбудовою. Важливо підкреслити, що складові платформи повинні характеризуватися відмінністю, щоб легко запам'ятовуватися і відрізнятися.

Складові надбудови повинні відповідати вимогам персоніфікованості і враховувати активні раціональні та соціальні потреби відповідної групи осіб, для взаємодії з якими імідж був створений. Як доводить практика використання іміджу провідними транснаціональними корпораціями [10], відносно незначні додаткові витрати на створення іміджу здатні забезпечити значніший вплив на споживачів або партнерів. За оцінками спеціалістів, 20% впливу складають матеріалізовані складові іміджу, а 80% – нематеріалізовані [4].

Обґрунтування матеріалізованих і нематеріалізованих складових та дії щодо їх прорусання, виведення на презентаційний рівень повинні бути представлені в техніко-економічному обґрунтуванні використання іміджу, яке доцільно ввести до складу бізнес-плану розвитку підприємства. Для того, щоб імідж був конкурентоспроможним, необхідно формувати його, використовуючи системний

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

підхід згідно з техніко-економічним обґрунтуванням, головною умовою успішності реалізації якого є виявлення очікувань споживачів і партнерів та втілення їх у конкретних характеристиках підприємства. Інакше одне з головних завдань іміджу – справляти враження так, щоб образи об'єкту, які притаманні групі осіб на ринку злились в один і створили імідж, не буде виконане.

Основними функціями іміджу підприємства є такі:

- ▶ страхування, тобто зниження ризику, оскільки використання іміджу впливає на формування позитивних вражень й довіри до підприємства і залученню до співпраці надійних і фінансово усталених партнерів з позитивною бізнесовою репутацією, а також отримання додаткового необхідного капіталу за меншою позиковою вартістю, формування додаткових фінансових припливів на основі премії від іміджу й використання його як об'єкта, що здатний створювати додатковий прибуток;
- ▶ комунікативність, тобто двостороннє інформування внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства про його найсуттєвіші характеристики, можливості, тобто компетентність, наміри, очікування й отримання зворотної інформації від суб'єктів середовища про їх реакцію на повідомлення, а також здійснення необхідності одностороннього впливу (в разі необхідності) з метою активного позиціонування підприємства. Важливо, щоб такі комунікативні зв'язки були встановлені не лише з безпосереднім, близьким оточенням, але й з опосередкованим, віддаленим, тобто з різноманітним представниками зовнішнього середовища з метою встановлення довготермінових бізнесових зв'язків, які дозволять мінімізувати витрати в разі виникнення необхідності зміни партнерів;
- ▶ стимулювання реальних бізнес-партнерів до продовження та розвитку взаємодії в господарювання та виходу на зовнішній ринок, а потенційних – до співпраці у напрямку започаткування взаємовигідних проектів та їх впровадження на основі доведення існуючих та майбутніх переваг у процесі спільної роботи;
- ▶ акумулювання фінансових ресурсів, що передбачає використання іміджу як самостійного інвестиційного ресурсу, який здатний генерувати фінансові потоки.

Представлені функції іміджу доповнюють одна одну й у сукупності перетворюють його на важливий ресурс підприємства, грамотне використання якого дозволить йому зайняти конкурентні провідні позиції на зовнішньому ринку, забезпечити отримання ресурсів на вигідних умовах в разі необхідності й підтримувати дієві та корисні зв'язки з адміністративною бізнес-елітою та споживачами.

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

Оскільки імідж є комплексним поняттям, для його практичного застосування необхідно: визначити основні риси, принципи формування, умови успішності використання, вдосконалити класифікацію за вагомими ознаками.

Як довели проведені дослідження, існуючими класифікаційними ознаками і видами іміджу є такі:

- ▶ *за рівнем досяжності*: позитивний (привабливий), прикордонний, негативний;
- ▶ *за об'єктом*: підрозділів підприємства, підприємства, регіону, країни;
- ▶ *за сутністю*: економічний, соціальний (політичний імідж не може мати відношення до підприємства, хоча він є атрибутом регіону і країни);
- ▶ *за спрямованістю*: внутрішній, дзеркальний, тобто такий, яким бачить суб'єкт господарювання сам себе; зовнішній, реальний, тобто такий, яким бачать підприємство представники зовнішнього середовища;
- ▶ *за суб'єктом оцінювання*: непрофесійний (споживацький, суспільний, тобто визначений споживачами й спільнотою) і професійний (партнерський, конкурентський, владний, тобто визначений партнерами, конкурентами і представниками владних структур управління);
- ▶ *за очікуваннями*: бажаний (той, який хоче сформувати підприємство); потенційний (той, який воно може сформувати); фактичний (той, який змогло і сформувало підприємство);
- ▶ *за впливовістю*: дієвий, тобто впливовий і не впливовий, який не справляє очікуваного враження на цільову аудиторію.

Крім того, згідно із спрямованістю дослідження, необхідно ввести ще одну ознаку:

- ▶ *за масштабністю*: міжнародний, тобто визнаний на зовнішніх ринках; національний, притаманний внутрішньому ринку країни; регіональний, що відповідає уявленню про підприємство на певній території.

Для того, щоб імідж сприяв забезпеченню конкурентоспроможності підприємства, йому повинні бути притаманні такі риси:

- ▶ *цілісність* та *узгодженість* як з місією підприємства, так і з сітьовим іміджевим простором бізнес-партнерів;
- ▶ *об'єктивність*;
- ▶ *відносна стабільність* до впливу негативних релевантних факторів зовнішнього середовища взагалі та міжнародного зокрема.;
- ▶ *рефлексивність* до чутливих подій особливо на зовнішньому ринку;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

- ▶ *зрозумілість* і навіть *певна спрощеність подання* згідно з рівнем підготовленості аудиторії;
- ▶ *персоніфікованість* відповідно до можливостей і здобутків підприємства й очікувань аудиторії.

Складовою ефективного управління іміджем є його створення. За пропозиціями окремих авторів [9; 12; 15], створення іміджу підприємства відбувається відповідно до визначеного плану, який називається Майстер-план іміджу і складається з чотирьох основних частин:

- ▶ створення фундаменту;
- ▶ зовнішнього іміджу;
- ▶ внутрішнього іміджу;
- ▶ невовимого іміджу.

Кожна з частин спрямована на досягнення трьох головних завдань:

1. Досягнення високого рівня компетенції й ефективна робота з покупцем.
2. Підтримка іміджу успішного підприємства, формуванні довіри.
3. Встановлення емоційного зв'язку з покупцем, партнером, суспільством.

Майстер-план допоможе побудувати міцний фундамент формування ефективного зовнішнього і внутрішнього іміджу. Адже зовнішній імідж підприємства – це те, як його сприймає суспільство, суб'єкти ринку, засоби масової інформації, а внутрішній – відношення до підприємства його персоналу і керівників. Внутрішній імідж також впливає на сприйняття підприємства суспільством. При розробці імідж-програм внутрішні, пов'язані з персоналом підприємства, аспекти ділового іміджу часто випускаються з уваги, бо традиційні програми зосереджені винятково на зовнішніх і візуальних аспектах іміджу. Невловимі аспекти іміджу – відношення персоналу до роботи і його емоційний настрій – впливають на репутацію підприємства так само, як і більш відчутні елементи іміджу. Саме співробітники підприємства представляють його перед покупцем, створюють найважливіший емоційний зв'язок підприємства з клієнтами [15].

Атмосфера привабливості, що оточує багато компаній з позитивним іміджем, і сам процес його формування, які важко піддаються визначенню, зовсім не обов'язково повинні нести відбиток таємничості. Існують наступні ключові моменти будь-якого плану по формуванню ефективного іміджу підприємства [3]:

1. Ефективне функціонування підприємства, створення сприятливих умов праці та співпраці з суб'єктами зовнішнього середовища.
2. Формування зовнішнього іміджу, що складається із суспільної думки про нього, формується рекламною кампанією, якістю продукції, зв'язками з за-

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

собами масової інформації і суспільною роботою (сприйняття підприємства суспільством).

3. Формування внутрішнього іміджу, який включає в себе атмосферу всередині підприємства, позитивне і негативне відношення співробітників до керівників і політики підприємства (відданість співробітника своїй фірмі):

- ▶ фінансове планування;
- ▶ кадрова політика підприємства;
- ▶ орієнтація і тренінги співробітників;
- ▶ програма заохочення співробітників.

4. Визначення відповідної реакції покупців та партнерів на обслуговування і відношення до них співробітників підприємства.

Деякі з елементів плану досить очевидні – наприклад, відчутний імідж підприємства чи товару, назва, девіз та ін. Однак не менш важливі інші фактори, що часто випускають з поля зору, наприклад, розробка філософії підприємства. *Філософія і девіз* – є основою побудови плану формування іміджу.

До інших важливих частин плану іміджу, якими часто нехтують, є елементи внутрішнього іміджу, і, насамперед, поведінка персоналу і його відношення до роботи. Виконання цієї частини плану повинне передбачати підвищення морального настрою співробітників. При створенні внутрішнього іміджу підприємства немає дрібниць, істотно важливо все, починаючи від можливостей кар'єрного росту співробітників і закінчуючи програмами їхнього заохочення [16].

Внутрішній імідж, імідж підприємства в очах його співробітників – найбільш недооцінена частина формули ділового іміджу. У порівнянні з внутрішнім, зовнішній імідж змінити куди простіше. Внутрішній імідж, навпроти, важче піддається коректуванню, але він значно більш важливий для репутації підприємства і його успішної діяльності. Відданість співробітників своєму підприємству й ентузіазм стосовно обслуговування покупців та взаємодії з партнерами – стрижень внутрішнього іміджу [9].

Внутрішній імідж – це імідж підприємства очима його співробітників, імідж, що виникає в покупців і партнерів при спілкуванні з його співробітниками. Простіше говорячи, негативний внутрішній імідж означає неминучу втрату компанією покупців і втрату репутації. Незважаючи на те, що зіпсований внутрішній імідж дуже важко відновити, його виправлення все-таки обійдеться дешевше, ніж пошук нових покупців і партнерів. Командний дух і моральний настрій працівників визначають, чи стане підприємство, що має великі плани і талановитих співробітників, відомим, чи його будуть знати лише обмежені кола суб'єктів ринку, які безпосередньо з ним працюють.

Процес формування іміджу підприємства, за аналогією з брендінгом, доцільно розглядати як іміджбідінг.

Найважливішим аргументом необхідності формуванні й підтримки позитивного іміджу підприємства, тобто впровадженні процедур іміджбідінгу, які вдало створюють стійкі переваги для свого бізнесу у свідомості споживачів, партнерів. Саме цей факт підтверджує існування об'єктивної необхідності і актуальності адаптації концепції іміджбідінгу до українських реалій з метою пошквалювання процесів реалізації продукції, налагодження позитивних, ефективних партнерських зв'язків, залучення вільних ресурсів у бізнес-процеси підприємств для забезпечення їх конкурентоспроможності.

Проведені дослідження дозволили виявити тенденції становлення та розвитку іміджбідінгу підприємств України, основними з яких є такі:

- ▶ рівень впізнаності іміджу підприємств є незначним, але зростаючим;
- ▶ достатньо швидко з'являються нові підприємства з своїми брендами, тому у свідомості споживачів й менеджерів вони не встигають сформувати позитивний імідж та лояльне ставлення до підприємства;
- ▶ у свідомості споживачів і суб'єктів підприємництва до атрибутів іміджу відносять в основному продукт, торгову марку, власників підприємства;
- ▶ для формування іміджу використовується масована реклама та PR-акції;
- ▶ мова формування іміджу часто є незвичною для споживачів та представників бізнесу, що свідчить про низький рівень рекламної культури й адаптованість до іноземних рекламних пропозицій.

Аналіз наведених тенденцій дозволяє стверджувати про можливість формування, швидкого створення та успішного використання іміджу, що повинен віддзеркалювати не тільки виробничу і збутову діяльність, але й інноваційну, інвестиційну діяльність, тобто комплексно характеризувати підприємство. Імідж здатний залучати необхідні кошти і збільшувати вартість підприємства у довгостроковій перспективі.

Основними документами, що повинні супроводжувати та обґрунтовувати роботу з формування іміджу, є кошторис (одноразовий – на проведення конкретного заходу або багаторазовий, тобто супроводжувальний) та графік комунікаційної активності, що може бути загальним для всіх інструментів комунікацій або для кожного окремо, в якому доцільно зосередити інформацію про час, місце, зміст відповідного повідомлення. Важливо підкреслити, що інформаційні повідомлення необхідно будувати на основі раціонального співвідношення між позитивною та негативною інформацією про підприємство, які за рекомендація-

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

ми спеціалістів з політичних виборчих технологій (їх доцільно використати і для соціально-економічних об'єктів) повинні знаходитися у пропорції: 60% позитиву і 40% негативу [4]. Тоді у представників зовнішнього середовища складеться реальне уявлення про підприємство, і рівень їх довіри до його діяльності буде досить високим. Крім того, важливо підкреслити, що у повідомленнях щодо формування привабливого іміджу обов'язково слід:

- ▶ збалансувати інтереси підприємства та суб'єктів зовнішнього ринку, можливості першого й очікування других;
- ▶ передати турботливість підприємства про необхідність проведення змін у міжнародному суспільстві і його позицію у цих процесах.

Основною умовою успіху процесу формування привабливого іміджу є інформаційна прозорість суб'єкта господарювання [5], яка полягає у відкритті ним інформації щодо особливостей свого функціонування у тих аспектах, які більшою мірою цікавлять або можуть зацікавити потенційних партнерів або споживачів, тобто у комерційному, фінансовому й управлінському. Але інформаційна прозорість несе в собі діалектичне протиріччя. З одного боку, бути прозорим не вигідно, тому що поданою інформацією можуть скористатися конкуренти, вона сприятиме посиленню фіскального тиску, заходи щодо відкриття вимагатимуть додаткових коштів, крім того, інформація може довести низьку ефективність роботи підприємства. З іншого боку, інформаційна прозорість допоможе привабити стратегічних партнерів, залучити додаткові ресурси, довести високий рівень професіоналізму менеджменту. Підводячи підсумки, можна констатувати, що інформаційна відкритість не тільки формує, але й захищає імідж підприємства [6].

Оскільки інформаційна прозорість є багатоаспектним поняттям, і на неї впливають такі головні чинники, як етап життєвого циклу підприємства, вид загальноекономічної стратегії, що реалізується, рівень конкуренції, її класифікують за певними ознаками, якими є *спрямованість, змістовність і повнота інформаційних повідомлень* [6].

За спрямованістю інвестиційна прозорість може бути:

- ▶ *внутрішня*, коли повідомлення призначаються персоналу і власникам підприємства без розголошення у зовнішньому середовищі;
- ▶ *зовнішня*, якщо інформація має спрямування на оточення підприємства: конкурентів, споживачів, партнерів, державні органи.

За змістовністю прозорість доцільно поділити на:

- ▶ *матеріально-майнову*, що забезпечує передачу інформації про стан основних фондів підприємства, його майновий стан;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

- ▶ *фінансову*, що включає інформацію про дані фінансової та бухгалтерської звітності, фінансові відношення з власниками, результати проведеного аналітичного дослідження щодо грошового та майнового стану підприємства і дані про ефективність освоєння інвестиційних вкладень;
- ▶ *управлінську*, яка передбачає висвітлення місії підприємства, загальноекономічної стратегії, що реалізуються, результатів управлінського обліку, побудови організаційної структури з особливостями прав та обов'язків окремих підрозділів і їх керівників, кадрові переміщення менеджерів, рівень професіоналізму топ-менеджерів, спрямованість та наповненість внутрішніх і зовнішніх інформаційних потоків, управлінські відношення з власниками;
- ▶ *комерційну*, що полягає у поданні інформації про взаємовідносини з найбільш крупними і впливовими партнерами, положення на внутрішньому і зовнішньому ринках, якість продукції і послуг, ступінь їх оновлення.

За повнотою інформаційних повідомлень прозорість розглядають як:

- ▶ *повну*, згідно з якою висвітлюється вся наведена інформація фінансового, управлінського та комерційного змісту;
- ▶ *неповну*, що обмежує інформаційні повідомлення про фінансовий і майновий стан підприємства та згідно з якою у зовнішнє середовище будуть передаватися тільки певні адресні повідомлення.

Класифікація прозорості дозволить менеджерам і власникам підприємства диференційовано підходити до розголошення інформації про його роботу, спираючись на об'єктивні обставини і не розкриваючи підприємницької таємниці згідно з законодавством та інтересами бізнесу.

Залежність видів прозорості, інструментів і засобів інтегрованих комунікативної взаємодії підприємства існує згідно з чинниками внутрішнього і зовнішнього середовища.

Заходи з формування і розвитку іміджу повинні бути втілені і враховані у відповідному техніко-економічному обґрунтуванні іміджу, розробкою якого доцільно займатися маркетологам з високим рівнем креативності та професіоналізму. Проведений аналіз літературних джерел [6; 12; 15] дозволив узагальнити склад і сутність техніко-економічного обґрунтування створення іміджу підприємства, яке доцільно представити таким переліком типових розділів [6].

1. *Загальні параметри*, що повинні містити визначення іміджу, опис його складових, мету запровадження, конкурентоспроможні переваги перед однотипними конкуруючими підприємствами, очікувані наслідки впливу на суб'єкти ринку.

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

2. *Виробничий розділ*, в якому необхідно узгодити мету іміджу з можливостями виробництва тих видів продукції, які будуть ним користуватися, а саме: тип виробництва з детальним описом його характеристик, якості продукції (в першу чергу функціональну, тобто очікувану споживачами), терміни та обсяги її виробництва та постачання, номенклатуру, тарифи та ціни, що залежатимуть від прийнятої дієвої політики просування на зовнішньому ринку.
3. *Маркетинговий розділ* повинен бути узгоджений з відповідним розділом бізнес-плану і містити повну і скорочену назву бренду підприємства, слоган, логотип, атрибути геральдики і такі ж атрибути торгових марок, що виступатимуть під оболонкою іміджу підприємства. Ці атрибути доцільно узгодити з активними потребами потенційних партнерів та споживачів на зовнішньому ринку для подальшої інформаційної взаємодії.
4. *Інвестиційний розділ*, в якому доцільно розмістити інформацію про витрати на формування позитивного іміджу на зовнішньому ринку, а також імовірні додаткові прибутки від його використання підприємством безпосередньо та в якості окремого інвестиційного товару для інших підприємницьких структур. Важливою інформацією цього розділу повинна стати розрахована майбутня вартість підприємства з урахуванням впливу іміджу на суб'єктів зовнішнього середовища через кількісне визначення імовірного рівня його привабливості.
5. *Юридичний розділ*, метою якого є розмежування авторських, майнових, суміжних прав власників і авторів сформованої концепції іміджу, розподілення частки відповідальності сторін за претензіями, наведення результатів юридичної експертизи на відповідність національним та міжнародним нормам щодо його імітації, протиріч, плагіату.
6. *Культурно-історичний розділ* повинен містити обґрунтування запровадження іміджу згідно з культурними, релігійними, історичними традиціями суб'єктів зовнішнього ринку, на який передбачено вивести підприємство, і ймовірними видами задоволення для юридичних і фізичних осіб згідно з їх активними потребами.
7. *Психологічний розділ* є обов'язковим, бо саме реалізація передбачених в ньому заходів дозволить перетворити торгові марки на образи і синтезувати з них нову соціально-економічну якість – безпосередньо імідж, що буде підґрунтям і згодом переросте в позитивний імідж. У даному розділі доцільно подати психологічні методи впливу на суб'єктів ринку з метою популяризації підприємства і найімовірніші наслідки їх дії.

8. *Футурологічний розділ* необхідно побудувати таким чином, щоб він містив інформацію про майбутні загальні перспективи розвитку іміджу підприємства та конкурентів, можливості виникнення нових, що можуть представляти певну загрозу, прогноз змін у соціальному, економічному, психологічному стані безпосередньо контактуючих з брендом та нових груп суб'єктів ринку (споживачів та партнерів), майбутні шляхи і методи прямого та непрямого впливу на них на основі рекламної та PR-політики.

Якщо підприємство в процесі формування і розвитку іміджу буде дотримуватися положень запропонованого техніко-економічного обґрунтування, останній зоставатиметься дієвим якнайдовше.

В умовах посилення впливу швидкозмінного трансформаційного зовнішнього середовища на функціонування суб'єкта господарювання, оцінку його діяльності доцільно здійснювати на основі аналізу позиції іміджу. Поглиблюючи цю думку, можна прийти до висновку, що оцінка вартості підприємства в Україні за основними фондами або фінансовими інструментами (акціями) може бути поступово замінена оцінкою вартості іміджу, про що свідчить дозвіл на її внесення в якості статті бухгалтерської документації на підприємствах США та Великої Британії. Але необхідно зазначити, що кожен імідж має свій життєвий цикл за класичними етапами: розвиток, пік, старіння, усунення (ліквідація).

В етап ліквідації імідж може вступати тільки в тому разі, коли ліквідується само підприємство, коли його здібність приносити прибуток повністю втрачена в результаті того, що суб'єкти ринку (споживачі, партнери) незацікавлені у продовженні співпраці. Основними чинниками такого становища можуть бути наступні:

- ▶ посилення позицій конкурентів;
- ▶ застосування негнучкої цінової політики підприємства;
- ▶ зміна поглядів і стилю життя споживачів, їх економічного положення;
- ▶ неможливість або небажання наслідувати тенденціям докорінних змін у суспільстві;
- ▶ неадекватна цінова політика;
- ▶ хибна збутова політика;
- ▶ помилки при проведенні рекламних, PR-акцій, індивідуальної роботи з інвесторами;
- ▶ поява інноваційних товарів субститутів;
- ▶ застосування жорстких фіскально-монетарних заходів.

Під дією наведених чинників імідж може втратити свою доречність, а підприємство – індивідуальність і привабливість. Для того, щоб таке не сталося, мене-

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

джерси повинні постійно актуалізувати імідж, підтримуючи його за допомогою системи брендів та суббрендів.

Навіть якщо підприємство буде проводити моніторинг зовнішнього середовища, це повністю не ліквідує процес його старіння, а тільки загальмує, тому що старіння є природнім процесом будь-якого економічного об'єкта, не кажучи вже про соціальний. Щодо способів ліквідації, їх можна поділити на два основні за швидкістю згідно із загальною стратегією скорочення.

На фазі розвитку і піку іміджу керівництво підприємства повинно постійно коректувати траєкторію його поширення з метою оновлення та омолодження. Для того, щоб зрозуміти, чи потребує імідж омолодження, доцільно скористатися методом SWOT-аналізу за напрямками дослідження:

- ▶ якості управління на підприємстві;
- ▶ невичерпаних можливостей у поточному стані з позицій нових засобів використання товарів, нових ринків, груп споживачів, інвестиційних проєктів;
- ▶ сприйняття існуючого іміджу споживачами, партнерами щодо його можливостей відповідати новим тенденціям зміни в очікуваннях суб'єктів ринку взагалі й зовнішнього зокрема;
- ▶ поглядів менеджерів підприємства на тенденції змін у зовнішньому середовищі, особливо на зовнішньому ринку, з позиції їх адекватності.

Якщо в результаті побудови матриці стратегічного балансу за означеними напрямками буде виявлено більше можливостей іміджу, ніж загроз, його можливо реанімувати.

Проведені дослідження довели, що найбільш поширеними способами реанімації є наступні:

- ▶ застосування нових прогресивних матеріалів і технологій у виробництві продукції;
- ▶ зміни у конструкції та дизайні продукції згідно з очікуваннями споживачів;
- ▶ запровадження реальних інновацій безпосередньо у виробництво та певні ланцюги бізнес-процесу;
- ▶ зміна ринкового спрямування розповсюдження продукції;
- ▶ удосконалення або заміна логотипу, упаковки, розфасовки продукції;
- ▶ пропонування нових засобів використання продукції;
- ▶ удосконалення у роботі збутової мережі;
- ▶ вихід на нову цінову категорію, тобто просування по шкалі цін у гору або до низу, що дозволить розширити контингент покупців;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

- ▶ розробка програм інформаційного впливу на споживачів та партнерів зовнішнього ринку згідно із змінами їх поглядів, уподобань, стереотипів;
- ▶ реорганізація організаційної структури підприємства на основі стратегічних центрів господарювання і запровадження нових технологій менеджменту;
- ▶ розробка нових програм інформаційної взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища на основі урахування їх активних потреб з метою підвищення рівня привабливості іміджу підприємства.

У зв'язку з розвитком і впровадженням новітніх інформаційних технологій, поступовими спробами побудови постіндустріального суспільства в Україні, імідж доцільно формувати й використовувати як в реальному вигляді, так і у віртуальному, створюючи сайти, які можуть відрізнитися за рівнем прогресивності технологій побудови, персоніфікації повідомлень, соціалізації користувачів. Важливо, щоб підприємство не віддавало перевагу якомусь одному виду іміджу (реальному або віртуальному), а застосовувало їх у комплексі, розширюючи аудиторію впливу й інформаційної взаємодії, забезпечуючи собі тим самим його усталеність й зростання позитивності.

Імідж, як символ приналежності об'єкту підприємницької діяльності та характеристика конкурентоспроможності, вимагає до себе шанобливого ставлення. Тільки за такої умови він сприятиме встановленню продуктивних взаємовідносин останнього із зовнішнім оточенням і згуртуванню персоналу, власників в процесі забезпечення конкурентоспроможності на ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гоц Л. Н. Содержание понятий: «имидж», «деловая репутация» и «гудвилл», их разграничение и взаимосвязь // Прометей: регіональний збірник наукових праць з економіки.– Вип. 1(9).– Донецьк: ТОВ. «Юго-Восток» Лтд», 2006.– С. 159 – 162.
2. Даулинг Грэм. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности: Пер. с англ.– М.: Консалтинговая группа «ИМИ ДЖ-Контакт»: ИНФРА-М, 2003.– 368 с.
3. Ждать ли от добра добра? Оценка влияния соц. программ на имидж компании // <http://www.reklamodatel.ru>
4. Коляда Е. Значение репутации компании для инвесторов // <http://www.zhuk.net>.
5. Коник Д. Соціальна відповідальність бізнесу як елемент формування позитивної корпоративної репутації // <http://www.pr-center.org.ua>
6. Многоликая репутация // <http://www.expert-ural.com>
7. Олейник И. В., Лапшов А. Б. «Плюс/минус» репутация.– Самара: Издательский Дом «БАХРАХ-М», 2003.– 192 с.

Імідж підприємства як складова його конкурентоспроможності та основа взаємодії ...

8. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: Посібник. - К.: Академвидав, 2003. - 568 с.
9. Примак Т. О. Методика комплексного оцінювання іміджу підприємства (Програмне забезпечення розроблено в Visual Basic for Microsoft Excel 97).– К.: Логос, 2002.– 41 с.
10. Простаков Г. Корпоративная социальная ответственность // <http://www.expert.ua>
11. Репутация дороже денег // <http://www.renome.org>
12. Рогалева Н. Л. Современная концепция имиджа организации // Управление персоналом.– 2007.– № 2(156).– С. 42 – 45.
13. Семенченко М. Випробування репутацією // <http://www.day.kiev.ua/> 34
14. Совесть как материальный актив // <http://www.expert.ua>
15. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скорина О. В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу: Монографія.– Х.: ВД «НЖЕК», 2005.– 277 с.
16. Чубукова Л. В. Стратегическое управление имиджем промышленного предприятия в условиях конкуренции: Автореф. на соискание ученой степени канд. эконом. наук.– Ижевск – 2007.– 21 с.
17. Шкардун В. Д., Ахтямов Т. М. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия // Маркетинг в России и за рубежом.– 2001.– № 3(23).– С. 68 – 77.

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності сучасного підприємства

Ястремська О. М., доктор економічних наук, професор
Харківський національний економічний університет

Райко Д. В., кандидат економічних наук, доцент
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

За умов активізації конкурентних дій, непередбачуваності зовнішнього середовища, збільшення обсягів інформації, посилення інтеграційних процесів та розширення глобальних ринкових кордонів успіх у конкурентній боротьбі визначається наявністю у підприємства стійких конкурентних переваг, які є основою конкурентоспроможності щодо конкурентів, привабливості для партнерів та готовності споживачів до придбання продукції підприємств. У свою чергу, підтримання або ж досягнення високого рівня конкурентоспроможності вимагає від менеджерів розробки нових підходів, що використовуються для розроблення конкурентних стратегій: активи, які має підприємство, не можуть слугувати достатнім переконливим критерієм, набагато важливішими стають адаптаційні можливості підприємства – швидкість реакції на зміни ринкових умов, швидкість створення нових активів та їх розвитку. Таким чином, розглядаючи генезис класичної теорії стратегічного управління, можна прослідкувати розвиток та зміну базових парадигм стратегічного управління: від ресурсної, конкурентних переваг до динамічних спроможностей.

Парадигма конкурентних переваг, підґрунтям якої виступає аналіз підприємства в галузевому контексті, отримала розвиток та визнання починаючи з 1985 р. після публікації роботи М. Портера «Конкурентна перевага». Головною тезою даної парадигми є те, що підприємство досягає конкурентної переваги, коли виконує проектування, виробництво, маркетинг, дистрибуцію своїх товарів з меншими витратами або ж вищою якістю ніж конкуренти. Вже на початку 90-х рр. починає домінувати ресурсна парадигма, що є адекватною при виявленні джерел та механізмів відмінностей підприємств в умовах «нової» конкуренції із прискореним оновленням товарообігу, змінами в розвитку галузей, технологій та бізнес-процесів. Принципові відмінності даного наукового напрямку теорії стратегічного управління полягають у визначенні умов, в яких підприємство має

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

конкурентну перевагу в стані економічної рівноваги; підприємство розглядається як основна одиниця аналізу (пріоритетними визнають організаційні причини відмінностей у прибутку, а не галузеві); фірми в рамках галузі розглядаються як неоднорідні, що мають відмінні ресурси та стратегії; вивчення стратегій базується на синтезі економічної, організаційної та управлінської наук. Сутність такого підходу полягає в тому, що стійка конкурентна перевага може бути завойована лише завдяки ресурсам, які мають певні характеристики, і вона залишається незмінною незважаючи на всі спроби її дублювати. Однак за реальних умов таку конкурентну перевагу мають лише лідери ринку, для решти виробників характерний різномірний набір ресурсів, з яких найчастіше два становлять найбільшу цінність. Але разом з тим такі підприємства мають стійке конкурентне становище завдяки вдалому поєднанню ресурсів. Інакше кажучи, за досягнення стійкої конкурентної переваги «відповідають» можливості підприємства комбінувати ресурси та надавати таким комбінаціям відмінних та унікальних властивостей.

У зв'язку з цим все більший інтерес становить функціональний підхід (динамізований ресурсний підхід) до управління потенціалом підприємства щодо стратегічного управління його діяльністю. Отже, посилення динамізму бізнес-середовища обґрунтовує розробку динамічної інтерпретації конкурентних переваг та наявних ресурсів, що враховуються у стратегічному потенціалі підприємства. У той же час парадигма динамічних спроможностей тільки починає розвиватися та є новітнім підходом до визначення компетенцій підприємства. У зв'язку з цим розгляд динамічних спроможностей як одного з найважливіших факторів конкурентоспроможності підприємства є, на думку авторів, актуальним як з погляду теоретичних засад, так і з точки зору практичного застосування в процесі розробки конкурентних стратегій для конкретних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки.

В якості відправної точки дослідження проблематики «динамічна спроможність» доцільно розглянути парадигми стратегічного управління, що відповідають концептуальним підходам до визначення стратегічного потенціалу підприємства, як основи створення та розвитку його конкурентних переваг, які, в свою чергу, обумовляють сценарій конкурентної поведінки, та, як наслідок, конкурентоспроможність суб'єкту ринкових відносин (табл. 1).

Слід зазначити, що кожний з концептуальних підходів, що відповідає певній парадигмі управління набуває свого розвитку в контексті ринкових умов та розвитку суспільства. Перейдемо безпосередньо до особливо актуальної та перспективної щодо відповідності сучасним умовам господарювання останньої парадигми стратегічного управління сучасним підприємством – динамічних спроможностей.

Підходи до визначення стратегічного потенціалу підприємства

Назва підходу, представники	Аксиома підходу	Характеристика конкурентної переваги
<p align="center"><i>Конкурентних переваг</i></p> <p>М. Портер [5], І. Ансофф [1]</p>	<p>Підприємство досягає конкурентної переваги, коли виконує такі важливі види діяльності, як проектування, виробництво, маркетинг, дистрибуцію з меншими витратами або кращою якістю, ніж конкуренти</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Конкурентна перевага – сукупність факторів, що визначають успіх або неуспіх підприємства в конкуренції; продуктивність використання ресурсів. 2. Конкурентна перевага залежить від факторів, що сформувалися в країні (наявність робочої сили, достатність природних ресурсів, управлінські спроможності та їх відмінності між підприємствами-конкурентами). 3. Конкурентна перевага розглядається як сукупність виражених переваг та конкурентних переваг з урахуванням порівняння зовнішнього середовища. 4. Конкурентна перевага забезпечується високою гнучкістю, здатністю швидкої адаптації до змін шуканих переваг споживачем; наявністю високотехнічного виробництва; мінімізацію витрат на виробництво високоякісної продукції; післяпродажним сервісом; ефективною системою управління підприємством
<p align="center"><i>Ресурсний</i></p> <p>Дж. Барні, Ф. Гуїяр, Дж. Келлі [27], Н. Р. Грант [11], Д. Тис [7], В. Катякало [12], Ю. Іванов, М. Кизим [10], М. Портер [6]</p>	<p>Ефективність та прибутковість підприємства визначається ресурсним оснащенням</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ресурс забезпечує перевагу над конкурентами та зумовлює підвищення вигід для споживачів. 2. Конкурентна перевага пристосована лише для використання на даному підприємстві. 3. Конкурентну перевагу важко зімітувати або замінити. 4. Конкурентна перевага раціонально використовується на даному підприємстві (ресурсна орієнтація та організаційна ефективність)
<p align="center"><i>Динамічних спроможностей</i></p> <p>Д. Тис, Г. Пізано, Е. Шун [7], К. Зотт [20], Т. Андрєєва, В. Чайка [19]</p>	<p>Набуття, нарощення та утримання стратегічного потенціалу як джерела конкурентної переваги відбувається за рахунок організаційних можливостей підприємства та їх адаптації до ринкових змін</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Пояснення виникнення та зміни конкурентної переваги виходить, перш за все, з історичного розвитку та ресурсного оснащення підприємства. 2. Стілка конкурентна перевага визначена інноваційним характером сформованих ресурсних комбінацій

Базовим поняттям категорії динамічних спроможностей є поняття конкурентної переваги. За традиційним підходом, що базується на теоріях абсолютних і порівняльних переваг, розроблених А. Смітом та Д. Рікардо, вважається, що

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

у процесі обміну перевагу одержують ті країни, які виробляють продукцію з меншими витратами [21; 22]. Даний концептуальний підхід знаходить подальший розвиток у роботах шведських економістів Е. Хекшера і Б. Оліна, згідно з теорією яких причиною й одночасно рушійною силою розвитку міжнародної торгівлі є міждержавні відмінності у відносній забезпеченості традиційними факторами виробництва (капітал, праця, земля), що визначає відповідні структури і напрями потоків міжнародного економічного обміну. У загальному випадку під конкурентною перевагою розуміють схильні до часової динаміки внутрішні характеристики об'єкта (суб'єкта) або чинники зовнішнього середовища, що забезпечують йому перевагу над конкурентами на конкретному ринку в даний період часу; позитивні відмінності підприємства від конкурентів у деяких або в усіх видах діяльності, в іміджі та оточенні, які забезпечують підвищення соціально-економічної ефективності в короткостроковому періоді та виживання в довгостроковому за рахунок постійного пошуку нових можливостей і швидкої адаптації до змін оточення та змінних умов конкурентної боротьби [9]. З розвитком теорії стратегічного управління для визначення координації та інтегрування ресурсів [3] Г. Хемел та К. Прахалад застосовують термін «компетенція». Згідно з тлумаченням словника іноземних слів та виразів [17] термін «компетенція» (від лат. *competentia* – належність за правом) означає коло повноважень будь-якого органу чи посадовця або коло питань, у яких певна особа має досвід та знання. У галузі менеджменту персоналу компетенцією називають сукупність навичок, знань, якими повинен володіти індивід для виконання певної роботи, а також сукупність знань щодо ноу-хау, ресурсів і технологій окремих та функціональних підрозділів підприємства [9; 16].

Б. А. Доломанов у широкому розумінні називає компетенції джерелом, генератором енергії розвитку; внутрішні та зовнішні компетенції визначає як можливості (уміння, навички, здібності), що гарантують фірмі існування, порогові конкурентні переваги, для створення яких потрібен значний період часу і досвід роботи в певній галузі і в певному сегменті ринку, що позбавляє можливості конкурентів скопіювати їх у прийнятні терміни і з мінімальними витратами [15].

«Компетенція» – це особливі властивості інформаційний ресурс, що містить досвід, знання і навички щодо способу організації та управління ресурсами і бізнес-процесами (здібностями організації) для досягнення поставлених цілей, носієм якого індивідуально або колективно є працівники [18].

В. А. Верба та О. М. Гребешкова [16] дають таке визначення компетенції: компетенції підприємства (організації) – це невід'ємна складова його стратегічних активів, яка віддзеркалює комплекс колективного знання, досвіду та здібностей

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

підприємства, що в поєднанні з унікальною технологією дозволяє створювати (підтримувати) конкурентні переваги та забезпечувати неповторну відмінність підприємства у певному ринковому оточенні.

В умовах «нової економіки» («економіки знань») головним ресурсом стратегічного розвитку компанії стають не зовнішні статичні, природні та соціальні фактори, що сприяють розвитку компанії, а інтелектуальний капітал, креативний потенціал персоналу, унікальні організаційні знання та інновації [2; 7; 8; 9; 19 – 21, 26 – 31]. І в цих умовах найбільш ефективною концепцією сучасного лідерства стала вважатися концепція ключових компетенцій, запропонована Г. Хемелом та К. Прахаладом [1; 2; 4; 6]. У табл. 2 наведено результати проведеного дослідження літературних джерел на предмет визначення поняття ключової компетенції.

Таблиця 2

Визначення поняття ключової компетенції

№	Автор	Сутність поняття
1	Г. Хемел, К. Прахалад [2, 3, 4]	Найбільш важливі здібності компанії з погляду її стратегії й ефективної діяльності, що відповідають таким вимогам: є унікальними (не поширені по всій галузі або мають вищий рівень розвитку, ніж середньогалузевий); роблять найбільший внесок у підвищення цінності, що сприймається споживачем; є основою переходу підприємства на ринки майбутнього
2	В. С. Єфремов, І. А. Хаников [18]	Компетенція вищого порядку, що бере участь у створенні найбільшої споживчої вартості, є колективним знанням, що дозволяє організувати й управляти використанням інших компетенцій і здібностей, тим самим створює додаткову споживчу вартість
3	Л. В. Балабанова [24]	Сукупність внутрішніх характеристик підприємства, що забезпечують йому певне місце на ринку відносно діяльності основних конкурентів та дозволяють отримати успіх у конкурентній боротьбі
4	А. А. Томпсон, А. Дж. Стрікланд [25]	Ті дії з реалізації стратегії, конкурентні можливості, результати діяльності, які повинні забезпечувати кожне підприємство (або прагнути до цього), щоб бути конкурентоспроможним й досягнути фінансового успіху
5	Г. Я. Белякова, Є. В. Суміна [26]	Неімітовані конкурентами параметри внутрішнього середовища, що базуються на ефективній взаємодії елементів людського та організаційного капіталу; перетворюють фактори тимчасової конкурентної переваги й забезпечують зростання ринкового капіталу на основі формування стійких конкурентних переваг підприємства
6	Ф. Гуіяр, Дж. Н. Келлі [27]	Взаємопов'язаний набір навичок, здібностей і технологій, який утворює унікальність компанії у певній галузі або сфері та може застосовуватися у багатьох видах бізнесу та галузях промисловості

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

Незважаючи на все більш зростаючу увагу до концепції динамічних спроможностей та визнання актуальності даної категорії як одного з найважливіших факторів конкурентоспроможності сучасного підприємства, слід відмітити, що в літературі присвяченій даній проблематиці існує значне упущення – відсутність єдиного понятійного апарату (синонімічне використання понять «динамічна спроможність», «динамічна компетенція»), що декілька ускладнює в свою чергу вирішення інших важливих питань – визначення джерел динамізму динамічних компетенцій, ієрархічного зв'язку спроможностей, ключових ролей в часовому розподілі, структури спроможностей.

У зв'язку з цим, для подальшого єдиного розуміння категорії «динамічна спроможність» нами запропоновано ввести наступні визначення понять та позначено їх взаємозв'язок. Динамічна компетенція – наявний інформаційний, управлінський, технологічний та творчий ресурс в даний момент часу, що містить досвід, знання, нестандартне (креативне) мислення і навички щодо способу організації та управління ресурсами і бізнес-процесами для досягнення довгострокових цілей, носієм якого виступають працівники. Динамічні спроможності – це можливості підприємства в майбутньому, потенційно перспективний результат, обумовлений динамічними компетенціями. Тобто, динамічна компетенція являє собою передумови створення можливостей.

Далі розглянемо саме динамічні спроможності як основу створення довгострокової конкурентоспроможності підприємства.

У класичному розумінні динамічними спроможностями (здібностями) називають здатність організації цілеспрямовано створювати, розширювати і модифікувати свою ресурсну базу у відповідь на зміну умов зовнішнього середовища [7 – 8; 29].

У табл. 3 подано результати проведеного дослідження вітчизняних та зарубіжних літературних джерел на предмет визначення категорії «динамічна спроможність», що дозволило зрозуміти причини появи даної категорії та встановити відмінності авторських тлумачень.

Таблиця 3

Дослідження літературних джерел щодо визначення поняття динамічної спроможності

Автор	Зміст поняття	Авторський внесок
1	2	3
Д. Тис, Г. Пізано, А. Шуен [7], С. Вінтер [8]	1. Потенціал фірми в інтегруванні, створенні та перебудовуванні внутрішніх та зовнішніх компетенцій у відповідь на швидкі зміни зовнішнього середовища	1. Вихідний вектор розвитку категорії «динамічна спроможність підприємства» 2. Розгляд проактивної дії фірми

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Продовження табл. 3

1	2	3
	2. Спроможності, що впливають на поширення, модифікацію та формування простих можливостей	3. Визначено компетенцію як високо-структуровану та дуже важливу діяльність, що потребує радикальних зусиль
Г. Хемел, К. Прахлад, А. Хін, Р. Санчез, Г. Томас, Д. О'Ніл [3, 4]	Можливості координації та інтегрування ресурсів у товари і послуги в динаміці	Уточнення й розвиток поняття «динамічна спроможність»
К. Ейзенхардт, Дж. Мартін [29]	<p>1. Організаційні та стратегічні рутини, за допомогою яких фірми досягають нових комбінацій ресурсів за умов зародження, зіткнення, дроблення, еволюції або зникання ринків.</p> <p>2. Динамічні можливості виражають гнучкість при адаптації ресурсного потенціалу до нових проблем і зовнішніх умов та інноваційних можливостей</p>	<p>1. Динамічні спроможності розглядаються як мета підприємства, тому що характеризують його можливість адаптувати ресурси та компетенції до мінливих ринкових умов.</p> <p>Стратегічна цінність полягає в формуванні нових ресурсних комбінацій, що відповідають вимогам сталої конкурентної переваги.</p> <p>2. Проактивна поведінка розглянута як прояв динамічної спроможності</p>
М. Золло, С. Вінтер [31]	Результат організаційного навчання (обмін досвідом, мобілізованим індивідуальним управлінським знанням) і стабільний спосіб колективної діяльності, за допомогою якого організація систематично генерує і модифікує свою операційну рутину в прагненні до підвищення управлінської ефективності	Зроблено першу спробу визначити джерело динамізму динамічних спроможностей
В. Бурр [30]	Здатність формувати унікальні комбінації ресурсів і компетенцій у динаміці	Визначено процеси формування динамічних спроможностей як процеси набуття знань підприємством під час навчання (знання, що були набуті при вирішенні проблем та ситуацій минулого)
Т. Є. Андрєєва, В. А. Чайка [19]	Спроможність, що генерується (організаційні перетворення) та не втрачає своєї цінності протягом досить тривалого періоду, джерелом динамізму якої виступає організаційна спроможність до змін (побачити нові спроможності для розвитку, усвідомити необхідні внутрішні зміни та успішно їх реалізувати)	Виявлено та проаналізовано джерело динамізму динамічних спроможностей – організаційна спроможність до змін
Б. А. Долومانов [15]	Здібності оперативно адаптуватися до змін на ринку і цілеспрямовано управляти знаннями, володіти лідерством, мати високий інноваційний потенціал у всіх аспектах виробничої діяльності	Розробка технології управління цінністю фірми з урахуванням стадії еволюційного розвитку

1	2	3
Є. М. Смирнов [14]	Здібності, що забезпечують, з одного боку, збереження або посилення наявної конкурентної позиції підприємства, а з іншого – є головним джерелом формування нових форм конкурентних переваг в умовах швидко мінливого середовища	Вивчення та систематизація ключових положень наявних поглядів на проблему конкурентних переваг й обґрунтування підходу до формування стійких конкурентних переваг підприємства

Проаналізувавши літературні джерела, можна зробити такі висновки:

- 1) з часом зміст поняття «динамічні спроможності» розширювалося, воно розглядалось під різними кутами (основи компетенцій – знання, процеси та процедури (технології, техніка, інновації), відносини між людиною та організацією), але разом з тим на даний момент концепція динамічної спроможності ще не є завершеною;
- 2) визначення категорії «динамічні спроможності» ускладнюється внаслідок необхідності зіставлення внутрішніх і зовнішніх джерел конкурентних переваг; через зміну вимог до ведення бізнесу (баланс між оперативною та стратегічною діяльністю), відсутність єдиного розуміння базових термінів (конкурентна перевага, компетенція, спроможність), суперечності в поглядах на те, які саме ресурси та здібності є визначальними та що є джерелом унікальності підприємства;
- 3) під динамічною спроможністю вчені розуміють можливості підприємства, що належать до вищого рівня в ієрархії спроможностей підприємства, які включають ресурсні, ключові та динамічні спроможності підприємства;
- 4) динамічна спроможність є комплексною категорією, що містить ряд простих спроможностей – спроможності до генерації ідей та рішень, навчання та перейняття досвіду, передбачення та прогнозування, перетворення (гнучкість мислення), організаційні спроможності, амбітне бачення майбутнього;
- 5) розвиток динамічних спроможностей потребує значних зусиль та інвестицій.

Розглянемо більш детально місце динамічних спроможностей у сукупності спроможностей підприємства.

Базуючись на класифікації, яку запропонував Д. Колліз, автори Т. Є. Андрєєва та В. А. Чайка [19] виділяють три види спроможностей в ієрархії організаційних спроможностей підприємства:

- функціональні (операційні) спроможності, що характерні для більшості компаній галузі;

- ▶ «ключові» спроможності, що формують ключові компетенції;
- ▶ динамічні спроможності, що дозволяють поновлювати «ключові» спроможності відповідно до змін зовнішнього середовища.

Вивчаючи джерела формування конкурентних переваг Є. М. Смирнов [14] визначає три рівні структури конкурентного потенціалу підприємства: стратегічний (динамічні здібності), креативний (ключові компетенції) та функціональний (ресурси та здібності). Причому в обох випадках динамічні компетенції займають найвищий рівень в ієрархії спроможностей як ключовий фактор сучасного ефективного управління. А. Ідрісов [21], розкриваючи проблеми розробки ефективною стратегії, говорить про те, що невдача в одній стратегічній області бізнесу компенсується успіхами в інших, причому успіх компанії залежить від трьох базових груп факторів: внутрішніх, зовнішніх компетенцій та динамічних спроможностей підприємства. З урахуванням ієрархічного зв'язку спроможностей та ключової ролі динамічних компетенцій та спроможностей на *рис. 1* запропоновано концептуальну схему формування стратегічного потенціалу, що є обґрунтованою основою ефективною конкурентною стратегії на майбутніх ринках для досягнення конкурентоспроможності в умовах невизначеного зовнішнього середовища та мінливого середовища бізнесу.

На сьогодні конкурентоспроможність підприємства – це один з вирішальних факторів комерційного успіху, стабільності та інноваційності підприємства в умовах динамічних змін ринкового середовища і потреб споживачів, умова виживаності й безперервного розвитку сучасного бізнесу. Саме тому однією з актуальних є проблема встановлення рівня конкурентоспроможності як економічного показника для цілей стратегічного планування і контролю оперативного стану підприємства. Конкурентоспроможність визначено як стан системи, а не як властивість чи спроможність до конкуренції, адже властивість чи спроможність можуть бути набуті чи втрачені, а підприємство протягом усього свого життєвого циклу від створення до припинення існування перебуває у певному стані конкурентоспроможності, який може бути змінений, але не може бути втрачений.

У зв'язку з недосконалістю й неоднозначністю теоретичних засад конкурентоспроможності, розмаїттям існуючих методичних підходів до її оцінки та невизначеністю показників конкурентоспроможності на основі проведеного дослідження літературних джерел запропоновано класифікацію показників конкурентоспроможності за внутрішньою та зовнішньою спрямованістю. Розглянуто показники внутрішнього середовища (фінансові ресурси, основні фонди, технологія, трудові ресурси, інформаційно-інноваційні ресурси, управлінська діяльність, конкурентоспроможність продукції) та показники зовнішнього се-

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

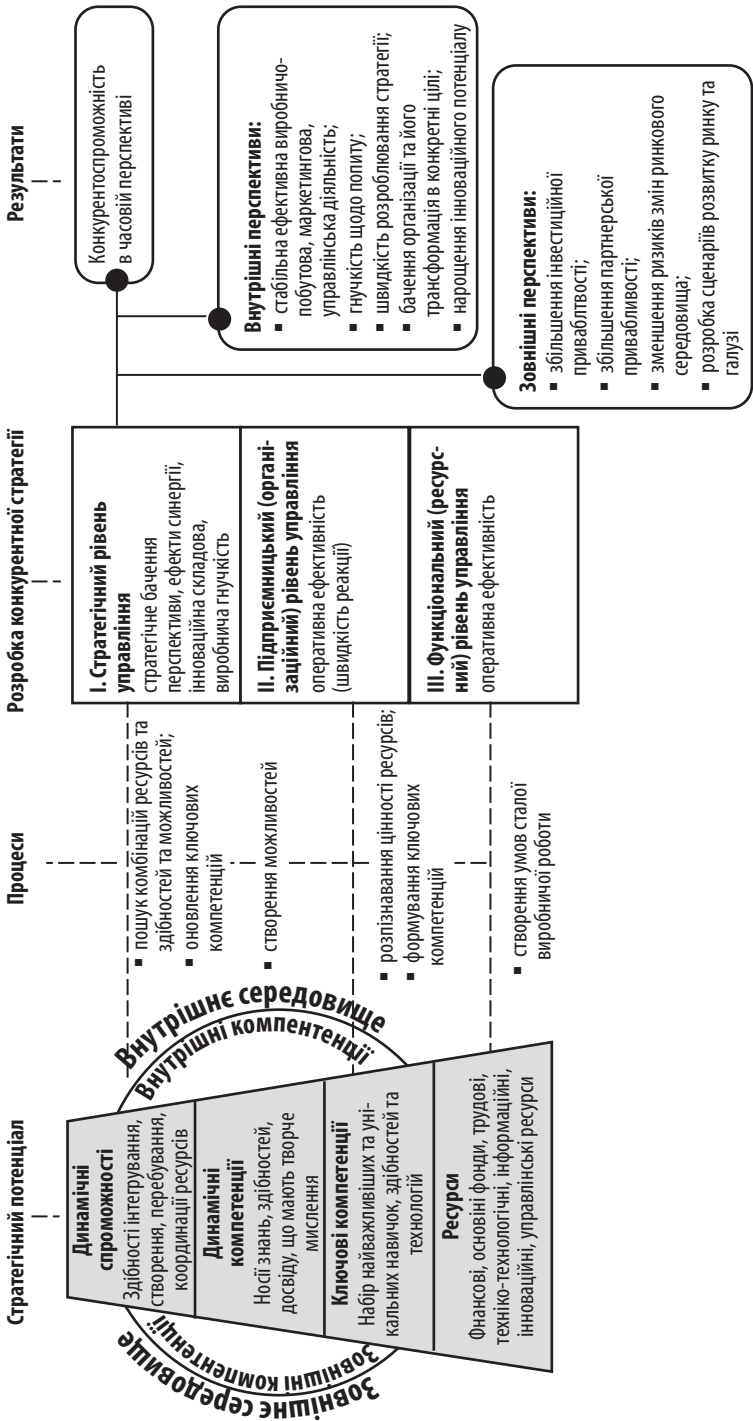


Рис. 1. Стратегічний потенціал як підґрунтя ефективної конкурентної стратегії

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

редовища: загальні щодо ринку (ємність ринку, рівень концентрації ринку, рівень диверсифікації конкурентних підприємств на цільовому ринку, рівень вхідного бар'єру, купівельна спроможність суб'єктів ринку) і показники макро, мезосередовища бізнесу (політичний, інституційний, соціокультурний, економічний, екологічний). Слід зазначити, що конкурентоспроможність має динамічний характер, інакше кажучи, ця економічна категорія є змінною та нестійкою в часовому просторі. Тоді поєднання ідеї необхідності динамічного удосконалення бізнес-процесів та визначення конкурентоспроможності з позицій внутрішнього та зовнішнього середовища є актуальним підходом до встановлення положення підприємства в бізнес-середовищі, що дозволяє дослідити процеси появи стану конкурентоспроможності в ринковому середовищі в той чи інший момент часу.

Стосовно визначення конкурентоспроможності підприємства як стану на ринку товарів і послуг відносно конкурентів можна констатувати, що на разі сформульовано комплексний підхід, який застосовується залежно від цілей поставленого завдання. Що ж до питання вчасної зміни конкурентних переваг, причому у такий спосіб, аби забезпечити той чи інший конкурентний стан – динамічні спроможності (і, в першу чергу, їх складові та джерело динамізму), то воно на сьогодні залишається відкритим.

Одним з визначальних факторів успіху організації, пов'язаним з поняттям «динамічні спроможності», сучасні науковці вважають організаційну спроможність [7; 8; 13; 19; 20; 27; 29].

Так, Д. Тис [7] говорить, що концепція динамічних спроможностей передає наявність у підприємства трьох основних навичок:

- ▶ спроможність побачити нові можливості на ринку – спроможність знайти перспективні ідеї, максимально економічні вигоди, розпізнати ніші на ринку (підприємницька частина динамічних спроможностей);
- ▶ спроможність «захопити» (скористатися) можливості зовнішнього середовища – реалізація інноваційних ідей;
- ▶ спроможність до реконструкції бізнесу, тобто до постійних змін – підтримання конкурентоспроможності шляхом поліпшення, комбінування, захисту, реконфігурації матеріальних і нематеріальних ресурсів компанії.

Якість та ефективність прийнятих стратегічних рішень дозволить інтенсифікувати розвиток першої групи спроможностей завдяки точнішому аналізу змін зовнішнього середовища. Від другої та третьої групи спроможностей більшою мірою залежатиме конкурентоспроможність підприємств, що працюють на ринках з високим рівнем ринкових змін й особливо в галузях нової економіки.

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

Інакше кажучи, йдеться про відповідність організаційної поведінки зовнішньому середовищу, про принципи прийняття управлінських рішень, зміни в теорії організації.

К. Зотт [20], фокусуючи свою увагу на тому, яким чином підприємства досягають високих результатів, говорить також про доцільні організаційні рішення, розглядає перспективи впливу динамічних спроможностей на результативність підприємств та визначає такі види здібностей: ухвалення рішення про час використання ресурсів, зокрема про проведення змін, про управління витратами й управління процесом навчання підприємств, причому підприємство, ґрунтуючись на внутрішній логіці свого розвитку, обирає один зі шляхів розвитку – імітацію чи експеримент (інновацію).

Говорячи про мінливість стратегічного потенціалу внутрішнього та зовнішнього середовища суб'єкта ринкових відносин, К. Ейзенхардт та Дж. Мартін [29] акцентують увагу на необхідності систематичних організаційних зусиль з метою підтримання та зростання цього потенціалу. Вчені розуміють динамічні спроможності як організаційні та стратегічні рутини. У такому разі організаційні спроможності полягають у можливості задати адаптаційному процесу певного напрямку, у постановці чітких і реальних цілей реалізації цього процесу, у формуванні нових ефективних комбінацій ресурсів та в інноваційних рішеннях.

Доповнюючи низку організаційних спроможностей, пропонуємо також до них віднести спроможність до створення сприятливих відносин всередині підприємства, що відбивають поведінку як окремого працівника, так і сукупності трудових ресурсів підприємства, адже від мікроклімату підприємства залежить ступінь прагнення до поставлених цілей. Йдеться про розвиток спроможностей діяти, шукати, прагнути певної мети, навіть приносити в жертву особисті інтереси заради цієї спільної (корпоративної) мети, якої можна досягти завдяки формуванню системи мотивації, стимулюванню бажання, вихованню відданості.

Іншою складовою категорії «динамічні спроможності» вважають знання як результат навчання, трансферу між носіями, комбінацій, аналогового відтворення, а також операційні знання [28], досвід (накопичена база знань), колективні процеси навчання та кодифікація накопиченого досвіду у вигляді формальних процедур [30]. Розглянемо докладніше сутність даних поглядів.

Взаємодія співробітників сприяє розповсюдженню досвіду, формуванню спільних інтелектуальних моделей і технічних навичок (ефект соціалізації), завдяки цьому досягають економії часу і коштів на навчання, і все це дозволяє отримати спроможність нарощувати інтелектуальний потенціал швидшими темпами без додаткових витрат. Колективні розмірковування над певним питанням з викори-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

станням аналогій і метафор спрощують процес розуміння й породжують концептуальне знання, що також підвищує оперативність. Комбінація «нового» (щойно створеного) знання та вже існуючого дає можливість створювати нові товари чи послуги, формувати нові системи управління, знаходити нестандартні рішення проблем або ж вирішувати старі проблеми новими, більш ефективними шляхами. Інтерналізація ж сприяє створенню операційних знань про управління проектами, виробничий процес та використання нових товарів, що, без сумніву, збільшує спроможності працівника як носія робочої сили та генератора ідей. Автори «нової теорії створення знань організації» Нонаку, Х. Такеучі [28] говорять про те, що знання є джерелом створення стійких конкурентних переваг на основі інновацій і що кожне неформалізоване знання індивідууму може бути використане для створення організаційного знання для ефективного управління інноваціями.

У роботі В. Бурра [30], який розглядає формування динамічних спроможностей як процес придбання та застосування знань, можна виділити такі ключові положення:

- ▶ знання, набуте при вирішенні певних проблем і ситуацій у минулому, може бути використане підприємством у майбутньому для вирішення схожих (але не ідентичних) проблем і ситуацій, що забезпечує підприємству додаткову гнучкість та оперативність дій;
- ▶ умовами набуття стійких конкурентних переваг є наявність бази знань на підприємстві, можливість застосувати накопичений досвід у вигляді процедур і технологій та його закріплення у певних розмежованих галузях й у функціях підприємства;
- ▶ колективні процеси навчання створюють можливість накопичення бази знань.

Знання стають основою для створення інновацій – ще однієї складової динамічних спроможностей. Створення нових товарів, комбінацій наявних ресурсів, впровадження нових технологій виробництва, систем управління, моніторингу, контролю якості, комунікацій тощо при вмілому організаційному забезпеченні та достатній базі знань дозволяють отримати стійкі конкурентні переваги, наростити стратегічний потенціал та досягти високої конкурентоспроможності в майбутньому.

Стосовно проблеми визначення джерела динамізму слід зазначити, що в літературі, присвяченій розгляду динамічних спроможностей, це питання не отримало належної уваги.

Першою роботою, покликаною дослідити дану проблему, стала книга М. Золло та С. Вінтера [31]. Автори пропонують розглядати організаційне навчання як

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

механізм створення динамічних спроможностей. Подібне розуміння динамічних спроможностей подано у роботі В. Бурра [30] (формування динамічних спроможностей як процес придбання та використання знань).

Т. Є. Андреева та В. А. Чайка у своїй праці «До дискусії про сутність динамічних спроможностей» [19] при спробі зрозуміти природу будь-якої динамічної спроможності організації роблять висновок, що з «чистоти термінології» єдиною динамічною спроможністю є спроможність до змін та пропонують як джерело динамізму динамічних спроможностей фірми розглядати організаційну спроможність до змін.

Д. Тис, говорячи про народження унікальних бізнес-моделей, стверджує, що однією з ефективних умов, за якої людина розкриває повністю свій потенціал, є розвинута організаційна культура та надання максимуму свободи при жорсткій системі контролю. Тоді працівники мають, з одного боку, свободу дій і можливість творчо, самостійно мислити й діяти, а з іншого боку, відчувають себе частиною процесів, невід'ємними складовими компанії [7].

Однією з цікавих, на думку автора, та актуальних є теза про те, що прагнення до перемоги в сучасній конкурентній боротьбі повинно забезпечуватись амбітністю управлінців [21]. У загальному випадку реалізація амбіцій потребує більше зусиль, підвищеної креативності, зацікавленості та динамізму дій. У такому разі за умови постановки реальних (досяжних) цілей, формування чіткого бачення майбутнього компанії та перетворення його в надбання працівників, активного стимулювання пошуку та застосування нетрадиційних рішень в усіх галузях діяльності компанії можна досягнути кращих результатів, ніж при традиційному забезпеченні ефективності використання ресурсів чи підтримання існуючої частки ринку в майбутньому.

Базуючись на проведеному дослідженні динамічних спроможностей, автор запропонував узагальнювальну схему складових динамічних спроможностей та джерел їх динамізму (рис. 2). Окрім цього, визначено зворотний характер взаємозв'язку між зазначеними складовими динамічних спроможностей. Наприклад, знання є підґрунтям для створення інновацій і впровадження інноваційних рішень відносно інноваційної складової динамічних компетенцій та основою ноу-хау (спроможності діяти у конкретний спосіб згідно з визначеними цілями або ж процесами), формування стратегічного мислення (сукупність стратегічного бачення, логіки, розміщення та стратегічного прийняття рішень) відносно організаційної складової. Разом з тим організаційні здібності та впроваджені інновації створюють нове знання, поповнюючи тим самим базу знань і досвіду.

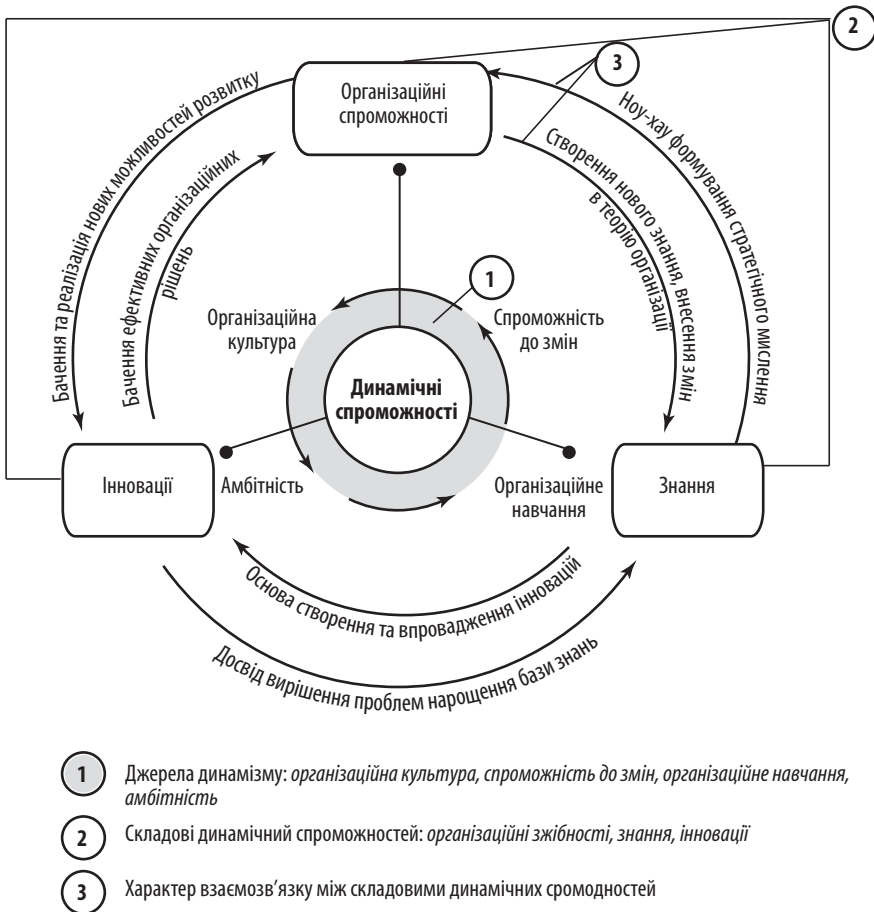


Рис. 2. Структура динамічних спроможностей та джерела їх динамізму

Таким чином, проведений аналіз наочно показує важливість дослідження проблем динамічних спроможностей, особливо актуальних за часів глобальних трансформацій, становлення нових економік, інтеграційних процесів та збільшення інформативних потоків.

Підсумовуючи сказане, як результат проведеного дослідження щодо категорії «динамічна спроможність» пропонуємо такі положення:

1. В інформаційне століття в умовах невизначеного, динамічного та жорсткого ринкового середовища одним з вирішальних факторів успіху в конкурентній боротьбі стає вміння адаптуватися та швидко реагувати на зміни попиту та дії конкурентів у процесі всебічного і постійного аналізу діяль-

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

ності конкурентів, власного стратегічного потенціалу й оцінки ефективності його використання, а також визначення положення підприємства на ринку товарів і послуг щодо конкурентів. Тому конкурентоспроможність стає однією з найважливіших категорій ринкової економіки, що забезпечує виживаність і безперервний розвиток підприємства, а проблема динамічної інтерпретації конкурентних переваг набуває все більшої актуальності.

2. У літературі можна зустріти різні думки щодо визначення поняття «динамічні спроможності». Класичним визначенням вважатимемо таке: динамічна спроможність – потенціал фірми в інтегруванні, створенні й реконфігурації внутрішніх і зовнішніх компетенцій для відповідності середовищу, що швидко змінюється [7]. Розуміння категорії ускладнюється проблемою зіставлення внутрішніх і зовнішніх джерел конкурентних переваг, зміною вимог до ведення бізнесу (баланс між оперативною та стратегічною діяльністю), відсутністю єдиного розуміння базових термінів (конкурентна перевага, компетенція, спроможність), суперечностями в поглядах на те, які саме ресурси та здібності є визначальними і що є джерелом унікальності підприємства, різноманіттям та недосконалістю перекладів робіт іноземних науковців.
3. Динамічні спроможності – спроможності вищого рівня в ієрархії спроможностей підприємства: ресурси, ключові компетенції та динамічні спроможності.
4. Положенням наукової новизни, запропонованим при розгляді питання динамічних спроможностей як одного з найважливіших факторів конкурентоспроможності сучасного підприємства є:
 - ▶ визначення понять «динамічна компетенція» та «динамічна спроможність» та розподіл цих двох понять за часом, а саме: динамічна компетенція – наявний інформаційний, управлінський, технологічний та творчий ресурс в даний момент часу, що містить досвід, знання, нестандартне (креативне) мислення і навички щодо способу організації та управління ресурсами і бізнес-процесами для досягнення довгострокових цілей, носієм якого виступають працівники. Динамічні спроможності – це можливості підприємства в майбутньому, потенційно перспективний результат, обумовлений динамічними компетенціями; позначено взаємозв'язок даних економічних категорій: динамічна компетенція являє собою передумови створення динамічних можливостей;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

- ▶ запропоновано як складові динамічних спроможностей розглядати організаційні здібності, знання та інновації;
 - ▶ визначення джерел динамізму динамічних спроможностей у складі організаційної культури, амбітності працівників та управлінців, організаційного навчання і спроможності до змін.
5. Враховуючи динамічний характер конкурентоспроможності, визначення конкурентоспроможності з позицій внутрішнього та зовнішнього середовища є, на нашу думку, актуальним підходом, тому що він дозволяє глибоко дослідити процес появи стану конкурентоспроможності в ринковому середовищі в той чи інший момент часу, з одного боку, і враховує аспекти динамічних здібностей компанії (інформаційно-інноваційну, технологічну та управлінську складові), з іншого.
6. Недосконалість понятійного апарату, класифікації показників динамічних спроможностей, майже повна відсутність досліджень щодо визначення природи виникнення динамізму спроможностей зумовлюють необхідність подальшого вивчення проблем динамічних спроможностей і приділення особливої уваги їх впливу на формування конкурентоспроможності сучасних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия [Текст] / И. Ансофф.– СПб. : Питер Ком, 1999.– 416 с.
2. Хемел, Г. Конкурируя за будущее [Текст] / Г. Хемел, К. Прахалад.– М. : Олимп-бизнес, 2002.– 216 с.
3. Хемел, Г. Стратегическая гибкость [Текст] / Г. Хемел, К. Прахалад, Г. Томас, Д. О'Нил : пер. с англ.– СПб. : Питер, 2005.– 385 с.
4. Rahalad, C. K., Hamel, G. The Core Competence of the Corporation [Текст] // Harvard Business Review, 1990. Vol. 68. № 3. P. 79–91. (Рус. пер. : Прахалад К. К., Хамел Г. Ключевая компетенция корпорации // Вест. СПбГУ. Сер. 8 «Менеджмент».– Вып. 3.– 2003.– С. 18 – 46).
5. Портер, М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер; ред. В. Д. Щетинина.– М. : Международные отношения, 1993.– 896 с.
6. Porter, M. Competition [Текст] / M. Porter, E. Michael.– Harvard Business Press, 1998.– 496 p.
7. Тис, Д. Дж. Динамические способности фирмы и стратегическое управление [Текст] / Д. Дж. Тис, Г. Пизано, Э. Шуен // Вестник СПбГУ. Сер.8 «Менеджмент».– 2003.– Вып. 4 (№ 32).– С. 133 – 185.
8. Winter, S. G. Understanding dynamic capabilities [Текст] / S. G. Winter // Strategic Management Journal.– 2003.– Vol.10.– P. 991 – 995.

Динамічні спроможності як один з найважливіших факторів конкурентоспроможності...

9. Конкурентоспроможність: проблеми науки і практики: монографія.– Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006.– 248 с.– В содерж. авт.: М. І. Долішній, І. П. Булеєв, М. О. Кизим, Ю. Б. Иванов, І. П. Отенко, П. А. Орлов [и др.]
10. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] / Ю. Б. Иванов, А. М. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова. – Х. : Изд-во ХНЭУ, 2004.– 256 с.
11. Грант, Р. М. Ресурсная теория конкурентных преимуществ: практические выводы для формулирования стратегии [Текст] / Р. М. Грант // Вестник СПбГУ. Сер. 8 «Менеджмент».– Вып. 3.– 2003.– С. 47 – 75.
12. Катькало, В. С. Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий [Текст] / В. С. Катькало // Вестник СПбГУ. Сер. «Менеджмент».– 2002.– Вып. 4.– С. 20 – 42.
13. Бухвалов, А. В. Современные трактовки стратегий диверсификации [Текст] / А. В. Бухвалов, В. С. Катькало // Российский журнал менеджмента.– Том 6, №1.– 2008.– С. 57 – 64.
14. Смирнов, Є. М. Обґрунтування підходу до формування стійких конкурентних переваг підприємства [Текст] / Є. М. Смирнов // Торгівля і ринок України.– Вип. 26.– 2008.– С. 64 – 71.
15. Долманов, Б. А. Методология формирования технологии управления ценностью фирмы [Электронный ресурс] / Б. А. Долманов : доповідь на VII Міжнародній научній конференції «НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ», 2008.– <http://conference.kemsu.ru>.
16. Верба, В. А. Проблеми ідентифікації компетенцій підприємства [Електронний ресурс] / В. А. Верба, О. М. Гребешкова // Інтернет портал для управленців, 2004.– www.management.com.ua.
17. Новейший словарь иностранных слов и выражений.– М. : Изд-во АСТ, Мн. : Харвест, 2002.– 419 с.
18. Ефремов, В. С. Ключевая компетенция организации как объект стратегического анализа [Текст] / В. С. Ефремов, И. А. Ханыков // Менеджмент в России и за рубежом.– № 2.– 2002.– С. 8 – 33.
19. Андреева, Т. Е. К дискуссии о сущности динамических способностей [Текст] / Т. Е. Андреева, В. А. Чайка // Вестник СПбГУ. Сер. 8 «Менеджмент».– Вып. 4.– 2006.– С. 163 – 174.
20. Зотт, К. Динамические способности и внутриотраслевые различия результатов деятельности фирм: исследование с использованием имитационного моделирования [Текст] / К. Зотт // Российский журнал менеджмента.– 2008.– № 6 (1).– С. 89 – 130.
21. Идрисов А. Стратегия, основанная на ключевых компетенциях и динамических способностях компании [Электронный ресурс] / А. Идрисов // Интернет портал для управленцев, 2002.– www.management.com.ua.
22. Рикардо, Д. Начало политической экономии и налогового обложения [Текст] : сб. соч. : в 5 т. / Д. Рикардо.– М. : Госполитиздат, 1941.– Т. 1.– 280 с.
23. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] : пер. с англ. / А. Смит.– М. : Наука, 1992.– 572 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

24. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід [Текст] : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод.– Донецьк : ДонДУЕТ ім. Туган-Барановського, 2006.– 294 с.

25. Томпсон-мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа [Текст] : пер. с англ.– 12-е изд. / Артур А. Томпсон-мл., А. Дж. Стрикленд III.– М. : Вильямс, 2002.– 928 с. : ил.– Парал. тит. англ.

26. Белякова, Г. Я., Сумина, Е. В. Ключевые компетенции как основа устойчивого конкурентного преимущества предприятия [Электронный ресурс] / Г. Я. Белякова, Е. В. Сумина // Электронный журнал «ИССЛЕДОВАНО В РОССИИ», 2005.– <http://zhurnal.ape.relarn.ru/articles/2005/104.pdf>.

27. Гуияр Ф. Ж. Преобразование организации : пер. с англ. / Ф. Ж. Гуияр, Дж. Н. Келли.– М. : Дело, 2000.– 376 с.

28. Нонака И. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах : пер. с англ.– М. : Олимп – Бизнес, 2003.– 384 с.

29. Eisenhardt K. Dynamic Capabilities: What are they? / K. Eisenhardt, J. Martin // Strategic Management Journal.– 2000.– № 18.– P. 1107.

30. Бурр В. Концепция устойчивого конкурентного преимущества / В. Бурр // Проблемы теории и практики управления.– 2003.– № 3.– С. 107 – 113.

31. Zollo M. Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities / M. Zollo, S. G. Winter // Organization Science.– 2002.– Vol. 13. № 3.– P. 339 – 351.

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

Матюшенко І. Ю., кандидат технічних наук, професор

Заступник начальника Головного управління зовнішньоекономічних зв'язків і європейської інтеграції Харківської облдержадміністрації

Вступ

Сьогодні бурхливий розвиток інформаційних технологій став важливою ознакою розвитку сучасного суспільства і науково-технічного прогресу. І Україна завдяки, перш за все, інтелектуальному потенціалу має всі шанси увійти у коло сучасних інформаційно розвинутих держав. Як наслідок, проблема пошуку вигідної політики для підприємств, що працюють у сфері інформаційних технологій, стає актуальною для економіки будь-якої країни, що претендує на помітне місце серед технологічно розвинених держав.

Впровадження аутсорсингової моделі виробництва, за якої ІТ – компанія виконує роботу «під замовлення», дозволяє їй суттєво знижувати свої ризики на розробку програмного забезпечення. Питання аутсорсингової форми впровадження ІТ-технологій посідає чільне місце як у дослідженнях багатьох сучасних вітчизняних вчених, в тому числі: Б. Анікіна, Р. Д. Арчибальда, М. Арутюняна, Н. Єрмошкина, С. В. Жаркова, М. М. Горбунова, Л. Г. Кісуриної, А. Кузеева, Л. Мельника, І. М. Ніколаєва, Ю. Поляка, А. М. Порунова, А. А. Смирнова, Л. Старикова, В. Черенкова, Г. В. Чугунова тощо, так й іноземних фахівців: Р. Аалдерса, Е. Андерсена, С. Анга, Б. Барні, Дж. Бартелемі, П. Готтшалька, Б. Клотта, Д. Мошелли, Х. Соллі-Сетера та інших [1 – 21, 24 – 45].

У той же час, в умовах активного використання закордонними замовниками нових розробок та інтелектуальної власності України питання визначення проблем і формування рекомендацій щодо використання аутсорсингової форми впровадження на ІТ – підприємствах для кожного регіону України потребує досконального та систематичного дослідження.

1. Існуюча система використання аутсорсингу при впровадженні інформаційних технологій

Аутсорсинг (від англ. *outsourcing*: зовнішнє джерело) – передача організацією певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншій компа-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

нії, яка спеціалізується у відповідній галузі [1, с. 32]. На противагу від послуг сервісу та підтримки, які мають одноразовий, епізодичний характер і обмежені початком та кінцем, на аутсорсинг передаються зазвичай функції з професійної підтримки безперебійної працеспроможності окремих систем та інфраструктури на основі тривалого контракту (не менше 1 року) [24, с.16].

Аутсорсинг у сфері ІТ – передача сторонньому підряднику ряду внутрішніх послуг і (або) внутрішніх сервісів компанії-замовника, в тому числі на базі використання (наприклад, оренди) його програмних продуктів, додатків, технічних засобів та фрагментів інфраструктури [1, с.3 5]. Найпростішим варіантом подібної практики є хостинг, тобто супроводження, підтримка та подальший розвиток сайту компанії. Багато сучасних компаній користуються послугами аутсорсингу, що свідчить про його популярність і вигідність для кінцевого споживача. Аутсорсинг також можна розглядати як сервіс, організований певною компанією, де кілька послуг надаються комплексно для повного охоплення потреб клієнта [1, с. 36].

Якщо для побудови інформаційної системи або її обслуговування компанія не хоче задіяти власні внутрішні ресурси, вона може залучити для цієї роботи іншу фірму, зайняту наданням таких послуг. Тобто передача обслуговування обчислювального центру організації, мереж зв'язку або впровадження та розвиток додатків зовнішнім постачальникам є аутсорсингом [24, с. 32].

Стосунки аутсорсингу пов'язують постачальника та клієнта. Постачальник – це фірма, у якої є технологія. У різноманітних дослідженнях такі компанії мають різні назви: наприклад, «сорсингова фірма» [45, с. 33] або «аутсорсієр» [31, с. 23]. Клієнт – фірма, яка бажає отримати технологію. Таку фірму іноді позначають як «споживач аутсорсингових послуг» [26, с. 72]. У табл. 1 наведено ряд ключових понять, які використовуються під час роботи з аутсорсинговою моделлю виробництва.

Таблиця 1

Визначення ключових термінів при роботі з ІТ- аутсорсингом

Термін	Визначення
1	2
Внутрішнє постачання	Практика оцінки можливості аутсорсингу та підтвердження правильності політики подальшого використання ресурсів внутрішньої ІТ – служби для досягнення тих же цілей, що й при аутсорсингу
Офшорна контракція	Практика переносу бізнес-процесів на територію інших країн для зменшення витрат без значних втрат якості. Також називається глобальним аутсорсингом
Аутсорсинг	Процес, у ході якого організація приймає рішення про передачу на контрактній основі або продажі ІТ – активів у сукупності з персоналом і (або) функціями обслуговування зовнішньому постачальнику у обмін на забезпечення та управління активами або службами за обумовлене винагородження протягом узгодженого періоду

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

Закінчення табл. 1

1	2
Вибіркове постачання	Передача окремих функцій ІТ – підрозділів компанії зовнішнім постачальникам при виділенні на ці цілі від 20% до 80% ІТ – бюджету
Постачальник	Фірма, у якій є технологія. З англійської також має назву «vendor», «supplier», «outsourcer»
Клієнт	Фірма, яка бажає отримати технологію. З англійської також має назву «client», «customer», «outsourcee»
Трансформаційний аутсорсинг	Партнерство з іншою компанією для досягнення швидких, значних та стійких покращень у корпоративній продуктивності праці

Таблиця складена автором за матеріалами: [26, с. 32 – 64].

До **видів ІТ-аутсорсингу** належать: розробка різних видів програмного забезпечення; розробка, впровадження та підтримка інформаційних систем; консалтингові послуги в галузі e-бізнесу; web-хостинг; системна інтеграція; забезпечення видів інтернет-послуг (інтернет-*service providing* – ISP); web-дизайн; забезпечення використання різних видів програмного забезпечення (*Application service providing* – ASP) [9, с. 55].

У зв'язку з тим, що види ІТ-аутсорсингу пов'язані між собою, окремо виділяються повний та частковий ІТ-аутсорсинг. *Повний ІТ-аутсорсинг* – включає в себе розробку програмного забезпечення, сервісну підтримку розробленого програмного забезпечення, технічну підтримку, навчання користувачів, адміністрування мереж та зберігання даних, відновлення системи у випадку збою, хостинг додатків, управління IP – телефонією (не завжди), стратегічне планування інформаційної інфраструктури, послуги інтернет-провайдера. Він найбільш широко реалізується в великих промислових організаціях, які мають фінансові кошти та при цьому настільки зацікавлені у економії різних витрат, що готові забезпечити її усіма доступними способами. *Частковий ІТ-аутсорсинг* – включає лише один або декілька видів ІТ – послуг [26, С.120].

Структура видів ІТ-аутсорсингу включає в себе позиції, які дублюються або перетинаються. Укрупнена структура ІТ-аутсорсингу не має розгалуженого вигляду, до неї належать: *application service providing* – ASP, офшорне програмування, тестування програмного забезпечення, електронний бізнес. У класичному варіанті під ASP розуміють доступ через інтернет (або за іншими каналами) до програмних засобів та даних (додатків), які розташовані у провайдера (аутсорсера), за умов періодичної оплати [24, С.39].

Офшорне програмування – це розробка програмних комплексів на замовлення у ситуації, коли замовник та виконавець віддалені один від одного територіально.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Тестування програмного забезпечення як окремий вид ІТ-аутсорсингу отримав розвиток головним чином завдяки офшорному програмуванню, так як питання якості програмних засобів завжди були актуальними.

Електронний бізнес – це здійснення організацією більшої частини бізнес-функцій електронними засобами [1, с. 241].

У табл. 2 та 3 наведені причини використання аутсорсингу, а також вказана частка успішних спроб згідно аутсорсинговому дослідженню, проведеного *Saratoga Institute and Andersen Consulting*. Можна зробити висновок, що частіше за все аутсорсинг розглядається у якості тактичного, а не стратегічного рішення, та використовується як можливість позбавитися від щоденних адміністративних задач у якості тактики для зниження витрат.

Таблиця 2

Причини аутсорсингу

Причини аутсорсингу	Досягнуті, %	Не досягнуті, %	Невпевнені, %
Збільшення ефективності витрат	82	5	13
Зниження адміністративних витрат	75	8	17
Отримання вигоди від технологічних новацій	82	7	11
Покращення обслуговування клієнтів	70	19	11
Переорієнтація відділу роботи з персоналом на планування та розробку стратегії	66	15	19
Можливість зосередитися на питаннях бізнесу	63	21	16
Зниження накладних витрат компанії	82	9	9
Безперебійна реалізація послуг	47	38	15
Брак штатних співробітників	69	27	4
Підвищення задоволеності учасників	54	27	19
Скорочення часу відгуку на запит	59	29	12
Контроль ризиків	53	29	8
Гнучкіше обслуговування спеціальних потреб	41	38	11
Збільшення точності	49	41	10
Точніше значення витрат на адміністрування	45	44	11
Реалізація управління загальною якістю	17	71	12

Таблиця складена автором за матеріалами: [47].

Внутрішні причини, що змушують звернутися до послуг сторонніх фірм, незважаючи на те, що передача технічного обслуговування та системного адміністрування стороннім організаціям створює істотні ризики інформаційної

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

безпеки, обумовлені потребою, що виникає всередині самої організації, а саме необхідність: зосередитися на основній діяльності, не відволікаючись на непрофільні напрямки; у найкоротший термін налагодити й оперативно підтримувати безперебійну роботу інформаційних систем; скоротити фінансові витрати на побудову й підтримку ІТ-систем; оперативно залучати кваліфікованих фахівців до розв'язання ІТ-завдань; одержати швидкий доступ до передових інформаційних технологій; знизити ризик втрати важливих даних [6, с. 339].

Таблиця 3

Частка вдалих спроб використання аутсорсингу

Причини аутсорсингу	Частка, %
<i>Найбільш загальні причини</i>	
Покращення діяльності відділу роботи з персоналом	91
Доступ до технологій	74
Доступ до новацій	70
<i>Другорядні причини аутсорсингу</i>	
Передбачувана заробітна платня на відділ роботи з персоналом	36
Збільшення гнучкості	34
Зменшення витрат на адміністрування в перерахунку на одного адміністративного працівника	31
<i>Найменш важливі причини для аутсорсингу</i>	
Зниження ризиків	44
Перебудова та перефокусування ресурсів відділів роботи з персоналом	42
Зменшення витрат на адміністрування в перерахунку на одного адміністративного працівника	41
<i>Основні критерії, відображені в угоді з якістю</i>	
Передбачувана заробітна платня на відділ роботи з персоналом	76
Зменшення витрат на адміністрування в перерахунку на одного адміністративного працівника	70
Доступ до технологій	54

Таблиця складена автором за матеріалами: [47].

Схема надання ІТ-послуг на активах постачальника вигідна як постачальнику, так і споживачу. Для споживача – одразу зникають проблеми з оновленням активів, питання з масштабуванням вирішуються значно легше, і саме головне – така послуга значно дешевша, ніж для випадку придбання власних активів, не тільки тому, що відсутні капітальні затрати. Послуги виходять значно дешевше через можливість постачальника використовувати саме ті активи, з якими він найкраще за все вміє працювати, для яких у нього є кваліфікований персонал, завантаження якого може бути оптимальною. У випадку використання постачальником різ-

норідних активів замовника, виникає необхідність в спеціалістах різноманітної кваліфікації, з їх неповним завантаженням та використанням і відсутністю можливості глибоко сконцентруватися на якому-небудь одному рішенні. Використання *постачальником* однорідних ІТ-активів дозволяє гнучко підходити до питань масштабування, адже недозавантаженість активів та відсутність необхідності їх додаткового придбання спонукає компанії до перерозподілу витрат [2, с. 96].

Основною тенденцією на ринку продажу ІТ-аутсорсингу сьогодні є перехід до більш комплексних послуг, на активах постачальника.

Для ефективного використання програм аутсорсингу необхідно відповідати наступним вимогам: розуміти цілі та задачі компанії; мати стратегічне бачення та план; вибрати відповідну сторонню організацію; постійно керувати взаємозв'язками; відповідним чином структурувати аутсорсинговий контракт; мати відкриті комунікації з групами та окремими співробітниками; бути залученими у процесі керівництва та забезпечувати підтримку; приділяти увагу питанням окремих співробітників; не мати розбіжностей з фінансових питань; використовувати досвід інших організацій [12, с. 50].

2. Світовий досвід використання ІТ-аутсорсингу

На початку третього тисячоліття почався новий етап захоплення сучасними бізнес-технологіями. Однією з таких технологій була відмова від непрофільної для організації діяльності й концентрація зусиль на тому, що дана компанія може робити краще за всіх.

Глобальний аутсорсинг – напрямок світової економіки, який розвивається швидкими темпами. За деякими оцінками, по всьому світу у офшори повинно переміститися близько 3,3 млн робочих місць. Клотт дослідив перспективи глобального аутсорсингу та зміни характеру робіт. Стратегічні вигоди аутсорсингу – це скорочення витрат, збільшення ефективності використання активів та збільшення прибутку [35, с. 153].

Теоретики вважають, що зміна характеру конкуренції пов'язана з двома факторами: глобалізацією торгівлі, яка породжує всесвітню конкуренцію; розвитком технологій, які змінили характер базових бізнес-процесів, пов'язаних із часом та відстанями. Глобалізація та технології ставлять фірми у такі умови, коли в інтересах самозбереження їм необхідно скорочувати витрати та збільшувати ефективність [35, с. 160].

Як видно з *табл. 4*, на кінець 2009 року прогнозується загальний обсяг витрат на інформаційні технології у 2,7 трлн дол. США, що більше на 0,5% у порівнянні до попереднього 2008 року.

Світові витрати на інформаційні технології, млн дол. США

Галузь	Загальні витрати на ІТ, 2009	Загальні витрати на ІТ, 2008	2008 –2009 Зростання, %
Комунальні послуги	131,812	128,146	2.9
Охорона здоров'я	88,012	86,080	2.2
Уряд	428,289	419,533	2.1
Комунікації	371,515	368,341	0.9
Освіта	59,961	59,341	1.0
Сільське господарство, гірнична промисловість та будівництво	29,658	29,386	0.9
Послуги	192,622	190,304	1.2
Роздрібна торгівля	153,755	153,331	0.3
Транспорт	105,806	105,085	-0.2
Фінансові послуги	554,388	558,496	-0.7
Оптова торгівля	81,446	81,158	0.4
Виробництво	479,586	482,723	-0.6
Всього	2,676,850	2,662,825	0.5

Таблицю складено автором за матеріалами: [41, С.211].

Найбільш зростаючими сегментами споживання ІТ-послуг стануть сегменти комунальних послуг, охорони здоров'я та уряду. При цьому, незважаючи на світову фінансову та економічну кризу, незначне зниження витрат на ІТ-сектор прогнозується тільки для сегментів транспорту, фінансових послуг та виробництва.

ІТ-функції передаються на аутсорсинг у таких масштабах, що в індійському місті Бангалорі та навколишній місцевості, вже виникла «Нова Кремнієва долина», яка стала головним аутсорсером для ІТ-служб, оскільки витрати тут значно нижчі, а кваліфікація працівників дуже висока. Це призвело до утворення великих індійських аутсорсингових компаній, таких як *Infosys*, *Tata Consultancy* та *Wipro*. З 2003 року в Індії у галузі інформаційних технологій було прийнято на роботу більше 500 тис. чоловік. Повторити успіх і стати центром інформаційних технологій для американських фірм намагаються і деякі інші країни, такі як Ірландія, Ізраїль та Філіппіни. З 2004 року одним із напрямків глобального аутсорсингу, що найбільш швидко розвиваються, став *аутсорсинг бізнес-процесів*. Він починався з угод про процеси бек-офісу з виконання фінансових та бухгалтерських операцій, в тому числі: складання платіжних відомостей, облік кредиторської та дебі-

торської заборгованості, фінансовий облік, страхування та облік майна, а потім розповсюдився на інші галузі [14, с. 11].

Різниця у заробітній платні дає деяке скорочення витрат, але по-справжньому серйозний вигреш надходить за рахунок поєднання економії з високою кваліфікацією співробітників. При цьому лише у небагатьох країнах Азії можна знайти достатньо англомовних співробітників для кола-центрів та служб технічної підтримки, щоб мати справу із іноземними клієнтами. В той же час, Китай щорічно випускає 350 тис. дипломованих інженерів, а США – тільки 90 тис. [26, с. 48]. Найпотужніші індійські аутсорсери працюють на рівні п'ятої моделі розвитку можливостей сервісу, що відповідає найвищому ступені кваліфікації та досвіду, тоді як більшість ІТ-відділів у американських компаніях працюють на другому або третьому рівнях. Багато азійських компаній володіють унікальними навичками. Розробники у Китаї та Тайвані у більшій мірі зосереджені на проектуванні для виробництва, ніж їх американські колеги, які схильні надавати особливу увагу функціональності та продуктивності продукту. Поєднання низьких заробітних плат та великої кількості висококваліфікованих претендентів на робочі місця дозволяють азійським компаніям використовувати методи управління, які сильно відрізняються від тих, що використовуються в розвинених економіках. Офшорні компанії витрачають великі кошти на пошук працівників з необхідною кваліфікацією, оскільки вони можуть дозволити собі вибирати. Окрім того, частка менеджерів (від загальної кількості співробітників) тут вище, тому вони можуть витрачати більше часу на розвиток необхідних навичок у підлеглих [21, с. 171].

Такі компанії як *Infosys*, *Wipro*, *Cordiant*, *Tata*, *MachroTech* у числі технологічних компаній зі штаб-квартирою в Індії приймають на себе все більше технічної роботи від американських та інших фірм. Індійські ІТ-провайдери здійснюють розробку системного та прикладного програмного забезпечення, підтримують кола-центри для обслуговування клієнтів замовника, виконують ряд інших високотехнологічних задач. Успіх цих офшорних ІТ-аутсорсерів у значній мірі обумовлений двома економічними тенденціями. *По-перше*, після економічного спаду американські компанії все більше фокусують увагу на власних основних навичках та напрямках діяльності, а велика кількість різноманітних послуг, які не мають безпосереднього відношення до їх місії, передають на аутсорсинг тим, хто спеціалізується на технологічному обслуговуванні. *По-друге*, в умовах стабілізації або навіть скорочення прибутків компанії намагаються максимально скоротити витрати і знову починають скося дивитись на дорогі технології. Принцип, який використовується індійськими ІТ-компаніями для обернення цих тенденцій на свою користь, дуже простий: це першокласне технологічне обслуговування за значно меншими цінами. Запропоновані низькі ціни пояснюються у першу чер-

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

гу використання висококваліфікованих індійських спеціалістів з високих технологій, яким у Індії часто платять набагато менше, ніж їх колегам в Сполучених Штатах. В умовах різкого спаду зайнятості у США, коли навіть у секторі високих технологій пройшла хвиля тимчасових звільнень, американські політики, технічні спеціалісти та працівники незадоволені тим, що все більший потік роботи йде на аутсорсинг до офшорних провайдерів [16, с. 20].

У випадку об'єднання ринків праці їх незадоволення може значно вплинути на міжнародний аутсорсинг. В умовах здійснення глобального аутсорсингу на переговорах про збільшення заробітної платні компанія може пригрозити представникам профспілки, що перейде на міжнародний аутсорсинг, але не здійснити цей намір. У таких умовах постійне зниження собівартості міжнародного аутсорсингу має на увазі зниження ставок заробітної платні, збільшення рівня зайнятості та загального рівня соціального забезпечення [26, с. 264]. Майже дві третини компаній, які займаються розробкою та продажем програмного забезпечення, вже використовують офшори. Оскільки сітьові технології дозволяють компаніям легко виходити на глобальний ринок талантів, використання офшорів сприяє зниженню внутрішньої заробітної платні.

Географія переміщення бізнес-процесів визначається як третя хвиля географічно обумовлених змін в структурі та діяльності корпорацій. У рамках *першої хвилі* покращення інфраструктури у ХХ сторіччі дозволило корпораціям шукати можливості ефективнішого виробництва у ширших географічних кордонах, що забезпечило їм доступ на нові ринки та до нових матеріальних ресурсів – земель, місцевих заводів, шахт, робочої сили. У рамках *другої хвилі*, коли у другій половині ХХ сторіччя ринки капіталу стали глобальними та взаємопов'язаними, корпорації почали розташовувати капітали на жвавих глобальних фінансових ринках, купляючи акції і надаючи кредити. Активна фаза *третьої хвилі* здійснюється сьогодні, у рамках якої бізнес-процеси, білінг, обслуговування клієнтів, обробка рахунків та розрахункових відомостей, а також проектування та розробка, можуть здійснюватися незалежно від фізичного місцезнаходження [11, с. 42].

Рівень розвитку та структура ринку аутсорсингу є показником економічного потенціалу країни. Такий спосіб ведення бізнесу вимагає певної розвиненості економіки і комерційної свідомості, але, незважаючи на це, головними експортерами аутсорсингових послуг на сьогодні є не самі передові держави — Індія і Китай, проте найбільше населені (більше 1,1 млрд і 1,3 млрд чоловік відповідно), тобто вигідні за вартістю робочої сили – одному з ключових показників офшорної привабливості [48].

Структура світового ринку ІТ-аутсорсингу виглядає таким чином: стандартні трансакції (білінг, карт-процесінг) – 64%, обслуговування та супроводження кор-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

поративних мереж та обчислювальних центрів – 17%, планування та системна інтеграція – 10%, хостінг комунальних систем та web-серверів – 6% [47].

Обсяг загальносвітового ринку аутсорсингу за підсумками 2007 року виріс на 19,31%, досягнувши 297 млрд дол. Отримані результати опинилися значно вищими, ніж прогнозувалися. Також очікується їх стабільне зростання на період до 2010 року. Згідно припущенню XMG, обсяг ринку аутсорсингу до кінця 2010 року досягне 450 млрд дол. [46, с. 32].

Індія за підсумками 2007 року отримала 34,1 млрд дол., а її CAGR в даному сегменті склав 29,5%. Частка цієї країни в загальному об'ємі прибутків від послуг аутсорсингу тепер дорівнює 11,5% [50]. Аналітики XMG вважають, що Індія залишиться лідером в сегменті офшорингу як мінімум до 2010 року з часткою не менш, ніж 15%. В той же час, прибуток Китаю від офшорингу за 2009 рік оцінюється в 13,1 млрд дол. (CAGR — 47,9%), а частка на світовому ринку — 4,4% [51].

Крім Індії та Китаю, значне зростання офшорного програмування спостерігається й в інших державах Азії. Так, за останні роки Філіппіни досягли безпрецедентного показника середньорічного приросту (CAGR) в 62%. У 2006 році на долю Малайзії і Філіппін доводилося відповідно 1,04% і 1,02% доходів загальносвітового ринку аутсорсингу [51].

Щодо перспектив розвитку ІТ-аутсорсингу, то ґрунтуючись на макроекономічних даних, *Forrester Research* переглянула у бік зменшення прогнози, що стосуються витрат на ІТ в світі на 2008 та 2009 роки. Тепер аналітики припускають, що об'єм загальносвітових витрат на ІТ-устаткування і сервіси підвищиться не на 9%, як прогнозувалося раніше, а на 6%. Не дивлячись на це, на переконання *Forrester Research*, потреба в ІТ-аутсорсингу збільшиться на 9% [48].

Експерти ERI (*Everest Research Institute*) повідомляють, що число зареєстрованих в 2008 – 2009 роках контрактів вартістю 1 млрд дол. і більше в галузі ІТ-аутсорсингу знизиться. На думку ERI, така тенденція є результатом уваги, що зростає, до подовження вже укладених договорів, а також конкуренції, що посилюється, між постачальниками послуг. Найближчим часом відбудеться зростання кількості таких контрактів, оскільки деякі компанії, що входять в список *Fortune 100*, не виключили вірогідності підписання такого роду контрактів [49].

3. Розвиток аутсорсингу інформаційних технологій в Україні

Для України ринок послуг аутсорсингу складається, в основному з ІТ-аутсорсингу, а також аутсорсинг кадрів та бухгалтерії. Першими функціями ІТ-аутсорсингу, що були запропоновані на ринку, стали технічне обслуговування офісної техніки й системне адміністрування. Згодом, цей список поповнили

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

аутсорсинг ІТ - інфраструктури, управління додатками й аутсорсинг ІТ-фахівців [46, с. 33].

Останнім часом в Україні значними темпами розвивається напрямок аутсорсингу ІТ-послуг. Підприємства замість розширення штату ІТ-спеціалістів переходять до закупівлі послуг зі сторони. Обсяг ринку ІТ-послуг постійно зростає, як і конкуренція на ньому. Питання засобів та напрямків продажу ІТ-послуг стає все більш актуальним. Із досвіду передових компаній видно, що частіше за все найважливішим фактором є не тільки те «яким чином продавати», але й саме «що продавати». Успішні західні компанії у галузі ІТ-аутсорсингу представлені на ринку з майже протилежним продуктом, ніж українські компанії [45].

Під час порівняння світового ринку ІТ-аутсорсингу з українським, виявляється декілька значних відмінностей, наведених у *табл. 5*.

Таблиця 5

Відмінності між світовим та українським ринком ІТ-аутсорсингу

№	Фактор	США, Європейські країни	Україна
1.	Об'єм контрактів (млрд дол./міс)	> 2,5	< 0,7
2.	Тривалість контрактів (рік)	5 – 10	1 – 5
3.	Види послуг	Визначають технічну стратегію та політику	Обслуговують активи замовника
4.	Доля коопитивного аутсорсингу (компанія належить до групи замовника)	25%	90%

Таблиця складена автором за матеріалами: [45].

Перший та другий пункти таблиці невід'ємно пов'язані між собою: найбільші контракти не рідко укладаються на тривалі терміни, що і є причиною їх значних сум. Стосовно третього пункту: надання послуг на власних активах не вигідне лише на короткий час. Що ж стосується коопитивного аутсорсингу, то компанія, яка виконує замовлення лише для материнської компанії, зовсім не орієнтована на бізнес та на пов'язаний із цим ризик і на своїх потенційних клієнтів.

Український ринок експорту ІТ-послуг та продуктів переважно невеликий у світовому масштабі, але дуже перспективний. Як вважають аналітики компанії *Gartner*, Україну, з точки зору експорту ІТ-послуг та продуктів, можна віднести до категорії «*Up and comers*» («Перспективні»). Країни цієї категорії незважаючи на те, що не мають значних обсягів бізнесу експорту ІТ-послуг та продуктів, мають значні можливості виходу на світові ринки завдяки відповідним спеціалізаціям [59].

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

З метою аналізу існуючого стану українського ринку експорту ІТ-послуг і продуктів був ініційований проект, який отримав назву «*Ukrainian Software World*». Метою якого було: збір даних, їх аналіз та розробка електронного каталогу українських експортно-орієнтованих ІТ – компаній.

Спочатку проект був ініційований у вересні 2005 року та перший етап був закінчений у березні 2006 року. У березні-травні 2007 року «ESP Консорціум» за активною підтримкою міжнародної консалтингової корпорації *SIGMA Group*, яку у країнах США представляє компанія *Eclipse SP*, провели додаткове дослідження, в ході якого були проаналізовані 102 українські компанії. Опитувалися найбільш помітні компанії з наступних міст: Київ, Харків, Дніпропетровськ, Львів, Запоріжжя, Вінниця, Одеса, Луганськ, Донецьк, Севастополь. Найбільша вибірка була отримана по Києву – 59 компаній та по Харкову – 25 компаній [56]. У табл. 6 приведено структуру українського ринку ІТ-підприємств [56].

Таблиця 6

Український ринок ІТ - підприємств

Розмір компаній	Кількість працівників	Кількість компаній
Дрібні	До 49	57
Малі	50 – 99	17
Середні	100 – 299	18
Крупні	300 – 999	5
Великі	Більш ніж 1000	5

Таблиця складена автором за матеріалами: [56].

Таким чином, як показує таблиця 6, український ринок експорту ІТ-послуг та продуктів на даний момент представлений великою кількістю дрібних та малих компаній з чисельністю персоналу до 100 чоловік. Членам експертної групи було цікаво порівняти дані по Харкову – регіональному лідеру у області інформаційних технологій – з даними в цілому по Україні для виявлення регіональної специфіки. У Харкові спостерігається таж сама тенденція, що і в цілому по Україні. Відмінність – присутність достатньо великої кількості середніх компаній з чисельністю персоналу більш, ніж 100 чоловік. Серед них можуть бути названі *Eclipse SP*, *MaxBill*, *NIX Solutions*, *Validio*, *Murano Software Inc*. [56].

Майже половина компаній почали свій бізнес після 1999 року. Це було пов'язано з обвалом у США доткомів, доменів верхнього рівня, в яких переважно були зареєстровані комерційні організації. В результаті компанії із Силіконової Долини перестали переманювати українських спеціалістів у тих масштабах, що були раніше [53].

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

Замовники провели перерозподіл коштів та стали орієнтуватися на компанії-виконавці, які були спроможні запропонувати нормальну якість за розумною ціною. Значна кількість фірм була створена під конкретні замовлення у якості робочих груп, і лише потім перетворена у ІТ-компанії. Велика кількість харківських компаній, лідерів українського ІТ-ринку, були створені за іншим сценарієм. Більшість засновників та керівників цих компаній вийшли з крупних оборонних підприємств, які в середині 90-х років переживали серйозну кризу. Серед них потрібно виділити у першу чергу «Хартрон», завдяки колишнім спеціалістам якого склалися такі компанії, як «Вестрон», МБС, «СофтПро», та ряд компаній, які знаходяться у Бостоні, Вашингтоні, Мюнхені та інших місцях.

Все більша кількість компаній приділяє увагу сертифікації. Якщо ще 4-5 років тому в Україні зовсім не було підприємств, сертифікованих за СММ (*Capability Maturity Model*), то зараз таких компаній чотири: *Miratech International, Kvazar-Micro Corporation, Softline, SoftServ*. Значно збільшилася і кількість компаній, сертифікованих за ISO (*International Organization for Standardization*) [48].

Більшість українських компаній у якості ключових назвали ринки Європи та Північної Америки. Однак, структури експортних ринків відрізняються. Так, для компаній із Харкова переважають ринки Західної Європи (Германія, Франція, Великобританія, Італія) і США (у першу чергу – Росія). Що стосується експорту до Росії, то це пов'язано як з географічною близькістю, так і з історичною кооперацією. Для компаній із Києва переважають ринки США, Західної та Центральної Європи (Германія, Франція, Італія, Великобританія, Австрія, Чехія). При цьому, одночасно компанії працюють на: 2 ринках – 46 компаній; 3 ринках – 12 компаній; 4 ринках – 3 компанії [47].

Біля половини компаній працюють на двох експортних ринках. Завдяки цьому досягається краща зайнятість персоналу і стабільніша робота підприємства. Як правило, це фірми, які присутні більше 5 років на українському ринку та встановили стабільні контакти на експортних ринках.

Компанії, які приймали участь у проекті, також назвали галузі розробки на експортних ринках, які користуються найбільшим попитом: розробка прикладного програмного забезпечення під замовлення; рішення в галузі електронної комерції та web- рішення; бази даних, рішення в сфері зберігання даних та біллінгу. Зростає попит на розробку ігор та симуляторів, обробку зображень та звуку, а також аутсорсинг бізнес-процесів (*call* – центри, обробка документів) [45].

Згідно отриманих даних була проаналізована потреба компаній у спеціалістах. Основним стримуючим фактором ІТ-аутсорсингу став дефіцит кваліфікованих спеціалістів і, як результат, зростання зарплати, що видно із *табл. 7*.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Таблиця 7

**Заробітна плата згідно з мовою/платформою розробки програмного забезпечення
у 2008 році (дол./міс)**

Мова/платформа	Мін.	Медіана	Макс.
C#	170	1300	5000
C++	100	1200	14000
Java	200	1500	6000
.NET	170	1450	5000
PHP	100	1000	8000
J2EE	300	1550	5000
ASP.NET	300	1300	3500
JavaScript	250	1175	5000
MS SQL Server	300	1400	6000
Delphi	100	900	12000
MySQL	180	1000	8000
Windows	200	1000	10000
SQL	150	1200	5000
Oracle	400	1500	4000
Linux	200	1200	6000

Таблиця складена автором за матеріалами: [50].

Як видно із табл.7, ринок потребує висококваліфікованих кадрів, працюючих за новітніми технологіями, але ряд спеціалістів або зовсім не готується в українських ВНЗ, або готується у менших масштабах, ніж необхідно для ринку праці на теперішній час і в перспективі.

В першу чергу, компанії відчувають дефіцит у керівниках проектів, аналітиках, контент-менеджерах, спеціалістах з продажу ІТ – технологій та контенту, як видно з табл. 8, перегрів зароботних плат відбувається на дефіцитних посадах.

Таблиця 8

Заробітна плата за посадою у 2008 році (дол./міс)

Посада	Мінімальна	Медіана	Максимальна
1	2	3	4
Програміст	100	1100	5000
Провідний програміст	200	1700	12000
Тестувальник	200	900	2500
Молодший програміст	170	600	2000
Керівник проекту (технічний)	500	2000	5000

1	2	3	4
Системний адміністратор	180	800	2800
Програміст + адміністратор	168	700	3200
Проектний менеджер	420	1700	6000
Web – майстер	200	650	3100
Керівник ІТ- відділу	500	2000	4500
Менеджер з тестування	400	1300	5000
ІТ спеціаліст	180	1000	3000
ІТ директор	200	2400	14000
менеджер проекту (нетехнічний)	300	1500	5000
керівник відділу	550	1650	3200

Таблиця складена автором за матеріалами: [50].

Одним з можливих засобів вирішення проблем покращення якості освіти, конкурентоспроможності випускників ІТ-спеціальностей та співвідношення їх рівня та ерудиції до потреб і вимог ринку праці ІТ-індустрії може бути організація взаємовигідного співробітництва ВНЗ та ІТ-компаній. Це необхідно для визначення кваліфікаційних вимог до сучасних ІТ- спеціалістів, для консультацій при формуванні навчальних планів, які будуть співпадати з вимогами сучасної ІТ-індустрії, для організації професіональних студентських практик, тощо.

У самій же ІТ-галузі *найважливішими напрямками* залишаються розробка та впровадження: програмного забезпечення в галузі систем управління підприємствами, систем збору, обробки та збереження даних; ІТ-рішень з мультимедійної інформаційної підтримки; високошвидкісної передачі інформації; комплексного захисту та збереження цілісності інформації; систем колективної та групової роботи в електронному середовищі [11, с. 44].

Крім того, очікується значне зростання зацікавленості до систем інтелектуальної підтримки прийняття рішень.

Варто також згадати створення потужних Центрів Обробки Даних і надання відповідних сервісів для віддалених користувачів, зокрема – збереження великих обсягів даних, виконання ресурсоемних прикладних програм. Цей напрямок наразі активно розвивається у світі, і в Україні можна запровадити надання таких сервісів не тільки для вітчизняних, але й для закордонних користувачів – потенційних аутсорсинг-партнерів [9, с. 55].

У 2006 році зростання обсягу експорту ІТ-індустрії в Україні склало 60% та досягло 280 млн дол., в той час як зростання ринку інформаційних технологій склало

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

25 – 30%. За даними компанії IDC (International Data Corporation), у 2008 році український ринок інформаційних технологій виріс приблизно на 15-17%, тобто до 2,4 – 2,5 млрд дол. Це означає, що й ринок аутсорсингових послуг зберігає стабільні темпи росту, навіть незважаючи на незначну частку програмного забезпечення та ІТ-послуг, яка складає лише 8 – 9% від загального обсягу ринку [56].

Нестабільна політична ситуація на Близькому Сході може позитивно відзначитися на розвитку українського ринку інформаційних технологій, тому що постійна погроза військових конфліктів у регіоні спонукає замовників відмовлятися від співпраці з традиційними лідерами аутсорсингового ринку: Індією, Ізраїлем, Пакистаном та іншими середньо-азійськими країнами. В результаті інтерес до країн Східної та Центральної Європи значно зріс.

Позитивну роль у залученні замовлень на розробку програмного забезпечення відіграють близькість культури, традицій та релігії. У зв'язку з цим особливо перспективна для України нова тенденція в офшорному аутсорсингу – так званий *nearshoring*. *Nearshoring* – аутсорсинг ІТ-задач у країні, географічно близькі до країни замовника – зараз популярне в розвинутих країнах Західної Європи, особливо активно розвивається в Німеччині. Саме країни колишнього СРСР, серед яких і Україна, знаходяться у зоні уваги замовників, які переходять до *nearshoring*'а.

Про зростання інтересу до України говорять чисельні конференції, семінари і форуми, присвячені інформаційним технологіям. Одна з важливіших подій у галузі офшорного аутсорсингу, *Ukrainian Outsourcing Forum*, у 2006 році значно розширив свою географію, прийнявши учасників із США, Європи та Азії. Показовою є також участь українських компаній у міжнародних виставках *SeBIT 2006 – 2009* (захід присвячений цифровим технологіям і телекомунікаціям для використання у всіх сферах діяльності) [47]. Всі ці фактори призвели до того, що у 2006 – 2008 роках Україна увійшла в п'ятірку найбільш привабливих постачальників аутсорсингових послуг у деяких західних країнах.

Очевидною тенденцією є продовження процесу децентралізації ІТ-аутсорсингу в Україні. Активний розвиток регіонів сприяє стримуванню цін на послуги одночасно із зростанням їх якості. Регіональні компанії, як правило, невеликі, але саме такі компанії на сьогоднішній день і складають основу галузі інформаційних технологій в Україні.

На світовій арені Україна займає певне місце і має гарні перспективи зростання – згідно звіту *Global Outsourcing Report 2005*. Якщо в 2005 році, як повідомляється в звіті, Україна була на 17 місці серед держав, що мають найпривабливіший ринок ІТ-аутсорсингу, то вже в 2015 році вона зможе претендувати на шосту по-

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

зицію в рейтингу (між іншим, за даними *Global Services*, в 2006 році Київ увійшов до ТОП-50 аутсорсингових міст світу) [56].

Усвідомлюючи переваги даного бізнесу і за відсутністю необхідної підтримки на державному рівні, вітчизняний ринок самоорганізовується і намагається отримати максимум з можливостей, що існують сьогодні. Яскравим проявом даного процесу є установа «Асоціація ІТ України» за підтримки маркетингового агентства *IT Market Group* «Аутсорсингового саміту країн Центральної і Східної Європи», перша ітерація якого відбулася у вересні 2007 року в Києві. Основними цілями саміту були визначені: підкреслити важливість і поліпшити імідж України, Білорусі, Росії як ключові світові центри розробки програмного забезпечення; проаналізувати ситуацію в регіональному аутсорсингу і на внутрішніх ринках; повернути іноземні інвестиції в українську і регіональну ІТ-галузь і сприяти розвитку венчурного капіталу [54].

Використання аутсорсингу стає повсякденною бізнес-практикою для сотень і тисяч вітчизняних компаній. За даними різних опитувань і досліджень, більше 80% керівників вітчизняних підприємств мають намір використовувати аутсорсинг найближчим часом або в середньостроковій перспективі. У світі, за даними аналітичних агентств, до послуг ІТ-аутсорсингу прибігають понад 2/3 компаній.

Успішний розвиток індустрії аутсорсингу інформаційних технологій в Україні обумовлений *низкою сприятливих факторів*, які склалися в державі.

Незважаючи на зростання зарплати програмістів і загальне зростання цін, вартість розробки українського програмного забезпечення залишається конкурентоспроможною і дуже привабливою для західного замовника. При цьому постійно зростає якість продуктів та рівень знань вітчизняних розробників.

Низька вартість є суттєвим фактором у виборі постачальника аутсорсингових послуг тільки для дрібних та середніх західних компаній. Саме такі замовники – представники малого та середнього бізнесу – будуть визначати обсяги експорту ІТ-послуг наступні 5 років. Залучення крупних інвесторів можливо лише за умови проведення державних програм розвитку ІТ індустрії у країні і формуванню позитивного іміджу українських розробників у світі. Більшість власників крупного бізнесу у США і Західній Європі поки вважають ризики, пов'язані з аутсорсингом інформаційних технологій в Україну, дуже високими, тому їх поява можлива лише через кілька років [51].

Перспективи розвитку України у напрямку експорту послуг офшорного аутсорсингу програмного забезпечення значні, навіть на фоні прогнозованого загального спаду попиту на послуги ІТ-аутсорсингу на світовому ринку. Так, в сегменті розробки програмного забезпечення в 2007 році обсяг українського аутсорсингового потенціалу за оцінками, складав 350 – 500 млн грн [54].

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Наприклад, в рейтингу провідних світових постачальників аутсорсінг-послуг *Global Services 100* українська компанія *SoftServe* зайняла другу позицію серед кращих ІТ-аутсорсингових компаній Східної і Центральної Європи. Перше ж місце в різних категоріях протягом всього часу існування *Global Services 100* (з 2005 року) утримує компанія українська компанія *EPAM Systems*, що входить в десятку провідних світових постачальників послуг ІТ-аутсорсінгу [51].

Як результат аутсорсингової діяльності збільшилася кількість операцій і злиттів. Так, американська компанія *GlobalLogic*, аутсорсинговий розробник програмного забезпечення, придбала *Validio Software*, центр розробки програмного забезпечення у Харкові. За рахунок цієї операції *GlobalLogic* збільшила доходи від діяльності в Україні в 2008 році на 50%, при цьому прогнозований обіг складе 100 млн. дол. [46, с. 33].

Ще одним із результатів використання аутсорсингової моделі стало придбання норвезьким холдингом *EDB* 60,1% акцій компанії *Miratech* – українського розробника програмного забезпечення. Сума угоди складає біля 5,0 млн дол. *Miratech*, провідна компанія на українському ринку ІТ-послуг та аутсорсінгу, 90% своїх продаж здійснює за межі України. Так, 60% розробленого програмного забезпечення продається у США, 30% - в Європі і лише 10% постачається на український ринок. Необхідно відзначити, що прибуток компанії за 2007 рік склав 6 млн дол. і показав приріст у порівнянні з 2006 роком на 35% [54].

Холдинг *EDB* придбав аналогічну частку ще в одній українській ІТ-компанії – «Інфопульс» – за 6,5 млн дол.. На їхній базі *EDB* планує сформувати потужну платформу для надання послуг ІТ-аутсорсінгу для своїх клієнтів.

В цілому, наявні тенденції свідчать, що у період глобальної економічної нестабільності очікується перерозподіл сил на українському ринку аутсорсингових гравців за рахунок зростання частки ринку у великих компаніях. Основними напрямками роботи досі залишаються телекомунікаційний та фінансовий сектори, більшість компаній прагне автоматизації бізнес-процесів і звертається до послуг ІТ-компаній, передаючи свої бізнес-процеси на аутсорсинг. Український ринок демонструє позитивну динаміку та велику конкурентоспроможність за рахунок низької собівартості та якості продуктів. За прогнозами у 2009 році продовжиться зростання використання аутсорсінгу ІТ – компаніями України навіть із зменшенням кількості компаній, представлених на ринку [54].

Ринок аутсорсінгових ІТ-послуг в Україні знаходиться у стадії становлення. Фінансова криза стає тільки початком для зміни психології замовника та переорієнтації його на аутсорсінгову модель. Провайдери послуг мають прикласти значні зусилля для становлення цієї ділянки бізнесу, завойовування позитивної

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

репутації на ринку, розробки методики спілкування з замовниками та формалізації пов'язаних із цією діяльністю бізнес-процесів. Замовники ж мають бути більш активними у пошуку шляхів економії на ІТ-інфраструктурі, бути готовими інвестувати у довгостроковий проект та слідкувати за тенденціями на ринку [48].

Українські розробники повинні вкладати кошти в розробку оригінальних програмних продуктів, розрахованих на кінцевого споживача, оскільки за два-три роки вони можуть втратити свої позиції на світовому ринку аутсорсингу.

4. Державне регулювання розвитку ІТ в Україні

Для подальшого розвитку інформаційних технологій в Україні, необхідно вирішити значні питання і створити умови для збалансованого розвитку не тільки Інтернет-технологій і телефонії, а й інформаційного суспільства взагалі. З цією метою у 2006 році Верховна Рада прийняла Постанову «Про проведення парламентських слухань щодо питань розвитку інформаційного суспільства в Україні». Під час цих слухань було з'ясовано, що стратегічними цілями для ІТ-галузі України на 2006 – 2010 роки є наступне:

- ▶ увійти в сімку країн-експортерів послуг зі створення інформаційних технологій (18 місце за даними 2004 рік). Обсяг експорту (мова йде не тільки про експорт ПЗ, але й сервісів: *Data*-центри, *Call*-центри, *Help Desk* і т. п., ліцензій, використання патентів) близько 5 млрд доларів США на рік, створити додаткове джерело надходження валютних коштів до держави (біля 8% загального експорту);
- ▶ створити до 1 млн додаткових робочих місць у ІТ – інфраструктурі у країні;
- ▶ інтеграція з ЄС на рівні інтеграції інформаційних систем;
- ▶ зупинити відтік спеціалістів за кордон і створити умови для їхньої самореалізації в Україні;
- ▶ створити умови для побудови високотехнологічних підприємств світових лідерів ІТ за участю українських компаній.

На початку 2007 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 роки» (від 09.01.2007 № 537-V), а Кабінет Міністрів України затвердив План заходів з виконання завдань (План), передбачених цим Законом (розпорядження КМУ від 15.08.2007 № 653-р).

Заходи, що включені до Плану, можна розділити на дві групи:

- ▶ *тактичні* – створення сприятливих умов для розвитку всіх конкурентоспроможних сфер ІТ-галузі;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

- ▶ *стратегічні* – інвестування у розвиток кадрового потенціалу шляхом підтримання відповідних галузей освіти на сучасному технологічному рівні та інституційно-адміністративного забезпечення процесів європейської, євроатлантичної і світової інтеграції України.

Ключовим заходом поліпшення ситуації має стати розробка стабільної стратегії у створенні нормотворчої бази, яка б сприяла розбудові інституційної інфраструктури цієї галузі. Україна має стати більш зручнішим і більш прогнозованим партнером для замовників з розвинених країн.

Державне агентство України з інвестицій та інновацій, зокрема, планує на основі своєї мережі регіональних центрів інноваційного розвитку, яка охоплює територію всієї держави, побудувати розгалужену комплексну інформаційно-аналітичну систему, одним із завдань якої буде створення умов для найбільшого сприяння розвитку наукоємних технологій, у тому числі в галузі інформаційних технологій.

За останній рік економічні умови для ІТ-галузі погіршилися із-за впровадження ПДВ, який раніше не виплачували експортно-орієнтовані компанії. Обсяг соціальних нарахувань на зарплату співробітників – значна, адже 70% витрат – це заробітна платня. У ряді країн намагаються знизити податковий прес на ІТ-компанії, в Україні ситуація має зворотній вигляд.

Ситуацію можна поліпшити, *по-перше*, створенням позитивного іміджу ІТ-галузі країни, *по-друге* – створивши деякі спеціальні умови для компаній галузі, в тому числі податкові пільги. *По-третє* – необхідно змінити систему вищої та середньої освіти в області інформаційних технологій, використавши досвід Індії – створити систему середньої спеціальної ІТ-освіти. Не всі спеціалісти цієї галузі потребують вищої освіти. Так, наприклад, серед ІТ-інженерів є не тільки розробники, але й тестувальники, технічні письменники, спеціалісти за якістю, які повинні мати глибокі, але достатньо вузькі професіональні знання, і тому не має необхідності в академічній освіті. Зі створенням десятки спеціальних ІТ-технікумів, вже через два роки можна отримати випуск, який значно поліпшить ситуацію в галузі забезпечення ресурсами ІТ-ринку України. Беручи до уваги достатньо привабливі зарплати майбутніх випускників можна зробити висновок, що набір в такі технікуми має бути дуже високим [56].

Індійський досвід може стати у пригоді й по відношенню до спрощеного оподаткування аутсорсингових компаній. В Індії дуже легко зареєструвати компанію, як учасника програми підтримки владою аутсорсингу. Це можна зробити навіть через Інтернет – умови достатньо прості, майже усі українські аутсорсингові компанії їм задовольняють. Така компанія отримує значні податкові пільги протягом десяти років, з'являються вільні кошти, які можна реінвестувати в розвиток.

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

Підтримка держави може і повинна привести до того, що кількість компаній, які займаються аутсорсингом в Україні, значно виросте; сервіс та вихідна продукція цих компаній стануть більш якісними та конкурентоспроможними; зросте обіг – галузь стане «дорослою». За цих умов через декілька років для галузі ІТ-аутсорсингу України зовсім реальним був би обіг в 1 млрд дол.

Заключення

1. Для економіки будь-якої країни, що претендує на помітне місце серед технологічно розвинених держав, розвиток інформаційних технологій став важливою ознакою сучасного суспільства і науково-технічного прогресу. Як наслідок, пошук найбільш ефективних економічних механізмів, що сприяють створенню і роботі підприємств, які працюють у сфері інформаційних технологій, є одним з завдань економічної політики держави;
2. Впровадження аутсорсингової моделі виробництва, за якої ІТ-компанія виконує роботу «під замовлення», дозволяє їй суттєво знижувати свої ризики на розробку програмного забезпечення. Причому, схема надання ІТ-послуг на активах постачальника вигідна як постачальнику, так і споживачу, тому що використання однорідних ІТ-активів дозволяє гнучко підходити до питань масштабування, адже недозавантаженість активів та відсутність необхідності їх додаткового придбання спонукає компанії до перерозподілу витрат;
3. Глобальний аутсорсинг – це напрямок світової економіки, що розвивається швидкими темпами внаслідок стратегічних вигод аутсорсингу: скорочення витрат, збільшення ефективності використання активів та збільшення прибутку;
4. Майже дві треті компаній, що займаються розробкою та продажем програмного забезпечення, вже використовують офшори. Оскільки сітьові технології дозволяють компаніям легко виходити на глобальний ринок талантів, використання офшорів сприяє зниженню внутрішньої заробітної платні.
5. Географія переміщення бізнес-процесів є третьою хвилею географічно обумовлених змін в структурі та діяльності корпорацій, у рамках якої бізнес-процеси, білінг, обслуговування клієнтів, обробка рахунків та розрахункових відомостей, а також проектування і розробка можуть здійснюватися незалежно від фізичного місцезнаходження;
6. В Україні значними темпами розвивається напрямок аутсорсингу ІТ-послуг, коли підприємства замість розширення штату ІТ-спеціалістів переходять до закупівлі послуг зі сторони. Обсяг ринку ІТ-послуг постійно зростає, як і конкуренція на ньому. Питання засобів та напрямків продажу ІТ-послуг

стає все більш актуальним. Із досвіду передових компаній видно, що частіше за все найважливішим фактором є не тільки те «яким чином продавати», але й «що продавати»;

7. На експортних ринках Україна може представляти розробки, які користуються найбільшим попитом: розробка прикладного програмного забезпечення під замовлення; рішення в галузі електронної комерції та web-рішення; бази даних, рішення в сфері зберігання даних та білінгу. Зростає попит на розробку ігор та симуляторів, обробку зображень та звуку, а також аутсорсинг бізнес-процесів (call – центри, обробка документів);
8. Без створення власного ринку програмного забезпечення Україна не зможе стати повноцінним учасником світового ринку програм, а створення в країні ринку програмного забезпечення неможливе без державної підтримки, пов'язаної з виконанням законодавства у галузі інтелектуальної власності;
9. Структура ринку ІТ-послуг в Україні має свої особливості, пов'язані з переважаючою часткою високотехнологічних компонентів, що зменшує для клієнтів ризик непрофесійного підходу та неспроможності виконати завдання. Динаміка ринку ІТ-послуг в Україні демонструє значне зростання галузі до вересня 2008 року. В той же час, помітне падіння у 2009 році пояснюється фінансовою кризою, що вплинула на галузь внаслідок практичне урізання ІТ-бюджетів українських замовників;
10. Одною із проблем українського ІТ-потенціалу є те, що більшість західних компаній працюють за вже опробованими схемами, а український замовник на даному етапі намагається оптимізувати свої бізнес-процеси і таким чином зекономити на ІТ-складовій. Потенціально вигідними для аутсорсингу сьогодні є такі галузі ІТ-послуг, як: системне адміністрування та ІТ-безпека;
11. Ринок аутсорсингових ІТ-послуг в Україні знаходиться у стадії становлення. Фінансова криза стала тільки початком для зміни психології замовника та переорієнтації його на аутсорсингову модель. Провайдери послуг мають прикласти значні зусилля для становлення цієї ділянки бізнесу, завойовування позитивної репутації на ринку, розробки методики спілкування з замовниками та формалізації пов'язаних із цією діяльністю бізнес-процесів. Замовники ж мають бути більш активними у пошуку шляхів економії на ІТ-інфраструктурі, бути готовими інвестувати у довгостроковий проект та слідувати за тенденціями ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аникин Б. Аутсорсинг // Высшее образование. Создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций.– М.: Инфа – М, 2003.– 420 с.
2. Арутюнян М., Ермошкин Н., Карминский С. и др. Демистификация ИТ: Что на самом деле информационные технологии дают бизнесу.– М.: 2006.– 296 с.
3. Арчибальд Р. Д. Управление высокотехнологичными программами и проектами / Пер. с англ. Мамонтова Е. В.; под ред. Баженова А. Д., Арсеньева О. А. ДМК Пресс; АйТи, 2004.– 463 с
4. Благодатских В. А., Волнин В. А., Посакалов К. Ф. Стандартизация разработки программных средств. Учебное пособие. Издательство: Финансы и статистика, 2006.– 288 с.
5. Бугорский В. Н. Экономика и проектирование информационных систем.– СПб.: Роза мира, 1998.–340 с.
6. Горбунова Н. Н. Использование аутсорсинга информационных услуг для получения конкурентных преимуществ / Н. Н. Горбунова; рец. Н. И. Морозко // Аудит и финансовый анализ.– 2008.– № 6.– С. 339 – 343.
7. Жарков С. В. Shareware: профессиональная разработка и продвижение программ.– СПб: БХВ-Петербург, 2002.– 317 с.
8. Згуровський М. Путь к информационному обществу: от Женевы до Туниса // Зеркало недели, 03.09.2005, № 34.– С.16
9. Интервью с Виктором Лоскутовым. // Computer World Украина. № 14/2, 2008.– С. 54 – 57.
10. Кисурин Л. Г. Сложные сделки.– М.: АКДИ. Экономика и жизнь, 2007.– 223 с.
11. Кому на аутсорсинге жить хорошо. // Кадровик +. №4, 2008.– С. 42 – 46.
12. Кузеев А. ИТ-аутсорсинг: от мифов к реальности // Упр. компанией.– 2005.– № 1.– С. 50 – 53.
13. Мельник Л. Информационная экономика.– Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003.– 288 с.
14. Николаева И. Н. Идите и узнайте... Развитие информационного аутсорсинга как элемента информационного обеспечения малого предпринимательства // Рос. предпринимательство.– 2006.– № 9.– С. 11 – 14.
15. Поддержка услуг. Best Practice.– L.: Office of Government Commerce, 2008.– 395 с.
16. Поляк Ю. Еще раз об ИТ - аутсорсинге // Информ. ресурсы России.– 2004.– № 3.– С. 20 – 24.
17. Порунов А. Н. Аутсорсинг в сфере информационных технологий // Финансы и кредит.– 2007.– № 15.–С. 76 – 81.
18. Смирнов А. А. Аутсорсинг – волшебная палочка-выручалочка современного бизнеса// Служба 08.– 2006.– № 1.– С. 23-27.
19. Старикова Л. Аутсорсинг информационных технологий: где грань разумного? // Пробл. теории и практики упр.– 2006.– № 1.– С. 57 – 63.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

20. Черенков В. Риски и шансы глобального ИТС-аутсорсинга для российских предприятий / В. Черенков, Ю. Зинченко // Инновации: журн. об инновационной деятельности.– 2007.– № 3.– С. 35 – 43.

21. Чугунова Г.В. Телекоммуникационный аутсорсинг как направление аутсорсинга информационных технологий // Экон. науки.– 2007.– № 11 (36).– С. 171 – 174.

22. Государственный стандарт Союза ССР. Оценка качества программных средств. Общие положения. ГОСТ 28195-89. Издательство стандартов.– Москва. 1989.– 39 с.

23. Межгосударственный стандарт. ГОСТ 34.320-96. Информационные технологии. Система стандартов по базам данных. Концепции и терминология для концептуальной схемы и информационной базы. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации. Издательство стандартов Минск, 2001.– 46 с.

24. Аалдерс Р. ИТ-аутсорсинг. Практическое руководство.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.– 347 с.

25. Мошелла Дэвид. Бизнес-перспективы информационных технологий: как заказчик определяет контуры технологического роста; Пер. с англ.– М.: МПБ «Деловая культура», Альпина Бизнес Букс.– 2004.– 252 с.

26. Готтшальк П., Солли-Сетер Х. ИТ – аутсорсинг: построение взаимовыгодного сотрудничества.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.– 390 с.

27. Anderson, C.A., Lepper, M.R., & Ross, L. Perseverance of social theories: The role of explanation in the persistence of discredited information. *Journal of Personality and Social Psychology Bulletin*, 1980.– P. 1037 – 1049.

28. Ang, S. The etiology of information systems outsourcing. Published doctoral dissertation, University of Minnesota, Twin Cities.

29. Ang S., Slaughter S., «Employment Outsourcing in Information Systems». *Comm. ACM*, July 1996.

30. Ang, S., & Straub, D.W. Production and transaction economics and IS outsourcing: A study of the U.S. banking industry. *MIS Quarterly*, 1998. - #22(4) – P. 535 – 552.

31. Barney, J.B. *Gaining and sustaining Competitive Advantage*. Upper Saddle River.– NJ: Prentice Hall, 2002.– 120 p.

32. Barthelemy, J. The hidden costs of IT outsourcing. *Sloan Management Review*, 2001.– #42 (3), P. 60 – 69.

33. Barthelemy, J. The hard and soft sides of IT outsourcing management. *European Management Journal*, 2003.– #21 (5), P. 539 – 548.

34. Barthelemy, J. The seven daily sins of outsourcing. *Academy of Management Executive*, 2003.– #17 (2), P. 87 – 100.

35. Clott, C.B. Perspectives on global outsourcing and the changing nature of work. *Business and Society Review*, 2004.– #109 (2), P. 153 – 170.

36. Collis, R.H., & Montgomery, C.A. *Corporate strategy – Resources and the scope of the firm*. Chicago: McGraw-Hill, 1997.– 420 p.

Аутсорсинг як ефективний механізм розвитку сучасних ІТ-підприємств в світі й в Україні

37. Domberger, S., Fernandez, P., & Fiebig, D.G. Modeling the price, performance and contract characteristics of IT outsourcing. *Journal of Information Technology*, 2000.– #15, P. 107 – 118.
38. Earl, M.J. The risks of outsourcing IT. *Sloan Management Review*, 1996.– 37 (3), H. 26 – 32.
39. Earl, M.J. Evolving the e-business. *Business Strategy Review*, 2000.– 11 (2), P. 33 – 38.
40. Elitzur, R., & Wensley, A. Game theory and IS outsourcing contracts. In L.P. Willcocks & M.C. Lacity *Strategic sourcing of Information Systems. Perspectives and Practises*. Chichester, U.K.: John Wiley & Sons, 1998. - P. 316 – 347.
41. Gartner. Key forces shaping outsourcing market. *Gartner Insight*, 2008.– 6 (4) – P. 211 – 227.
42. Gartner. *Worldwide IT services market definitions guide*. Engham, UK: Gartner Group, 2007.– 420 p.
43. Graham, R. The outsourcing contract. In J. Angel (Ed.), *Technology outsourcing*. London: The Law Society, 2003.– P. 66 – 112.
44. King W.R., «Developing a Sourcing Strategy for IS: A Behavioral Decision Process and Framework». *IEEE Trans. Eng. Mgt.*, February 2001.– 12 (5) – P. 42 – 54.
45. Schneier B., «The Case for Outsourcing Security». *Computer*, April 2002.– 4 – P. 33 – 37.
46. Исследование рынков. // РБК - Украина. №2, 2008.– С. 32 – 35.
47. <http://www.BIN.ua> – Business Information Network. ОБЗОРЫ РЫНКОВ, МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ, 1999 – 2008.
48. <http://www.cee-outsourcing.com> – Central & Eastern European Outsourcing Summit 2007, 12-14 September 2007.
49. <http://www.comnews.ru> – Новости телекоммуникаций России и СНГ, ежедневная интернет – газета, 1999-2009.
50. <http://www.developers.org> – Українські розробки, 1998-2009.
51. <http://www.dev.net> – аутсорсінг, фріланс проекти, 2004 – 2009.
52. <http://www.idegroup.com> – IDE Group, 2000-2009.
53. <http://www.itmg.com.ua> – IT Market Group.
54. <http://www.ittimes.ua> – новини інформаційного ринку, українська щоденна газета, 2007-2009.
55. <http://www.ITUA.info> – Інформаційна Україна, 2004 – 2009.
56. <http://www.itukraine.org.ua> – IT Ukraine Association.
57. <http://www.marketing-ua.com> – Международная Маркетинговая группа.
58. <http://www.optimize.com/issue/%20005/mentors.htm>. J. Bruno, «Getting Comfortable with Outsourcing». *Optimize*, March 2002.
59. <http://www.outsourcingprofessional.org> – International Association of Outsourcing Professionals.
60. http://www.sykes.com/english/news_it_growth.asp. «North American IT Outsourcing Industry to Experience Continued Growth Through 2005». February 2002.

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

Рудыка В. И., кандидат экономических наук, директор

Государственный институт по проектированию предприятий коксохимической промышленности «ГИПРОКОКС» (г. Харьков)

Криванич М. В., аспирант

Научно-исследовательский центр индустриальных проблем развития НАН Украины (г. Харьков)

Вторая половина ушедшего века характеризовалась переходом рыночных экономических систем к постиндустриальному типу развития. Одной из основных черт, определяющих принадлежность экономики той или иной страны к данному типу, является повышение роли сферы услуг в структуре экономики.

В современную эпоху, для которой характерна смена технологических укладов, все большую долю валового продукта обеспечивают различные виды наукоемких производственных услуг.

В индустриальной (промышленной) экономике наблюдался разрыв в цепочке фундаментальная наука – прикладные исследования – промышленность, а наука и научно-технические достижения в недостаточной мере использовались в производственном процессе.

В постиндустриальной (современной, информационной) экономике наука становится непосредственной производительной силой. Вместо отдельно существовавших науки и производства все более четко определяется тенденция становления нового производства, где наука, срачиваясь с производством, становится его функцией, а производство в силу этого приобретает наукоемкий характер. Практическое использование достижений науки вызывает последовательный рост проектно-конструкторских организаций, опытно-экспериментального, серийного и массового производства. Усиление связей между указанными производственными звеньями приводит к их объединению в единые научно-производственные комплексы. От того, насколько эффективно развиваются элементы этих комплексов и взаимосвязи между ними, зависят возможности индустриально развитых стран в постоянном технико-технологическом обновлении производства, повышении его наукоемкости, и как следствие – повышении конкурентоспособности отечественных товаров на мировых рынках.

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

Поэтому, учитывая структурные преобразования, происходящие в мировой экономике под воздействием современной научно-технической революции, повышение роли практических достижений науки в производственной сфере, повышается значимость и роль инжиниринга как одной из организационных форм современных экономических отношений, связанной с предоставлением комплекса услуг производственного, технического и коммерческого характера при сооружении объектов различного назначения.

Инжиниринг, как отрасль экономики, может рассматриваться в двух аспектах, а именно, как:

- ▶ элемент экономики знаний;
- ▶ обеспечивающая отрасль материального сектора экономики.

Оба указанных аспекта органично увязаны цепью последовательного влияния одних структурных элементов экономики на другие. Именно эта детерминированность связей структурных элементов экономик и является основным фактором, который и определяет место этих элементов в экономике.

Инжиниринг как особый вид производственной деятельности имеет специфические особенности, отличающие инжиниринговые услуги от других типов труда, участвующих в создании конечного продукта производства [3].

Первая особенность инжиниринга – его выступление в качестве одной из форм услуг производственного назначения. Инжиниринг непосредственно воплощается не в вещественной форме продукта, а в некотором полезном эффекте, который может в ряде случаев иметь материальный носитель (проектная и техническая документация). Другие виды инжиниринговых услуг могут вообще не иметь материального носителя, например, обучение специалистов или управление процессом строительства объекта.

Вторая особенность инжиниринговых услуг – их связанность с подготовкой и обеспечением процесса производства и реализации рассчитанных на промежуточное и конечное потребление материальных благ и услуг. Сами услуги непродуцибельного характера не входят в состав инжиниринга. Этим он отличается от услуг в сфере конечного потребления, финансов и торговли.

Третьей особенностью является воспроизводимость инжиниринговых услуг в отличие от деятельности по созданию и торговле «ноу-хау», лицензиями и другими формами знаний в области технологии, имеющих природу разовых затрат (вложений).

Основой развития и роста проектно-конструкторских организаций и инженерно-консультационных услуг, совокупность которых может рассматриваться как система инжиниринга, являются научные ресурсы [4; 5].

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

В мире можно выделить несколько научно-технических центров сосредоточения научных ресурсов. Основные мировые научные ресурсы сосредоточены в США, Западной Европе, Японии и России.

Соединенные Штаты Америки обладают крупнейшим в мире научно-техническим потенциалом. Выделяемые в США ежегодные ассигнования на НИОКР составляют более половины мировых расходов. В начале 90-х гг. XX века общая численность занятых в науке и научном обслуживании в США приблизилась к 7 млн человек, в том числе научных работников – к 1 млн человек. В 2002 г. число исследователей выросло до 1,3 млн человек, что в сочетании с высокими уровнями квалификации и технического оснащения научных центров обеспечивает ведущую роль США в мировой науке [1].

Основой НИОКР в США являются фундаментальные исследования, 60% которых сосредоточены в высших учебных заведениях. Ведущее положение в мировом научном комплексе занимают 20 университетов США, среди которых наибольшие объемы научных исследований приходятся на Массачусетский технологический институт, Стэнфордский, Гарвардский, Принстонский университеты.

В отличие от фундаментальных прикладные исследования (опытно-конструкторские разработки), как правило, проводятся промышленными корпорациями в специальных исследовательских институтах и лабораториях.

Значительную роль в развитии инжиниринга играют государство и частный бизнес. Основной формой участия государства в НИОКР является контракт, заключаемый на конкурсной основе либо с университетами и их исследовательскими центрами, либо с корпорациями. Большое значение в США уделяется развитию инновационного бизнеса – инжиниринга, являющегося главным связующим звеном между наукой и предпринимательством. Основными инжиниринговыми центрами являются территориальные научно-производственные комплексы (технопарки, технополисы) в которых осуществляется разработка новых изделий и технологий, материалов и товаров, а также экспериментальное, мелкосерийное производство наукоемкой продукции.

Западная Европа – следующий за США мировой научный центр. Общая численность научных работников в ней превышает 700 тыс. человек, к которым следует добавить трехсоттысячный резерв исследователей, работающих в странах Центральной и Восточной Европы. Ведущие страны региона расходуют на научно-технические исследования свыше 2% своего ВВП. Однако в течение длительного времени Западная Европа заметно отставала от США и Японии, прежде всего, по исследованиям в сфере высоких технологий. Это отставание, хотя и сократилось, все же сохраняется до настоящего времени. Расходы на НИОКР в расчете на душу населения в Западной Европе в целом ниже, чем в США и Японии.

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

Отличительной чертой научно-технической сферы Западной Европы является сравнительно небольшое, по сравнению с США, количество военных и космических исследований. Научно-технический потенциал стран Западной Европы в значительной степени ориентирован на фундаментальные исследования. Страны региона занимают передовые рубежи в строительстве АЭС, производстве фармацевтических препаратов, технике связи, ряде отраслей транспортного машиностроения. В то же время Западная Европа отстает в таких областях, как производство интегральных схем и полупроводников, изготовление микропроцессоров, биоматериалов.

Следующим мировым научным центром является Япония. До начала 80-х годов XX века Япония заметно отставала от США и Западной Европы по развитости научно-технического потенциала, особенно в области фундаментальных исследований. Исчерпав экстенсивные факторы развития экономики, Япония сосредоточила свои усилия на развитии наукоемких отраслей. Значительная часть ресурсов государства и частных компаний была сосредоточена в сфере собственных научных исследований, вместо использования их на закупку зарубежных научно-технических достижений, как это было в 50 – 60-е гг. Расходы Японии на НИОКР имеют тенденцию возрастания.

Приоритетными отраслями японской экономики стали такие наукоемкие производства – производство промышленных роботов, медицинской электроники, информационных систем, интегральных схем, новых металлов и керамики, оптических волокон, биотехнологии. Япония занимает ведущие позиции по экспорту микроэлектронных компонентов и электронной потребительской техники.

За последнее десятилетие Япония превратилась из нетто-импортера в нетто-экспортера технологий. Но, несмотря на успехи японских фирм в развитии наукоемких производств, все еще сохраняется значительная зависимость экономики от импорта американских технологий.

В ведущих странах мира финансирование инжиниринга как неотъемлемой части инновационного процесса происходит за счет как частных, так и государственных источников. Определяющее значение в развитии инновационных процессов имеет финансирование.

Структура источников финансирования разработок и нововведений в США следующая: 35% – средства федерального бюджета (около 200 млрд долл. США); 60% – собственные средства корпораций; 5% – средства правительств штатов (органов местного самоуправления); 5 – 6% – средства университетов, колледжи и частных неправительственных организаций.

Для современной системы государственной поддержки инноваций в США характерно финансирование НИОКР на основе программно-целевого подхода.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Финансирование сосредоточено как на приоритетных технологических (биотехнология, энергетика, электроника, здравоохранение), так и отраслевых направлениях (аэрокосмическое, военно-промышленное и т. д.). Около 75% НИОКР в аэрокосмической промышленности производится за счет государственных ассигнований. Научные исследования в сфере производства новых материалов на 35% финансируются государством. Преимущественная часть разработок финансируется федеральным правительством через систему грантов. При этом исполнительная власть является проводником национальной политики в сфере инновационной деятельности [6; 11].

К основным формам государственной поддержки инновационного развития относятся:

- ▶ специальная программа поддержки малого инновационного предпринимательства;
- ▶ займы по линии государственной поддержки инноваций;
- ▶ государственные финансовые вложения;
- ▶ создание разветвленной сети венчурных фондов;
- ▶ финансирование из средств частного сектора и др.

В настоящее время в европейских странах также возрастает значение наукоёмких производств и высокотехнологичных изделий. Европейские государства с начала 1990х годов активно стимулируют инновационное предпринимательство. В системе государственного стимулирования сочетаются как прямые формы финансирования НИОКР, так и косвенные (налоговые льготы, льготный правительственный кредит, амортизационные списания). Данный тип государственной поддержки активно применяется во Франции, Австрии, Швеции и т. д. Государственная поддержка инжиниринговых процессов в странах Западной Европы направлена в основном на:

- ▶ стимулирование инновационных процессов;
- ▶ поощрение сотрудничества университетов и межфирменной кооперации;
- ▶ совершенствование системы охраны интеллектуальной собственности;
- ▶ совершенствование информационных услуг;
- ▶ совершенствование антимонопольного законодательства.

Большая часть финансирования инжиниринговых процессов приходится на, так называемое, косвенное финансирование, к которому относятся:

- ▶ выделение субсидий (вместо прямого финансирования НИОКР), понижающих затраты на НИОКР, и применение льготного налогообложения;

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

- ▶ развитие системы венчурного финансирования;
- ▶ развитие фондовых рынков;
- ▶ укрепление институциональных (пенсионных) фондов;
- ▶ содействие частным инвестициям;
- ▶ развитие сферы образования;
- ▶ подготовка профессиональных и управленческих кадров;
- ▶ формирование управленческих консультационных фирм;
- ▶ создание научно-технических информационных центров;
- ▶ разработка иммиграционного законодательства.

Значительное внимание европейские правительства уделяют развитию патентного законодательства и аспектов его практического применения [10].

В Японии доля частных инвестиций в инновации составляет 80%. Остальные 20% финансирует правительство Японии. Причем преимущественно финансируются исследования, осуществляемые в интересах гражданского общества. Основная доля бюджетного финансирования приходится на университеты и государственные научные организации. Фундаментальные исследования финансируются главным образом государством. Преимущественное развитие получили косвенные формы государственного финансирования инновационного предпринимательства. Фирмы, занимающиеся НИОКР, если и получают прямую финансовую поддержку, то только частично. В основном для таких компаний предусматриваются налоговые льготы. Кроме того, государство стимулирует инжиниринговые компании через контракты и государственные заказы на разработку новых технических решений и изделий. Правительство принимает протекционистские меры по защите национального рынка и приоритетных направлений научно-технического прогресса. Правительство Японии создало систему финансирования НИР и ОКР, позволяющую направлять средства кредитно-финансовых учреждений страны в приоритетные производства и отрасли экономики. Государственные расходы на приоритетные направления НИОКР в начале 90-х годов XX века в Японии составляли около 3,5% ВВП [2].

Основными направлениями комплексного подхода со стороны государства к научно-инновационной деятельности в Японии являются:

- ▶ финансирование частных компаний, занимающихся НИОКР, с последующим или одновременным предоставлением государственного госзаказа;
- ▶ финансирование НИОКР из различных фондов;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

- ▶ льготное налогообложение или освобождение от налогов научно-исследовательской и производственной деятельности в области перспективных НИОКР;
- ▶ государственные дотации крупным промышленным компаниям для закупки лицензий на использование ноу-хау;
- ▶ льготное кредитование перспективных НИОКР;
- ▶ национализация отдельных отраслей промышленности с последующей передачей их в частное владение по достижении ими прибыльности и финансовой устойчивости (все расходы относятся на счет государства);
- ▶ защита японского производителя от конкуренции;
- ▶ создание условий для получения новых технологий из других стран;
- ▶ импорт капитала в японскую промышленность, находящуюся на территории Японии, а не за ее пределами;
- ▶ привлечение внебюджетных источников финансирования НИОКР;
- ▶ согласование государственной инвестиционной программы с интересами национальной промышленности.

В Украине инновационная деятельность традиционно развивалась в крупных научно-исследовательских институтах, научно-проектных объединениях. Потенциал отраслевой науки в Украине составляет 860 отраслевых научных организаций, среди которых 382 организации отраслей промышленности, 118 – транспорта, 46 – угольной и топливно-энергетической отрасли, 12 – космической отрасли, 24 – охраны здоровья, 29 – аграрной промышленности [7; 9].

Единство инновационного цикла в дореформенной Украине пытались реализовать через создание на предприятиях собственных научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений, объединением научно-исследовательских институтов в рамках научно-производственных и промышленных предприятий. Однако в современной Украине из процесса воспроизводства нововведений исчезают элементы, необходимые для обеспечения его непрерывности, так, только в течение 2000 – 2007 гг. количество научно-исследовательских организаций сократилось с 1490 до 1404 [7].

В Украине также наблюдается спад творческой и изобретательской активности, существенно снизился объем патентования изобретений, как в стране, так и за рубежом, заметно уменьшился уровень внедрения новой техники и технологий, особенно в наукоемких отраслях (табл. 1). Эти негативные процессы протекают на фоне усиления зависимости украинской индустрии от западных технологий, оборудования, материалов.

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

Таблица 1

Внедрение прогрессивных технологических процессов и освоение производства новых видов продукции в промышленности (млн грн)

Показатель	1995 г.	2000 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Внедрение новых прогрессивных технологических процессов	2936	1403	1142	1482	1727	1808	1145	1419
из них малоотходных, ресурсосберегающих и безотходных	1044	430	430	606	645	690	424	634
Освоено производство новых видов продукции, наименований	11472	15323	22847	7416	3978	3152	2408	881

Существенной угрозой инновационного развития и системы национального инжиниринга является уменьшение численности специалистов, занятых в научно-технической сфере (табл. 2) [7; 9].

Таблица 2

Численность научно-технических работников в Украине (тыс. чел.)

Показатель	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Всего	120,8	113,3	107,4	104,8	106,6	105,5	100,2	96,8
в том числе имеют научную степень доктора наук, кандидата наук	4,1 17,9	4,0 17,4	4,0 17,2	4,0 16,8	4,1 17,0	4,2 17,0	4,3 17,0	4,4 17,0
Работники, занятые научно-технической работой по совместительству	53,9	55,4	57,2	63,4	65,6	68,5	74,9	76,9

Все вышеперечисленное свидетельствует о неэффективности государственной политики в научно-технической сфере, неотъемлемой частью которой является инжиниринговый комплекс.

Оценка конкурентоспособности национального инжиниринга, результаты которой приводятся в настоящей монографии, строилась на оценке ее роли в мировой системе инжиниринга как неотъемлемого элемента экономики знаний.

С этой целью было проведено исследование тенденций развития экономики и системы инжиниринга в 18 странах. Из которых 15 стран были отобраны по критерию наивысшей степени развития экономики, Украина, как страна исследуемого объекта, а Польша и Чехия, как страны со схожей с Украиной историей экономического развития.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Результаты анализа позволили классифицировать страны выборки по критерию экономического развития следующим образом:

- ▶ экономика знаний (постиндустриальное общество) – к этой группе были отнесены страны, в которых производство ВВП на душу населения составляет не менее 24 тыс. долл. в год, а именно: США, Япония, Германия, Франция, Великобритания, Республика Корея, Канада, Италия, Швеция, Швейцария, Австралия, Израиль, Финляндия;
- ▶ интенсивно развивающиеся страны – к этой группе были отнесены страны с высокими темпами роста ВВП: Китай, Россия, Чехия, Польша;
- ▶ Украина, как страна объекта исследования.

Оценка места Украины в мировой системе инжиниринга проведена с помощью методов ранжирования и группировки стран по признакам развития экономики и сферы инжиниринга (НИОКР) в соответствии с алгоритмом, приведенным на *рис. 1*.

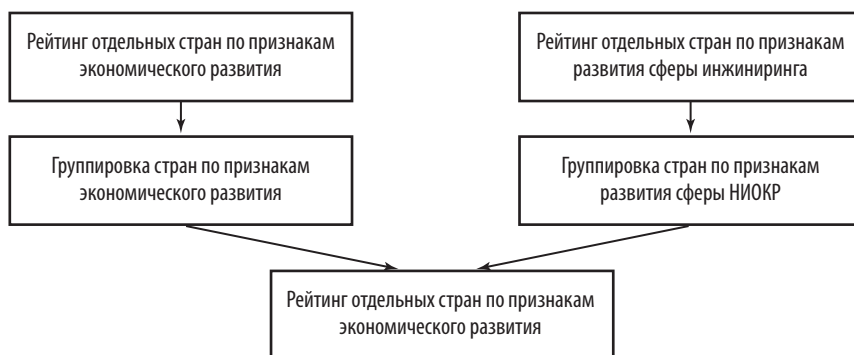


Рис. 1. Алгоритм оценки места Украины в мировой системе инжиниринга

Исходя из проведенной оценки, безусловным мировым лидером в инжиниринговой сфере, с учетом экономических возможностей и предпосылок ее развития являются США, за ними следует Республика Корея, далее самая большая группа, включающая 5 развитых стран и Китай, далее группа из четырех стран и завершает рейтинг группа из пяти стран, в которую входит и Украина.

Учитывая, что степень развитости инжиниринга в Украине существенно ниже, чем в постиндустриальных и индустриально-развитых странах, следует констатировать конкурентную недостаточность, т. е. неконкурентоспособность, национального инжиниринга на международном рынке. Данное положение, при сложившейся государственной системе стимулирования развития инжиниринговой сферы, не может быть устранено в обозримом будущем, несмотря на

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

опережающие, по сравнению с некоторыми развитыми странами, темпами роста затрат на НИОКР, поскольку современный (стартовый) уровень отечественного инжиниринга чрезвычайно низок.

Таблица 3

Рейтинг отдельных стран по признакам экономического развития на конец 2006 года

№ пп	Страна	ВВП в номинальном выражении (масштаб)		ВВП в ППС на душу населения(значимость)		Среднегодовые темпы роста ВВП (развитие)	
		млн дол	рейтинг	дол.	рейтинг	%	рейтинг
1	США	13210000	1	44000	1	3,2	10
2	Япония	4833000	2	33100	6	2,2	16
3	Китай	2518000	4	7700	18	10,7	1
4	Германия	2872000	3	31900	8	2,7	12-15
5	Франция	2149000	6	31100	10	2,1	17
6	Великобритания	2346000	5	31800	9	2,8	11
7	Республика Корея	1196000	8	24200	13	4,8	7-8
8	Канада	1088000	9	35600	2	2,7	12 – 15
9	Италия	1785000	7	30200	11	1,9	18
10	Россия	733600	10	12200	16	6,7	3
11	Швеция	373200	13	32200	7	4,7	9
12	Швейцария	386100	12	34000	3	2,7	12 – 15
13	Австралия	644700	11	33300	5	2,7	12 – 15
14	Израиль	140300	16	26800	12	4,8	7 – 8
15	Финляндия	199000	15	33700	4	5,5	6
16	Польша	337000	14	14300	15	5,8	5
17	Чехия	118000	17	21900	14	6,1	4
18	Украина	82360	18	7800	17	7,1	2

Таблица 4

Рейтинг отдельных стран по признакам развития сферы инжиниринга (НИОКР) на конец 2006 года

№ п/п	Страна	Расходы на НИОКР (масштаб)		Доля затрат на НИОКР в ВВП (значимость)		Среднегодовые темпы роста затрат (развитие)	
		млн.дол	рейтинг	%	рейтинг	%	рейтинг
1	2	3	4	5	6	7	8
1	США	343748	1	2,6	6-7	5,9	9
2	Япония	141633	2	2,9	4	5,6	12

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Окончание табл. 4

1	2	3	4	5	6	7	8
3	Китай	37782	6	1,5	15-16	22,6	2
4	Германия	73819	3	2,6	6 – 7	4,5	14
5	Франция	48151	4	2,2	10 – 11	3,6	17
6	Великобритания	41061	5	1,8	14	6,7	8
7	Республика Корея	28447	7	2,4	8	13,2	5
8	Канада	25266	8	2,3	9	4,4	15
9	Италия	19775	9	1,1	17	2,3	18
10	Россия	10761	12	1,5	15 – 16	24,9	1
11	Швеция	14933	10	4,0	2	4,2	16
12	Швейцария	10450	13	2,7	5	5,7	10 – 11
13	Австралия	11994	11	1,9	12 – 13	10,1	6
14	Израиль	6443	16	4,6	1	8,4	7
15	Финляндия	7303	15	3,7	3	5,3	13
16	Польша	7470	14	2,2	10 – 11	5,7	10 – 11
17	Чехия	2216	17	1,9	12 – 13	18,3	4
18	Украина	723	18	0,9	18	20,2	3

Таблица 5

Группировка стран по признакам экономического развития

Масштаб	Значимость	Развитие
1. США	1. США	1. Китай
2. Япония	2. Канада	2. Украина
3. Германия	3. Швейцария	3. Россия
4. Китай	4. Финляндия	4. Чехия
5. Великобритания	5. Австралия	5. Польша
6. Франция	6. Япония	6. Финляндия
7. Италия	7. Швеция	7-8. Израиль
8. Республика Корея	8. Германия	7-8. Республика Корея
9. Канада	9. Великобритания	9. Швеция
10. Россия	10. Франция	10. США

Конкурентоспособность отечественного инжиниринга

Таблица 6

Группировка стран по признакам развития сферы НИОКР

Масштаб	Значимость	Развитие
1. США	1. Израиль	1. Россия
2. Япония	2. Швеция	2. Китай
3. Германия	3. Финляндия	3. Украина
4. Франция	4. Япония	4. Чехия
5. Великобритания	5. Швейцария	5. Республика Корея
6. Китай	6 – 7. США	6. Австралия
7. Республика Корея	6 – 7. Германия	7. Израиль
8. Канада	8. Республика Корея	8. Великобритания
9. Италия	9. Канада	9. США
10. Швеция	10. Франция, Польша	10. Швейцария, Польша

Таблица 7

Рейтинг групп стран по степени развития экономики и инжиниринга

6 признаков	5 признаков	4 признака	3 признака	2 признака
1. США	1. Республика Корея	1. Япония	1. Россия	1. Италия
		2. Германия	2. Швейцария	2. Австралия
		3. Китай	3. Финляндия	3. Чехия
		4. Великобритания	4. Израиль	4. Польша
		5. Франция		5. Украина
		6. Канада		
		7. Швеция		

ЛИТЕРАТУРА

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева.– М.: Экономика, 1999.– 227 с.
2. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы.– М.: Наука, 2000.– 347 с.
3. Кондратьев В. В., Лоренц В. Я. Даешь инжиниринг.– М.: Эксмо, 2005.– 542 с.
4. Макаров В. Л. Контуры экономики знаний // Экономист.– 2003.– № 1.– С. 3 – 15.
5. Макаров В. Л. Экономика знаний: уроки для России // Вестник Российской академии наук.– Т. 73.– 2003.– № 5.– С. 450 – 462.
6. Новая технократическая волна на Западе.– М.: Прогресс, 1986.– 327 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

7. Україна у вимірі економіки знань / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця.– К.: «Осно-ва», 2006.– 592 с.
8. Bell D. The Third Technological Revolution and Its Possible Socio-Economic Conse-quences // Dissent. Spring 1989. Vol. XXXVI. No 2.– P. 17 – 23.
9. Encyclopedia of New Economy / <http://www.wired.com/reprints/encyclopedia.html>
10. Innovation Policy in Europe'2002 / <http://www.cordis.lu>
11. Knowledge for Development. World Development Report 1998/99. -Washington (DC).–Oxford, 1999.– P. 19 – 20.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

1,58% от суммарного ВВП страны; а около 3,8 тыс. туристических предприятий обеспечили поступления в государственный бюджет на уровне 174 млн грн [9 – 10]. В самый благоприятный для развития туризма год Всемирный экономический форум оценил степень значимости туристической отрасли для экономики Украины ниже среднего уровня (всего лишь 5,6% составляет совокупный объём расходов и поступлений, производимых субъектами туристической сферы, от ВВП страны), хотя максимально возможный показатель составил более 30% (табл. 1) [7]. Разумеется, у каждой страны существует своя специализированная ниша на мировом рынке, тем не менее не может не вызывать опасений ситуация, складывающаяся сейчас в Украине.

Таблица 1

Доля расходов и поступлений, производимых субъектами туристической сферы, от ВВП страны, 2007 г.

Страны	Доля, %
Барбадос, Албания, Маврикий, Черногория, Иордания	20 и выше
Хорватия, Кипр, Ямайка, Мальта, Люксембург, Камбоджа, Гонконг, Гамбия, Бурунди, Монголия, Сингапур, Болгария, Доминиканская республика, Киргизстан, Марокко, Малайзия, Гайана, Танзания, Коста-Рика	10 – 19
Исландия, Гана, Египет, Молдова, Катар, Тунис, ОАЭ, Таиланд, Бахрейн, Эстония, Австрия, Словения, Намибия, Панама, Сирия, Сальвадор, Гондурас, Ботсвана, Никарагуа, Новая Зеландия, Португалия, Армения, Бельгия, Босния и Герцеговина, Гватемала, Греция, Литва, Чехия, Латвия, Ирландия, Кувейт, Швеция, Украина, Бруней, Венгрия, Грузия, Испания, Пуэрто-Рико, Чад, Швейцария, Мавритания	5 – 9

В экономической теории широко используется понятие упущенной выгоды, в самом простом толковании означающей недополученную предприятием прибыль из-за его пассивности, невыполнения каких-то операций. Понятие шансов более ёмкое и в то же время узконаправленное, указывающее на ту же недополученную прибыль, но в результате неиспользования благоприятных условий, сложившихся в определённое время в определённой среде (будь то пространственно-географический регион, правовая, социальная, конкурентная среда или иной вид окружения). Недополученную выгоду можно уменьшить в любой момент времени, начав соответствующую деятельность, а шансы появляются не всегда предсказуемо, и возможность их использования зависит от своевременности вовлечения хозяйствующего субъекта любого уровня и принятия заданных правил по реализации необходимых мероприятий. Потери от инертности в последнем случае несоизмеримо выше, поскольку шансы почти всегда предоставляются единожды.

Теоретические аспекты формирования конкурентной среды туристической ...

В 2012 г. наша страна получает уникальный шанс заявить о своём туристическом (соответственно, культурно-историческом, природном, рекреационном, событийном, инновационном) потенциале как минимум в европейском регионе (речь идёт о проведении чемпионата Европы по футболу на территории Украины), однако подход к подготовке краткосрочного (по длительности – не более недели) мероприятия сомнителен в обеспечении дальнейшей эффективности работы заново созданных или отреставрированных объектов, прежде всего средств размещения. Варианты дальнейшей эксплуатации усиленно подготавливаемой инфраструктуры практически не предусмотрены, что в будущем приведёт к вынужденному простоя объектов капитального строительства. Средства, отводимые из государственного бюджета и целевых неправительственных фондов на разработку туристических комплексов, особенно в восточных регионах Украины, становятся омертвлёнными в ненужных, по сути, для экономики области и страны объектах.

Государственная стратегия развития туризма в Украине предусматривает усиление сотрудничества и расширение объёмов обмена продукцией, технологиями и опытом управления со странами Европейского Союза (ЕС), равно как и внешнеэкономическая деятельность в других стратегических отраслях и направлениях. Поэтому важной составляющей макрорегионального анализа становится количественная и качественная оценка не только отношений Украины с интересующими сторонами, но и умение выделить национальные экономики с наиболее похожими на отечественные условиями с целью установления приоритетов стратегического партнёрства. Например, исследователи неоднократно выделяют критические процессы оттока средств за рубеж из-за превышения объёмов выездных туристических потоков над въездными, однако данная тенденция характерна не только для Украины, но и для некоторых стран ЕС. Наоборот, положительный опыт привлечения туристов в регион также следует перенимать у стран, обладающих схожими с Украиной рекреационными ресурсами. Кроме того, в формирующихся сегодня условиях ужесточения барьеров внутри глобального экономического пространства возникает необходимость применять инструментальный анализ и регулирования замкнутых региональных экономик. На примере показателей деятельности туристической отрасли стран ЕС рассмотрим возможные подходы к решению поставленных задач исследования. Отметим, что 2007 год взят за основу как последний предкризисный период, с устоявшимися объёмами международного туризма.

По объёмам выездного туризма бесспорное лидерство принадлежит Германии, Соединённому Королевству и в какой-то степени Франции и Нидерландам: соответственно 32%, 24%, 9% и 7% всего объёма выездных поездок Европейско-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

го союза (в совокупности около 71%) принадлежит этим странам. Как видно из рис. 2 – 3, самыми посещаемыми странами ЕС во внутренних границах региона являются Испания (19%), Италия (13%), Франция (12%) и Австрия (9% от суммарного регионального количества въездных туров). Франция является наиболее представленной в международном туризме страной региона, занимая главенствующие позиции как по въездному, так и выездному туризму. Относительно предпочтений граждан ЕС касательно других направлений, отметим, что здесь структура международных поездок не является однородной (рис. 1 – 3).

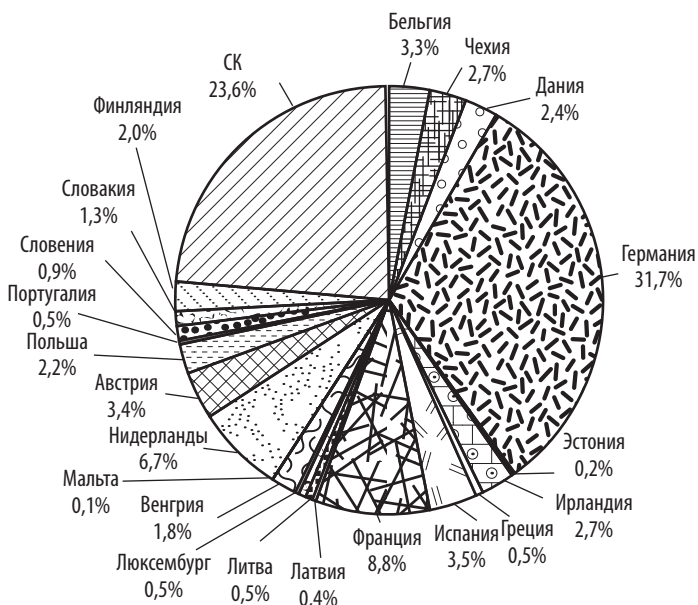


Рис. 1. Структура выездных туристических потоков из стран ЕС, весь мир (по данным 2007 г.)

Из количественных показателей международного туризма, замкнутого внутри ЕС, можно рассчитать некоторые относительные, которые будут характеризовать определенные тенденции туристического потока. Такой подход будет полезным во время оценки международного туризма в пределах любого региона, границы которого задаются искусственно. На основе данных Статистического комитета ЕС создаем матрицу выходных данных (табл. 2). Поскольку мы рассматриваем замкнутый регион, суммарное количество выездов равняется суммарному количеству въездов, то есть мы допускаем, что пространство туристического рынка Австрии, Польши, Нидерландов, Португалии и Франции закрыто для других стран. Поэтому принимаем, что граждане Франции осуществили в пределах региона 1 636 114 туристических поездки, из которых:

Теоретические аспекты формирования конкурентной среды туристической ...

$364664 / 1636114 \times 100 = 22,3 \%$ в Австрию,

$177457 / 1636114 \times 100 = 10,8 \%$ в Польшу,

$354914 / 1636114 \times 100 = 21,7 \%$ в Нидерланды,

$739079 / 1636114 \times 100 = 45,2 \%$ в Португалию.

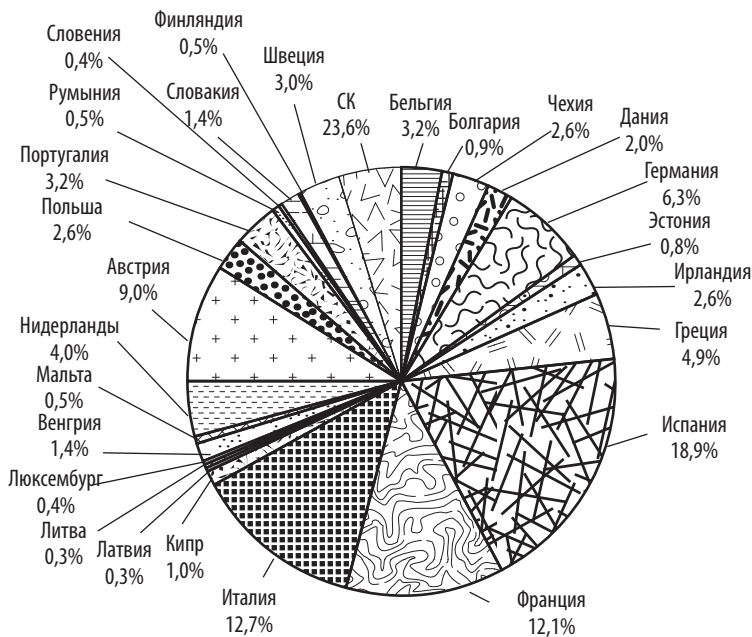


Рис. 2. Внутрирегиональная структура въездных туров стран ЕС

Таблица 2

Международные туристические потоки, 2007 г., количество поездок

Количество туристических поездок		Страны, принимающие туристов					Количество выездов
		Австрия	Польша	Португалия	Нидерланды	Франция	
Страны, отправляющие туристов	Австрия		67745	59914	68081	247302	443042
	Польша	161000		70000	179000	242000	652000
	Португалия	6470	4729		18268	128829	158296
	Нидерланды	946000	24000	233000		20720000	21923000
	Франция	364664	177457	739079	354914		1636114
Количество въездов		1478134	273931	1101993	620263	21338131	24812452

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

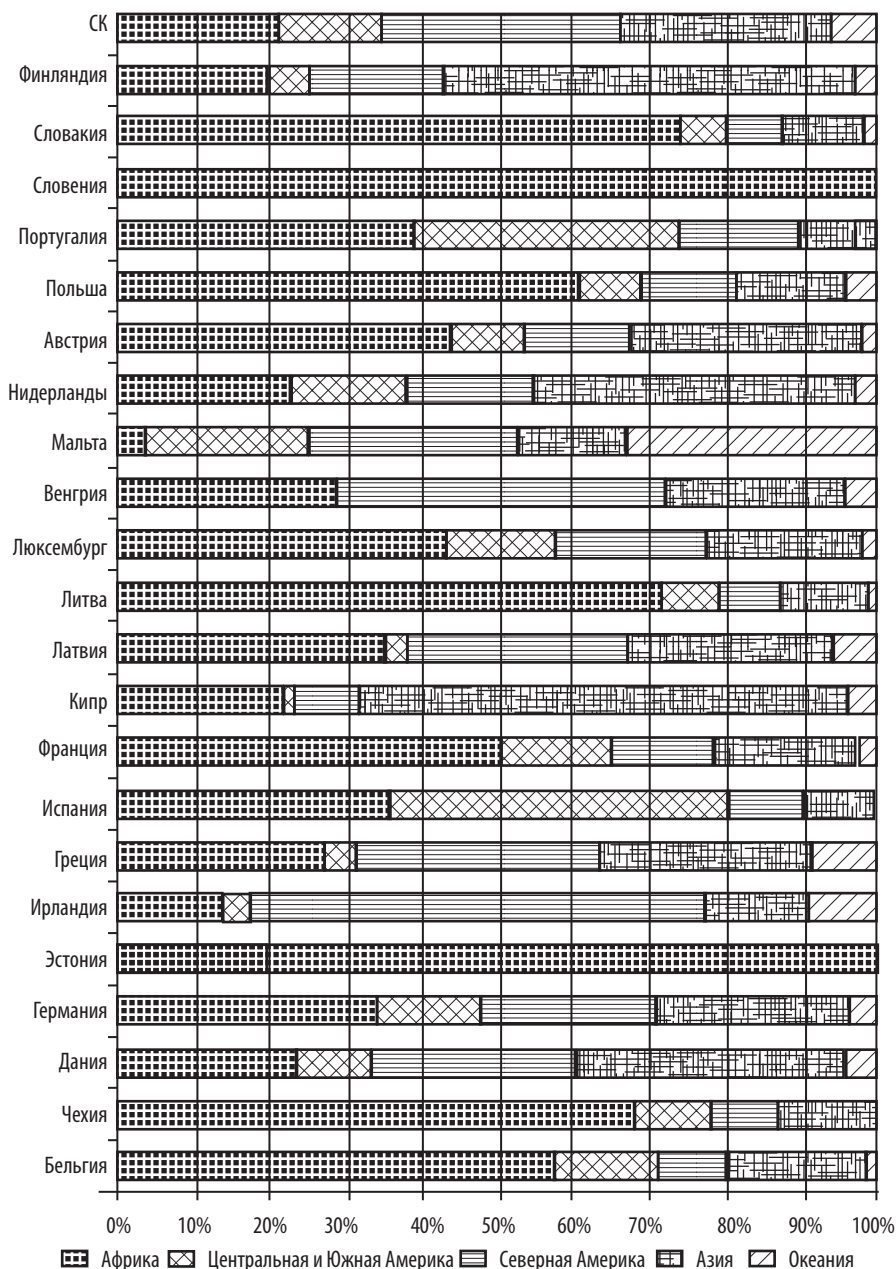


Рис. 3. Структура выездных туристических потоков из стран ЕС по регионам мира, за исключением Европы

Структура выездов по исследуемым странам приведена в табл. 3.

Таблица 3

Доля зарубежных туристических поездок, %

Доля туристических поездок, %		Страны, принимающие туристов					Доля выездов
		Австрия	Польша	Португалия	Нидерланды	Франция	
Страны, управляющие туристами	Австрия		15,3	13,5	15,4	55,8	100
	Польша	24,7		10,7	27,5	37,1	100
	Португалия	4,1	3,0		11,5	81,4	100
	Нидерланды	4,3	0,1	1,1		94,5	100
	Франция	22,3	10,8	45,2	21,7		100
Доля выездов		55,4	29,2	70,5	76,1	268,8	500
приведённая		11,1	5,8	14,1	15,2	53,8	100
по абсолютным показателям		6,0	1,1	4,4	2,5	86,0	100

Из табл. 3 видно, что в 2007 г. половина туристов из Австрии могли отдыхать во Франции, другие страны исследуемого региона одинаково популярны – приблизительно по 15% туристов могло отдыхать в Польше, Португалии и Нидерландах; аналогично даётся характеристика остальным странам.

Из описательной характеристики можно определить ведущие страны региона по приему туристов – ими в 2007 г. стали Франция (21 млн въездных туров), Австрия (1,5 млн) и Португалия (1,1 млн соответственно). Если сложить все доли по колонке, получим суммарную долю выездов для каждой страны (строка «Доля выездов»). Чем большее значение этого показателя, тем привлекательнее является страна. В исследовании принимает участие 5 стран, следовательно, суммарное значение доли выездов составит 500%. Для облегчения интерпретации показателя приведем его приведённые значения в пределах шкалы от 0 до 100% по формуле:

$$\text{Приведенная доля выездов \%} = \frac{\text{Доля выездов в страну}}{\text{Количество исследуемых стран}} \quad (1)$$

Показатель приведенной доли выездов показывает, какая часть въездных туров в пределах региона приходится на каждую страну. Например, в нашем случае на Францию пришлось 53,8%, на Нидерланды – 15,2, на Португалию – 14,1, на

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Австрию – 11,1 и менее всего на Польшу – лишь 5,8%. Следует еще раз напомнить, что такое распределение будет однозначно верным лишь в пределах выделенного региона. Возможно, Польша и Австрия являются ведущими странами по приему туристов из других стран, которые не вошли в выборку.

Следующим этапом анализа является расчёт абсолютных разниц между количеством поездок, которые были приняты страной, и численностью поездок за границу, которые были осуществлены гражданами страны (то есть сальдо баланса международного туризма). Например, из Португалии в Польшу было зарегистрировано 4 729 заграничных тура, а из Польши в Португалию – 70 000 поездок. Сальдо количества поездок по одной стране будет для Португалии:

$$70\,000 - 4\,729 = 65\,271 \text{ тур, то есть сальдо положительное;}$$

а для Польши сальдо отрицательное: $4\,729 - 70\,000 = -65\,271$ тур.

Итак, Португалия является чистым реципиентом, а Польша – донором. Если определить все значения сальдо по строкам таблицы, получим общее сальдо международных туристических потоков. Например, для Польши оно будет равняться: $(-93255) + (-65271) + (-155000) + (-64543) = -378069$ туров (табл. 4):

Таблица 4

Сальдо международных туристических потоков, 2007 г.

Количество туристических поездок		Страны, принимающие туристов				
		Австрия	Польша	Португалия	Нидерланды	Франция
Страны, отправляющие туристов	Австрия	1035092	93255	-53444	877919	117362
	Польша	-93255	-378069	-65271	-155000	-64543
	Португалия	53444	65271	943697	214732	610250
	Нидерланды	-877919	155000	-214732	-21302737	-20365086
	Франция	-117362	64543	-610250	20365086	19702017

Суммарное положительное сальдо международных поездок имеют Австрия, Португалия и Франция, что означает наивысшую привлекательность этих направлений в пределах региона.

После анализа сальдо международного туризма следует проанализировать его качественную составляющую при помощи коэффициента (соотношения) численности въездных и выездных туров ($K_{вв}$) (табл. 5):

Коэффициент рассчитывается по формуле:

$K_{вв} =$	<i>количество въездов в страну</i>	(2)
	<i>количество выездов из страны</i>	

Таблица 5

Значение коэффициента

Количество туристических поездок		Страны, принимающие туристов				
		Австрия	Польша	Португалия	Нидерланды	Франция
Страны, отправляющие туристов	Австрия	3,34	2,38	0,11	13,90	1,47
	Польша	0,42	0,42	0,07	0,13	0,73
	Португалия	9,26	14,80	6,96	12,75	5,74
	Нидерланды	0,07	7,46	0,08	0,03	0,02
	Франция	0,68	1,36	0,17	58,38	13,04

$K_{вв}$ показывает, сколько в среднем въездных поездок приходится на 1 выездную. Например, на 100 поездок граждан Нидерландов в Австрию приходится 7 поездок граждан Австрии в Нидерланды, а на 1 поездку граждан Австрии в Нидерланды приходится 14 (13,9) поездок граждан Нидерландов в Австрию, а в целом на 100 поездок граждан Нидерландов в страны исследуемого региона приходится 3 поездки граждан из других исследуемых стран в Нидерланды. Бесспорным лидером региона является Франция: суммарный объем въездных туров превышает суммарный объем выездных более чем в 13 раз.

$K_{вв}$ может принимать следующие значения (табл. 6):

Таблица 6

Значение коэффициента соотношения

$K_{вв}$	Значение коэффициента
> 1	положительное сальдо баланса международных потоков, объем выездного туризма компенсируется количеством въездных туристов (туров), чем большее значение коэффициента, тем больше объем въездного потока по сравнению с объемом выездного;
$(0;1)$	отрицательное сальдо баланса международных потоков, граждане страны осуществляют больше туристических поездок (тем больше, чем ближе к 0 значения коэффициента), чем регистрируется количество туристических прибытий в стране;
$= 1$	нулевое сальдо баланса международных потоков, объем выездного туризма равен объему въездного;
$= 0$	страна не принимает туристов вообще, сальдо баланса международных потоков отрицательное, в абсолютном измерении равно количеству выездных туров;
$x!$	комплексное число при условии, если знаменатель равен 0, то есть страна лишь принимает туристов, а ее граждане за границу не выезжают, сальдо баланса международных потоков положительное, в абсолютном измерении равно количеству въездных туров.

В заключение можно проанализировать долю абсолютных показателей в общем количестве международных турпоездок. Показатели колонки «Общее ко-

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

личество международных поездок» представляют категорию «международный туризм», то есть сумму въездных и выездных туров. Страна может иметь большое абсолютное значение $K_{вв}$, однако ее доля в общем объеме международного туризма региона незначительна, и потому она не может показывать тенденцию всей группы стран, сформированной, например, по степени привлекательности для туристов (если в эту группу входят страны со значительными расхождениями $K_{вв}$, например, по всем странам $K_{вв} > 1$), а также являться эталоном для всего региона. В нашем случае Португалия имеет наибольшее значение общего коэффициента, однако ее доля в международном туризме региона – лишь 2,5% ($1\,101\,993 + 158\,296 = 1\,260\,289$; $[1\,260\,289 * 100\%] / 49\,624\,904 = 2,5\%$), потому более показательным будет значение Франции – 13,04 (для стран–реципиентов) и Нидерландов – 0,03 (для стран–доноров) (табл. 7):

Таблица 7

Структура общего объема международных поездок

Страна	Общее количество международных поездок	Доля страны в международном туризме региона	Доля в общем количестве международных туров, %			Доля сальдо страны в общем объеме международных туристических потоков, %
			въездов	выездов	сальдо	
Австрия	1921176	3,9	76,9	23,1	53,9	2,09
Польша	925931	1,9	29,6	70,4	-40,8	-0,76
Португалия	1260289	2,5	87,4	12,6	74,9	1,90
Нидерланды	22543263	45,4	2,8	97,2	-94,5	-42,93
Франция	22974245	46,3	92,9	7,1	85,8	0,00003
Объем международных туристических потоков региона						
	49624904	100	50	50	0	0

Принимая во внимание долю выездов и въездов, можно определить ведущие страны по абсолютным объемам турпотоков – по приему туристов это Франция (из всего объема международного туристического потока страны в исследуемом регионе 93% – это въездной туризм и только 7% – выездной), Португалия и Австрия (соответственно примерно 87 и 77%), по выезду – Нидерланды (97% объема международного туризма страны – выездной туризм и 3% – въездной) и Польша (соответственно 70 и 30%).

Чем большее значение доли сальдо страны в общем объеме международно-го туристического потока этой страны, тем большей является разница между абсолютными значениями въездных и выездных потоков (при положительном сальдо – больше въездной поток, при отрицательном – выездной).

Теоретические аспекты формирования конкурентной среды туристической ...

Помимо количественной оценки международных туристических потоков, обязательно необходимо учитывать их стоимостную характеристику, поскольку именно объём доходов национальных экономик от предоставления туристических услуг и потери от импорта (потребления услуг за рубежом) складывают соответствующие статьи платёжного баланса. Для сравнения рассмотрим агрегированные показатели платёжного баланса стран ЕС и региона в целом по торговле услугами и продукцией туристической отрасли. Как видно, на протяжении 5 лет имела тенденция к постепенному увеличению объёмов торговли услугами при постоянном сохранении положительного сальдо соответствующей строки платёжного баланса, и в 2008 г., согласно предварительной оценки, экспорт услуг из стран ЕС составил 520,5 млрд евро, импорт – 445 млрд, соответственно сальдо положительное – 75,5 млрд евро (рис. 4) [8].

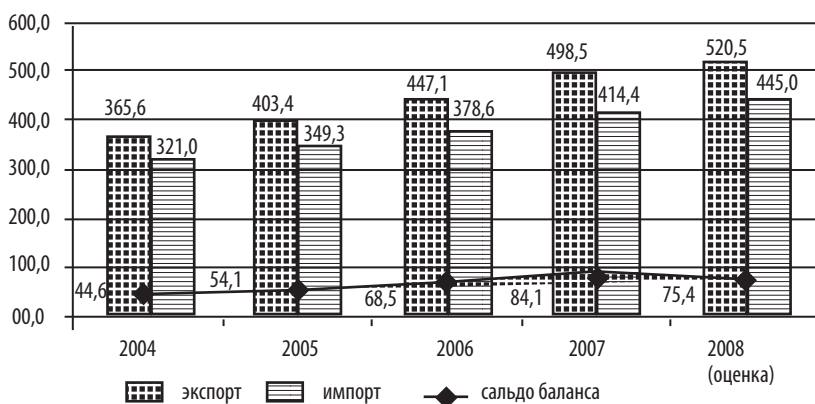


Рис. 4. Показатели платёжного баланса стран ЕС27 (торговля услугами), млрд евро

Что касается суммарных показателей туристической отрасли, здесь ситуация обратная: сальдо платёжного баланса отрицательное, и его абсолютное значение постепенно увеличивается – от 17,3 млрд евро в 2004 г. до 22,2 млрд в 2008. Наиболее благоприятным годом был 2006 г., когда разрыв между оттоком и притоком средств от туристической деятельности составлял 15,4 млрд евро. Также уменьшается общая доля туристической отрасли в общем объёме экспорта и импорта услуг – если в 2004 г. она составляла 24,8 и 17% , то в 2008 – уже 21,4 и 14% соответственно (рис. 5) [8].

Если рассматривать страны ЕС по отдельности, то можно увидеть, что Германия и Соединённое Королевство, являясь лидерами выездного туризма, имеют наиболее проблемный баланс расходов и поступлений в данной отрасли. Если у большинства стран отрицательное сальдо по статье туризма не выходит за

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

пределы 5 млрд евро (отрицательное сальдо имели в 2007 г. Бельгия, Дания, Германия, Ирландия, Латвия, Нидерланды, Финляндия, Швеция, СК), то Германия и СК имеют 34,3 и 25,3 млрд соответственно. В то же время, наибольшее положительное сальдо наблюдается у Испании (27,8), Франции (12,8), Италии (11,2) и Греции (8,8 млрд. евро) (рис. 6) [8].

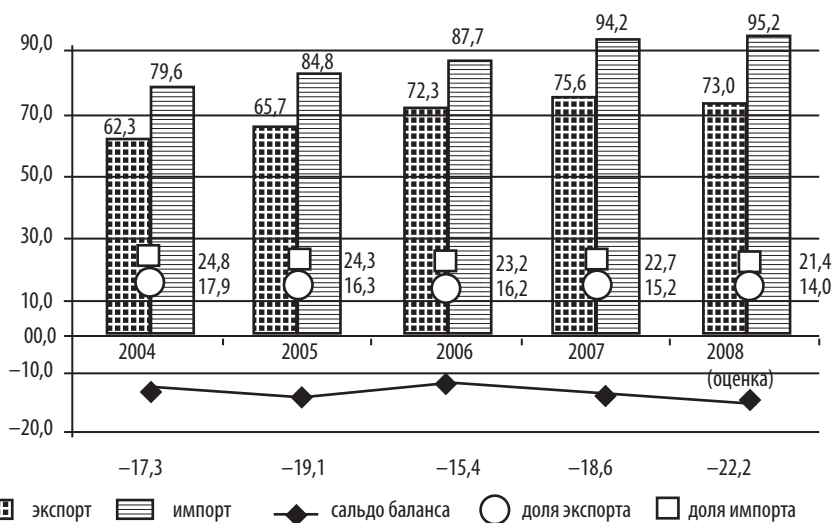


Рис. 5. Показатели платёжного баланса стран ЕС27 (международные переводы в сфере туризма), млрд евро

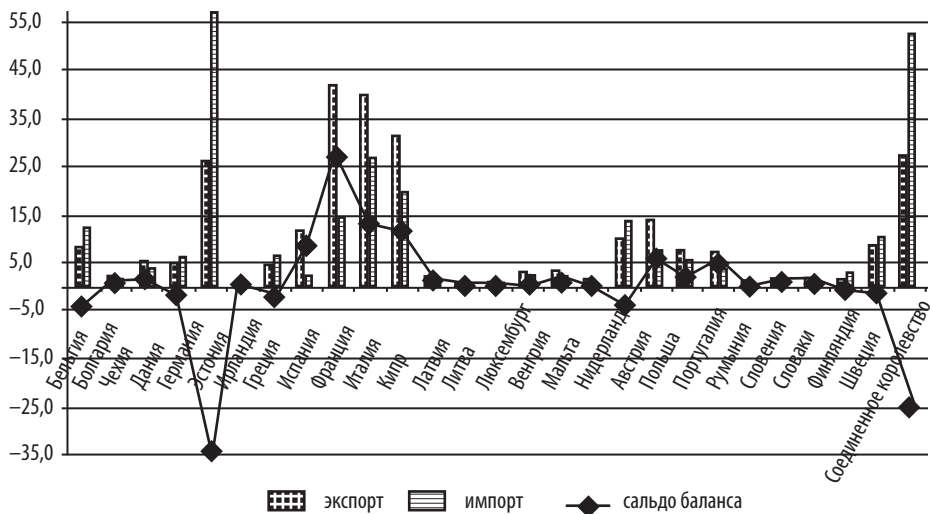


Рис. 6. Показатели платёжного баланса по статье международного туризма стран ЕС27, 2007 г., млрд евро

Теоретические аспекты формирования конкурентной среды туристической ...

Поэтому Украине будет разумным перенять опыт регулирования туристической отрасли у этих стран и расширять взаимовыгодное сотрудничество.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бубенко П. Т. Інституційна динаміка просторової організації економічного розвитку. Монографія.– Х.: ХНАМГ, 2008.– 295 с.
2. Конкурентоспроможність: проблеми науки та практики: монографія / Харківський національний економічний університет; НАН Укр. Наук.-дослід. центр індустр. проблем розвитку.– Х.: ВД «ІНЖЕК», 2007.– 263 с.
3. Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство=Modelling of economic security: state, region, enterprise: Monograph: Моногр. / [За ред. В. М. Гейця; Авт. кол.: В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк]; Наук.-дослід. центр індустр. проблем розвитку НАН України.– Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006.– 239 с.
4. Раєвнева О. В. Моделювання антикризового управління регіоном: наук. вид. / О. В. Раєвнева, Н. Ю. Голяд.– Х.: ХНЕУ, 2007.– 299 с.
5. Столярчук Я. М. Суперечності глобальної монополізації капіталу // Регіональна економіка.– № 4, 2008.– С. 15 – 23.
6. Шнирков О. І. Конкурентна політика Європейського Союзу: Монографія/О.І. Шнирков; Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка.– К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2003.– 217 с.
7. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 / Editors Jennifer Blanke, Thea Chiesa.– Geneva: World Economic Forum, 2009.– 525 p.
8. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/> – официальный сайт статистического комитета ЕС
9. <http://www.tourism.gov.ua> – официальный сайт Государственной туристической администрации Украины
10. <http://www.ukrstat.gov.ua> – официальный сайт Госкомстата Украины

Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины

Райнин И. Л., кандидат наук государственного управления, докторант

Волик И. Н., кандидат экономических наук, ученый секретарь

Врода Ю. Ф., младший научный сотрудник

Научно-исследовательский центр индустриальных проблем развития НАН Украины (г. Харьков)

Развитие современного государства в долгосрочной перспективе на новых качественных принципах нуждается в исследовании не только традиционных факторов экономического роста, например, таких, как технологические изменения, развитие человеческого капитала и др. Не менее важное значение имеет формирование определенной материально-технической базы экономического роста, которая в экономической системе регионов должна включать как производственную, так и социальную инфраструктуру.

Недостаточное развитие инфраструктурного комплекса в Украине не позволяет в полной мере реализовать ее научно-производственный потенциал для решения проблем стабильного экономического роста. Поэтому важным и актуальным является исследование проблем развития инфраструктурного комплекса регионов, в частности с целью совершенствования промышленной политики государства для регуляции инфраструктурных отраслей на основе использования финансовых, экономических административно-организационных механизмов. Для решения этих проблем важное значение имеет разработка методического обеспечения формирования программ развития инфраструктурного комплекса.

В экономической литературе проблемы развития производственной и социальной инфраструктуры и ее регуляции нашли отображение в работах Н. Алимова [1], Ю. Бажала [2], А. Величко, О. Гаврилюка, В. Гейца [5], А. Гриценко [6] и других. Значительный вклад в теоретические и практические исследования влияния инфраструктуры на состояние экономики сделали такие ученые, как Ф. Агийон, Д. Ашауер, Д. Биль, Дж. Ван Дайн, Е. Гремлич, Д. Каннинг, А. Маннел, Дж. Милль, Е. Савас, А. Смит, Дж. Стиглиц, Д. Хольцикин, Х. Хиршхаузен и другие. Невзирая на значительный опыт научных исследований, экономисты до сих пор не пришли к общему выводу относительно выбора методики оценки развития объектов инфраструктуры стран с переходными и развивающимися экономиками. Таким образом, актуальным остается вопрос выбора и обоснования приоритетности развития объектов инфраструктуры регионов Украины.

Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины

Целью данной работы является исследование существующих подходов к оценке состояния объектов инфраструктуры и разработка методических положений по оценке развития объектов инфраструктуры регионов Украины.

Для реализации поставленной цели в процессе исследований был проведен анализ программ и стратегий социально-экономического развития областей Украины на период до 2015 г. (табл. 1). Результаты анализа позволили установить, что среди всех областей Украины оценка развития инфраструктуры региона и определение дальнейших стратегических заданий по ее развитию были осуществлены только в Винницкой, Волынской, Житомирской, Запорожской, Ивано-Франковской, Кировоградской, Луганской, Львовской, Полтавской, Сумской, Тернопольской, Херсонской, Хмельницкой, Черкасской, Черновицкой и Черниговской областях. При этом в стратегиях социально-экономического развития Донецкой и Полтавской областей такая составляющая инфраструктуры как транспортное хозяйство отдельно не рассматривалось. В стратегиях и программах социально-экономического развития регионов Украины, как правило, отсутствует четкая формулировка приоритетного направления развития инфраструктуры, что не позволяет определить, развитие каких именно объектов инфраструктуры требует первоочередной государственной поддержки. На основании данных, приведенных в табл. 1 можно сделать вывод, что в общем виде только в восьми областях, что составляет одну треть всех областей Украины, согласуются приоритеты и поставленные задачи развития инфраструктурного комплекса с приоритетами и общими задачами программ и стратегий социально-экономического развития областей на период до 2015 г.

Таблица 1

Основные направления развития инфраструктуры в стратегиях и программах социально-экономического развития регионов Украины*

Область	Приоритетные направления развития инфраструктуры в		Сопоставимость приоритетов
	стратегиях	программах	
1	2	3	4
Винницкая	Рекреационно-туристическая сфера	Экономическая сфера	
Волынская	Социальная сфера и туризм	Экономическая сфера	
Донецкая	Формирование высокоэффективного инновационного производственного комплекса региона	Данные отсутствуют	
Днепропетровская	Данные отсутствуют	Социальная сфера	

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Продолжение табл. 1

1	2	3	4
Житомирская	Развитие производственной, социальной сферы	Экономическая сфера	
Закарпатская	Туристическая рекреационная деятельность	Социальная сфера	+
Запорожская	Высокотехнологичный индустриальный и аграрный комплексы, высокий образовательно научный потенциал, с широким спектром курортно-туристических услуг	Экономическая сфера	
Ивано-Франковская	Развитие туристического рекреационного комплекса	Социальная сфера	+
Кировоградская	Развитие производственной и социальной инфраструктуры	Экономическая сфера	
Киевская	Данные отсутствуют	Социальная сфера	
Луганская	Формирование высокоэффективного инновационно производственного комплекса региона	Экономическая сфера	+
Львовская	Промышленность и туризм	Социальная, экономическая сферы	+
Николаевская	Развитие производственной и непроизводственной инфраструктуры, в частности, жилищно-коммунального, гостиничного, дорожного, улично-дорожного хозяйства, энергетического сектора, транспортных и информационных коммуникаций	Данные отсутствуют	
Одесская	Инновационный производственный комплекс	Экономическая сфера	+
Полтавская	Социальное, экологическое и экономическое развитие	Социальная, экономическая сферы	+
Ровенская	Промышленный и агропромышленный потенциал	Данные отсутствуют	
Сумская	Промышленность, АПК	Экономическая сфера	+
Тернопольская	Сельское хозяйство, туризм и рекреация	Экономическая сфера	+
Херсонская	Аграрно-промышленный комплекс, туристический рекреационный	Социальная сфера	
Хмельницкая	Производственный, ресурсный, туристический потенциал	Экономическая сфера	

Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины

Окончание табл. 1

1	2	3	4
Черкасская	Производственная инфраструктура	Социальная сфера	
Черновицкая	АПК, туризм	Производственная инфраструктура, социальная сфера	
Черниговская	Промышленность, АПК, туризм	Экономическая сфера	
Харьковская	Промышленность, наука, образование	Данные отсутствуют	

* *Источник:* таблица составлена по материалам программ и стратегий социально-экономического развития регионов Украины на период до 2015 года.

Следовательно, можно констатировать, что при разработке программ и стратегий развития в большинстве областей Украины не были учтены требования использовать системный подход, согласно которому экономика региона должна рассматриваться как сложная система, состоящая из различных производственно-хозяйственных подсистем, в том числе и подсистем инфраструктурного комплекса.

В связи этим возникает необходимость в разработке методического подхода по определению приоритетных направлений развития объектов инфраструктуры регионов Украины на основании оценки уровня развития региональных подсистем, состоящих из производственно-хозяйственных структур, осуществляющих различные виды экономической деятельности. Разработанные и предлагаемые в данной статье методические положения по оценке уровня развития инфраструктуры регионов Украины базируются на использовании следующих критериев: масштаб развития подсистемы, техническое состояние подсистемы, характеристика динамики развития подсистемы. Эти критерии используются для расчета интегрального показателя развития инфраструктурного комплекса региона (рис. 1).

При расчете интегрального показателя – $R(S_i)$ (1) необходимо учитывать динамическую значимость каждого признака, приведенного на рис. 1, на определенный момент, которая характеризуется величиной ее разброса. Как показали проведенные исследования, лучше всего для такой оценки подходит метод расчета энтропии. [9]

$$R(S_i) = \sum_{j=1}^n H_j b_{ij}, \quad i = \overline{1, m}, \quad (1)$$

где H_j – энтропия j -го показателя;

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

b_{ij} – количественная оценка j -го показателя для i -го вида экономической деятельности (ВЭД);

m – количество ВЭД;

n – количество показателей.

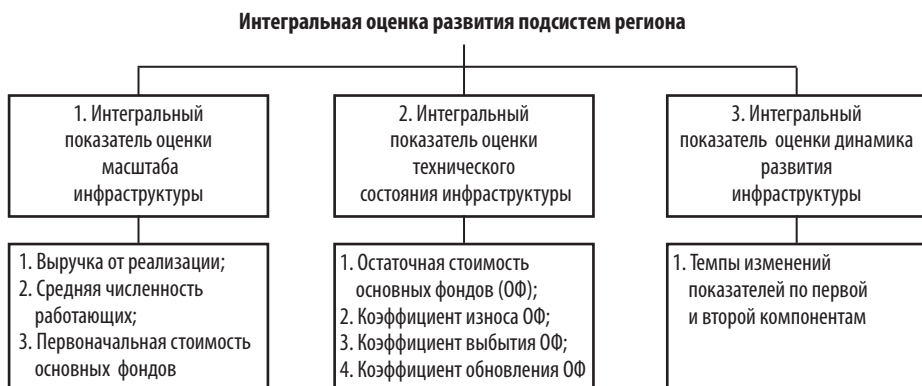


Рис. 1. Составляющие расчета интегральной оценки развития подсистем производственно-хозяйственного комплекса региона

Расчет комплексной интегральной оценки развития производственно-хозяйственных подсистем Харьковской области проведен по вышеприведенной формуле (1), с использованием в качестве показателей интегральных оценок состояния, динамики и масштаба. Результаты расчетов приведены в *табл. 2*. На основании анализа комплексных интегральных оценок могут быть определены приоритетные направления развития инфраструктуры региона.

Таблица 2

Комплексная оценка развития производственно-хозяйственных подсистем Харьковской области

ВЕД	Код ВЭД	Интегральная оценка			Комплексная интегральная оценка	Ранжирование
		состояния	масштаба	динамики		
1	2	3	4	5	6	7
Сельское хозяйство, охота, лесное хозяйство	A	0,44	0,29	0,55	0,47	34
Сельское хозяйство, охота и связанные с ними услуги	1	0,44	0,30	0,55	0,47	31
Лесное хозяйство и связанные с ним услуги	2	0,33	0,33	0,54	0,41	49
Рыболовство, рыбоводство	B	0,61	0,33	0,65	0,61	9

Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Добывающая промышленность	C	0,37	0,35	0,43	0,40	51
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	CA	0,37	0,35	0,40	0,39	54
Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	CB	0,58	0,33	0,53	0,56	21
Перерабатывающая промышленность	D	0,26	0,26	0,41	0,31	74
Производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий	DA	0,56	0,33	0,46	0,52	25
Производство мяса и мясных продуктов	15.1	0,60	0,33	0,52	0,57	17
Производство рыбных продуктов	15.2	0,81	0,33	0,64	0,73	4
Переработка и консервирование овощей и фруктов	15.3	0,96	0,33	0,75	0,85	1
Производство масла и животных жиров	15.4	0,39	0,34	0,51	0,44	45
Производство молочных продуктов и мороженого	15.5	0,74	0,33	0,55	0,66	6
Производство продуктов мукомольной крупяной промышленности, крахмала и крахмальных продуктов	15.6	0,39	0,33	0,54	0,44	43
Производство готовых кормов для животных	15.7	0,27	0,33	0,41	0,33	68
Производство других пищевых продуктов	15.8	0,42	0,32	0,49	0,44	42
Производство напитков	15.9	0,67	0,34	0,43	0,58	13
Текстильное производство; производство одежды, меха и изделий из меха	DB	0,40	0,32	0,40	0,41	50
Производство одежды, производство меха и изделий из меха	18	0,34	0,33	0,38	0,36	59
Целлюлозно-бумажное производство; издательская деятельность	DE	0,58	0,33	0,49	0,54	23

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Производство бумажной массы, бумаги, картона и изделий из них	21	0,66	0,33	0,45	0,58	14
Издательская деятельность	22.1	0,59	0,33	0,55	0,57	18
Полиграфическая деятельность и связанные с ней услуги	22.2	0,55	0,33	0,48	0,52	26
Производство кокса, продуктов нефтепереработки и ядерных материалов	DF	0,64	0,35	0,59	0,61	8
Производство кокса	23.1	0,59	0,34	0,50	0,55	22
Производство продуктов нефтепереработки	23.2	0,67	0,34	0,48	0,60	11
Производство основной химической продукции	DG	0,02	0,38	0,56	0,23	79
Производство лаков и красок	24.1	0,00	0,38	0,42	0,18	81
Химическое производство	24.3	0,35	0,33	0,37	0,37	57
Фармацевтическое производство	24.4	0,58	0,33	0,61	0,58	15
Производство мыла и моющих средств, средств для чистки и полирования; парфюмерных и косметических средств	24.5	0,44	0,33	0,55	0,48	30
Производство другой химической продукции	24.6	0,34	0,33	0,54	0,41	47
Производство другой неметаллической минеральной продукции	DI	0,71	0,34	0,77	0,70	5
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	DJ	0,29	0,33	0,40	0,34	62
Производство труб	27.2	0,22	0,33	0,46	0,32	72
Другие виды первичной обработки стали	27.3	0,41	0,33	0,27	0,37	56
Производство цветных металлов	27.4	0,37	0,33	0,40	0,39	53
Литье металлов	27.5	0,22	0,34	0,51	0,33	69
Производство готовых металлических изделий	28	0,34	0,33	0,39	0,37	58
Производство машин и оборудования	DK	0,23	0,30	0,51	0,33	67

Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Производство электрического, электронного и оптического оборудования	DL	0,26	0,31	0,45	0,34	66
Производство офисного оборудования и электронно-вычислительных машин	30	0,65	0,33	0,51	0,59	12
Производство электрических машин и оборудования	31	0,26	0,32	0,47	0,34	63
Производство аппаратуры для радио, телевидения и связи	32	0,25	0,33	0,44	0,33	71
Производство медицинской техники, измерительных средств, оптических приборов и оборудования, часов	33	0,28	0,32	0,39	0,33	70
Производство транспортных средств и оборудования	DM	0,41	0,31	0,61	0,47	33
Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов	34	0,78	0,34	0,75	0,75	3
Производство других транспортных средств	35	0,25	0,31	0,51	0,35	61
Другие отрасли промышленности	DN	0,45	0,33	0,49	0,47	35
Переработка отходов	37	0,43	0,33	0,52	0,46	36
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	E	0,25	0,38	0,45	0,34	64
Производство и распределение электроэнергии	40.1	0,16	0,39	0,40	0,27	76
Производство и распределение газа	40.2	0,37	0,33	0,44	0,40	52
Снабжение паром и горячей водой	40.3	0,62	0,34	0,45	0,56	20
Сбор, очистка и распределение воды	41	0,21	0,33	0,49	0,32	73
Строительство	F	0,51	0,32	0,49	0,50	27
Строительство	45	0,51	0,32	0,49	0,50	27
Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного потребления	G	0,66	0,55	0,55	0,64	7

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Продолжение табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Торговля автомобилями и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт	50	0,87	0,37	0,58	0,75	2
Оптовая торговля и посредничество в оптовой торговле	51	0,60	0,51	0,42	0,56	19
Розничная торговля; ремонт бытовых изделий и предметов личного потребления	52	0,53	0,34	0,43	0,50	29
Деятельность гостиниц и ресторанов	Н	0,40	0,33	0,54	0,45	40
Деятельность гостиниц	55.1	0,67	0,33	0,50	0,60	10
Предоставление других мест для временного проживания	55.2	0,31	0,34	0,39	0,35	60
Деятельность ресторанов	55.3	0,57	0,33	0,47	0,53	24
Деятельность баров	55.4	0,49	0,33	0,28	0,43	46
Деятельность столовых и услуги по снабжению готовой едой	55.5	0,38	0,33	0,46	0,41	48
Деятельность транспорта и связи	l	0,11	0,55	0,39	0,26	77
Деятельность железнодорожного транспорта	60.1	0,24	0,38	0,35	0,30	75
Деятельность другого наземного транспорта	60.2	0,42	0,32	0,52	0,45	38
Деятельность авиационного транспорта	62	0,15	0,33	0,37	0,25	78
Дополнительные транспортные услуги и вспомогательные операции	63	0,09	0,33	0,37	0,21	80
Деятельность почты и связи	64	0,64	0,35	0,48	0,58	16
Образование	М	0,27	0,35	0,44	0,34	65
Здравоохранение и предоставление социальной помощи	Н	0,32	0,34	0,46	0,38	55
Коллективные, общественные и личные услуги	0	0,45	0,32	0,48	0,46	37
Санитарные услуги, уборка мусора и уничтожение отходов	90	0,47	0,33	0,39	0,45	39

Развитие инфраструктурного комплекса в регионах Украины

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6	7
Деятельность общественных организаций	91	0,46	0,34	0,50	0,47	32
Деятельность в сфере отдыха и развлечений	92	0,44	0,33	0,43	0,45	41
Предоставление индивидуальных услуг	93	0,44	0,33	0,41	0,44	44

В соответствии с полученными результатами оценки развития производственно-хозяйственных подсистем экономики Харьковской области были сделаны следующие выводы:

1. Наиболее низкие показатели развития объектов производственной инфраструктуры имели место по таким видам экономической деятельности: транспорт и связь, а также производство и распределение электроэнергии, газа и воды.
2. Недостаточно высокий уровень развития имеет социальная инфраструктура области, в частности объекты инфраструктуры в сфере образования, здравоохранения и предоставления социальной помощи.

Таким образом, рассмотренные в работе методические положения позволяют определить комплексную и интегральные оценки развития производственно-хозяйственных подсистем экономики региона, в том числе и подсистем инфраструктурного комплекса региона. В процессе формирования эффективной промышленной политики государства развитие инфраструктурного комплекса требует постоянного поиска оптимальных вариантов соединения различных инструментов государственного регулирования. Критериями определения государственных приоритетов при развитии инфраструктуры должны выступать показатели масштаба развития объектов инфраструктуры для каждого региона, состояния и динамики их развития в соответствии со стратегией государственного развития. При этом должны соблюдаться принципы альтернативности путей развития, взаимодополняемости стратегий и текущих планов развития регионов, сочетания программно целевого, регионального и отраслевого планирования, рационального использования и воссоздания всех видов природных ресурсов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алімов А. Н., Ємченко В. Н. Конкуренентоспроможність національної економіки // НАН України. Ін-т економіки.– К.: 2001.– 59 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

2. Бажал Ю. М. Розвиток національної інноваційної системи як складової українського інформаційного суспільства. // http://www.isu.org.ua/catalog-26/c_id-157/i_id-4/level-2/library.html
3. Волосюк М. В. Розвиток промислово-інноваційного комплексу України за пріоритетними напрямками // Проблеми науки.– 2007.– №9.– С. 13 – 19.
4. Гальчинський А., Гець В., Кінах А., Семиноженко В. Інноваційна стратегія українських реформ.– К.: Знання України, 2003.
5. Гець В. М. Социально-экономические трансформации в переходе к экономике знаний // Социально-экономические проблемы информационного общества / Под ред. Г. Л. Мельника.– Сумы: 2005.– 430 с.
6. Гриценко А., Соболев В. Рыночная инфраструктура: сущность, функции, строение // Экономика Украины.– № 4.– 1998. – С. 5- 44.
7. Лісовий А. В. Методологічні основи вдосконалення механізму управління галузями соціальної інфраструктури // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво».– 2006.– № 1.– С. 158 – 164.
8. Лукінов І. До питання про концепцію і модель сучасного економічного розвитку України / І. Лукінов // Економіка України.– 2001.– № 6.– С. 4 – 9.
9. Статистический анализ многомерных объектов произвольной природы / [Васильев В. И., Красильников В. В., Плаксий С. И., Тягунова Т. Н.]– М.: Издательство ИКАР, 2004.– 382 с.
10. Чухно А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України.– 2004.– № 5.

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

Красноносова Е. Н., докторант, кандидат экономических наук, доцент
Научно-исследовательский центр индустриальных проблем развития НАН Украины (г. Харьков)

Основным показателем, характеризующим развитие фондового рынка, является его капитализация, или суммарная стоимость акций, представленных на рынке. Показателем роста фондового рынка в Украине является увеличение доли акционерного капитала, однако, говорить о его эффективном функционировании преждевременно, поскольку, прежде всего, следует проанализировать динамику основных показателей, характеризующих экономику государства в целом, таких как валовый внутренний продукт (ВВП). Это показатель, который в денежном выражении характеризует размер экономики страны. Исходя из содержания ВВП, он оказывает непосредственное влияние на состояние рынка ценных бумаг, но это не единственный макроэкономический показатель, который оказывает существенное влияние на состояние рынка ценных бумаг.

По результатам проведенного теоретического обобщения литературных источников в *табл. 1* представлены макроэкономические показатели, которые оказывают влияние на состояние рынка ценных бумаг, или же претерпевают изменения в зависимости от состояния данного рынка.

Таблица 1

Макроэкономические показатели, находящиеся во взаимном влиянии с состоянием рынка ценных бумаг

2	Характеристика показателя 3
1) Объем валового внутреннего продукта	Макроэкономический показатель экономической статистики, отражает совокупную стоимость конечных продуктов и услуг, произведенных в определенной стране за определенный промежуток времени, в текущих ценах без учета сальдо платежного баланса [4, с. 110]
2) Средняя ставка процента по банковским кредитам	Средневзвешенная арифметическая величина цены денежного займа в кредитно-финансовых учреждениях государства [1 с. 866]. Как отмечает Загорский В. С., рынок ценных бумаг играет большую роль в экономике страны, поскольку выступает альтернативным источником ее

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТЬ: ПРОБЛЕМЫ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

Продолжение табл. 1

1	2
	финансирования [6, с. 10 – 11]. Поскольку рынок ЦБ – это альтернативный-источник финансирования экономики, средняя ставка процента по банковским кредитам оказывает определенное влияние на него
3) Уровень инфляции	Под инфляцией подразумевают обесценивание бумажных денег, которое сопровождается ростом цен на товары и услуги [1 с. 367]. Уровень инфляции непосредственно влияет на размер доходов, полученных от прав собственности на ценные бумаги и операций с ними
4) Уровень безработицы	Под безработицей понимают ситуацию в экономике, когда резко снижается спрос на рабочую силу [1 с. 80]. Оказывает влияние на поведение инвесторов и эмитентов ценных бумаг
5) Состояние балансов государства	Балансом, далее Б., называют способ группировки цифровых показателей, которые характеризуют определенное явление, через сопоставление или противопоставление отдельных его сторон [1 с. 60 – 61].
а) Баланс платежный	а) Система показателей, которые характеризуют соотношения между суммой фактических денежных поступлений из-за границы и суммой платежей другим государствам за определенный период [1 с. 65]. Оказывает влияние на поведение инвесторов и эмитентов ценных бумаг.
б) Баланс денежных доходов и затрат населения	б) Система взаимосвязанных показателей, которые отражают формирование денежных доходов населения и их использование [1 с. 62]. Население во многих странах выступает активным инвестором на рынке ценных бумаг.
в) Финансовый своденный баланс государства	в) Система показателей, которые характеризуют источники создания и направления использования финансовых ресурсов и их величину за определенный период [1 с. 62]. Оказывает влияние на поведение инвесторов и эмитентов ценных бумаг.
г) Баланс эмиссионный	г) Б. национального банка-эмитента денежных знаков, который разрабатывают для определения размеров и структуры операций выпуска и изъятия денежных знаков за определенный период времени [1 с. 63]. Масса наличных денег, находящихся в обращении, оказывает влияние на экономику страны и финансовый рынок, частью которого является и рынок ценных бумаг.
д) Баланс движения капиталов и кредитов	д) Соотношение вывезенных и ввезенных государственных и частных капиталов, а также предоставленных и полученных международных кредитов [1 с. 63]. Влияет на объемы инвестиций, которые поступают на рынок ценных бумаг.
е) Баланс внешнеторговый и др.	е) Соотношение между стоимостью экспорта и импорта государства в ее торговле с другой страной или группой стран за определенный период времени. [1 с. 63]. Оказывает влияние на поведение инвесторов и эмитентов ценных бумаг

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

Окончание табл. 1

1	2
6) Валютный курс	Под валютным курсом понимают соотношение двух валют; «цена» денежной единицы одной страны, выраженная в денежных единицах другой страны или в международных платежных средствах [1 с. 469]. Оказывает влияние на поведение инвесторов и эмитентов ценных бумаг
7) Конъюнктура финансового рынка и др. показатели	Конъюнктурой финансового рынка является характеристика текущего спроса, предложения, цены и уровня конкуренции на финансовом рынке вообще или в отдельных его сегментах [1 с. 469]. Влияет на спрос и предложение финансовых инструментов рынка ценных бумаг, а также на поведение инвесторов и эмитентов данного рынка

Кравченко Ю. Я. рассматривает рынок ценных бумаг исходя из двух позиций: с *одной стороны*, рынок ценных бумаг – это барометр общественного производства; с *другой стороны*, рынок ценных бумаг – это движущая сила, которая может ускорять или тормозить общественное производство. Фондовый рынок является очень чувствительным механизмом, он тонко и быстро реагирует на все изменения в производстве, экономике торговли и конъюнктуре рынка. Также Кравченко Ю. Я. отмечает, что курсы акций и других ценных бумаг всегда падают накануне и во время экономического кризиса [4, с. 533]. Данное утверждение дает возможность сделать предположение, что кризис изначально проявляется не в производстве, а на рынке капиталов, на денежном рынке, в сфере денежного обращения.

Под рынком капиталов понимают систему финансово-экономических отношений, которая обслуживает движение свободных денежных средств и содействует превращению их в денежный капитал, который приносит прибыль вследствие его вложения в предпринимательство [1 с. 796]. Рассмотрим показатели, которые характеризуют состояние рынка ценных бумаг, *табл. 2*.

Таблица 2

Показатели, характеризующие состояние рынка ценных бумаг

Наименование показателя	Характеристика показателя
1	2
1) Объем выпущенных акций (рынок акционерного капитала)	Согласно Закону Украины «О Ценных бумагах и фондовом рынке», акция – это именная ценная бумага, которая свидетельствует о имущественных правах ее собственника (акционера), относящихся к акционерному обществу, включая права на получение части прибыли акционерного общества в виде дивидендов и право получения части имущества акционерного общества в случае его ликвидации, право на управление акционерным

1	2
	обществом, а также неимущественные права, предусмотренные действующим законодательством Украины [7]. Загорский В. С. определяет акцию как инвестиционную ценную бумагу, то есть считает ее частью капитала общества [6 с. 67]
2) Объем выпущенных облигаций (рынок долгового капитала)	Также согласно Закону Украины «О Ценных бумагах и фондовом рынке», облигация – это ценная бумага, которая свидетельствует внесение ее владельцем денежных средств, определяет отношения займа между собственником облигации и эмитентом, подтверждает обязательства эмитента вернуть собственнику облигации ее номинальную стоимость в предусмотренный условиями срок и выплатить доход по облигации, если другое не предусмотрено условиями размещения [7]
3) Объем выпущенных производных ценных бумаг деривативов (рынок производных инструментов)	Под производными ценными бумагами понимают ценные бумаги, стоимость которых зависит от стоимости других ценных бумаг. К ним, например, относят опционы и варранты [1 с. 624]
4) Объемы торгов на рынке ценных бумаг	Объем торгов на фондовом рынке рассчитывается как число акций, переходящее от продавцов к покупателям, т. е. как торговый оборот за день. Оборот ценных бумаг определяется как реализация сделок, связанных с переходом прав собственности на ценные бумаги и прав по ценным бумагам, за исключением договоров на размещение ценных бумаг [1, с. 576]. Объем торгов на рынке ценных бумаг свидетельствует об активности инвесторов и желании владельцев ценных бумаг их продать
5) Фондовые индексы	Шелудько В. Н., определяет фондовые индексы, как показатели, которые выступают в роле обобщающих характеристик макроэкономической ситуации и инвестиционного климата в стране. И предназначены для отображения текущей конъюнктуры рынка, состояния деловой активности и оценки тенденций рынка ценных бумаг [5, с. 406 – 407]
6) Количество зарегистрированных профессиональных участников рынка ценных бумаг и их объединений и др.	Количество зарегистрированных профессиональных участников рынка ценных бумаг и их объединений характеризует состояние инфраструктуры фондового рынка. Которая, как отмечает Кравченко Ю. Я., обслуживает интересы участников рынка. Также данный автор указывает на то, что привлекательность национального рынка ценных бумаг во многом зависит именно от инфраструктурных факторов – уровня и направления развития инфраструктуры рынка ценных бумаг, разнообразие и квалификация его элементов [4, с. 536]

Изучение фондового рынка осуществляется различными методами, среди них стоит выделить фундаментальный и технический анализ. Технический анализ предназначен ответить на вопрос, когда определенную ценную бумагу стоит покупать или продавать. Его первым теоретическим принципом является предполо-

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

жение, что все внешние силы, которые влияют на рынок, в итоге отражены в двух показателях – объеме торгов и уровне цен финансовых активов. Второй теоретический принцип заключается в том, что прежнее состояние рынка периодически повторяется [1, с. 38]. Источником информации при проведении фундаментального анализа [1, с. 40 – 41] служит официальная отчетность эмитента. После проведенного анализа состояния предприятия его сравнивают с аналогичными предприятиями отрасли с помощью коэффициентов эффективности – показателей, которые рассчитываются по данным баланса и других финансовых отчетов. Эти коэффициенты дают возможность оценить эффективность деятельности предприятия и открывают вкладчику понимание долгосрочной и краткосрочной конъюнктуры рынка [1, с. 40 – 41]. Динамика фондового рынка тесно связана с ситуацией в экономике, в частности, для Украины, рассмотрим динамику такого показателя, как объем валового внутреннего продукта в реальных ценах, *рис. 1*.

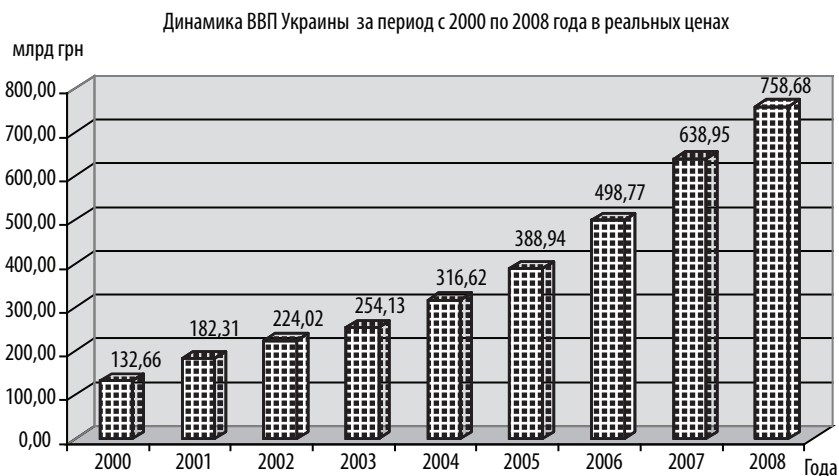


Рис 1. Динамика ВВП Украины за период 2000 – 2008 г. в реальных ценах

Темп роста данного показателя в процентах по годам представлен в *табл. 3*. Как видно из данных таблицы, ВВП Украины за период с 2000 по 2008 год имел тенденцию к росту. Среднегодовой темп роста по данному показателю составил 24,7%, поэтому можно сделать предположение, что с ростом объема ВВП увеличивался и объем инвестиций на фондовом рынке.

Следует отметить, что для любого национального фондового рынка большую роль играют инвестиции нерезидентов, средства которых не учитываются в общем объеме валового внутреннего продукта страны, но могут оказывать существенное влияние на объем инвестиций, которые поступают на национальный

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

фондовый рынок. Исходя из этого, тенденции изменения объема ВВП не могут в полной мере отражать тенденции фондового рынка.

Таблица 3

Темп роста ВВП Украины в % за 2000 – 2008 г.

Показатель	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.
ВВП в реальных ценах, млрд грн	132,66	182,31	224,02	254,13	316,62	388,94	498,77	638,95	758,68
Темп роста ВВП по годам в %	24,8	37,4	22,9	13,4	24,6	22,8	28,2	28,1	18,7

К нерезидентам относятся иностранные физические или юридические лица, а также лица являющиеся гражданами определенного государства или лица без гражданства, которые постоянно проживают за границей и действуют на основе законодательства страны пребывания [1, с. 561].

Место фондового рынка в современных макроэкономических процессах Украины представлено на рис. 2, где сравнивается объем торгов, проведенных на рынке ценных бумаг, с объемами произведенной продукции, товаров или услуг по отраслям экономики [2; 3].

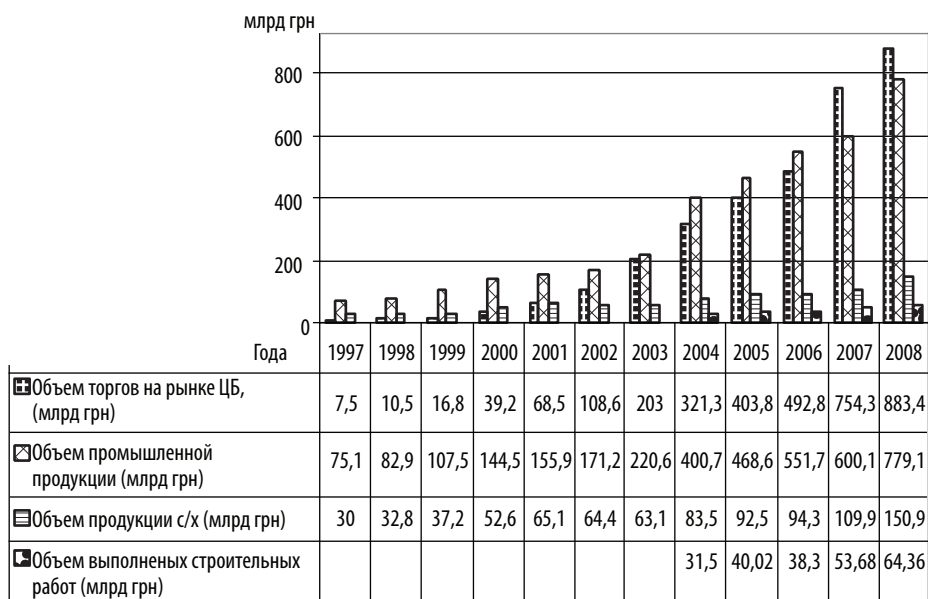


Рис. 2. Сравнительные данные объемов торгов на рынке ценных бумаг, реализованной промышленной продукции (работ, услуг), продукции сельского хозяйства и строительства, млрд грн

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

Опираясь на данные рис. 2, можно сделать вывод о том, что роль фондового рынка для экономики Украины стремительно возрастает. Так уже в 2001 году объем торгов на рынке ценных бумаг превысил объем произведенной продукции сельского хозяйства на 3,4 млрд грн и составил 68,5 млрд грн. В 2008 тенденция к росту данного показателя сохранилась.

Превышение объема торгов на рынке ценных бумаг над объемом произведенной промышленной продукции говорит о том, что в ценные бумаги вложено денежных средств больше, чем реально произведено в национальном хозяйстве промышленной продукции, товаров и услуг, т. е. вложение денежных средств значительно превышает конечные результаты деятельности. Вероятнее всего, в данном случае имеют место процессы искусственного завышения стоимости ценных бумаг на фондовом рынке. Вызывает интерес соотношение объема торгов на рынке ценных бумаг, объема зарегистрированных Комиссией выпусков ценных бумаг и объема валового внутреннего продукта Украины, которые представлены на рис. 3.

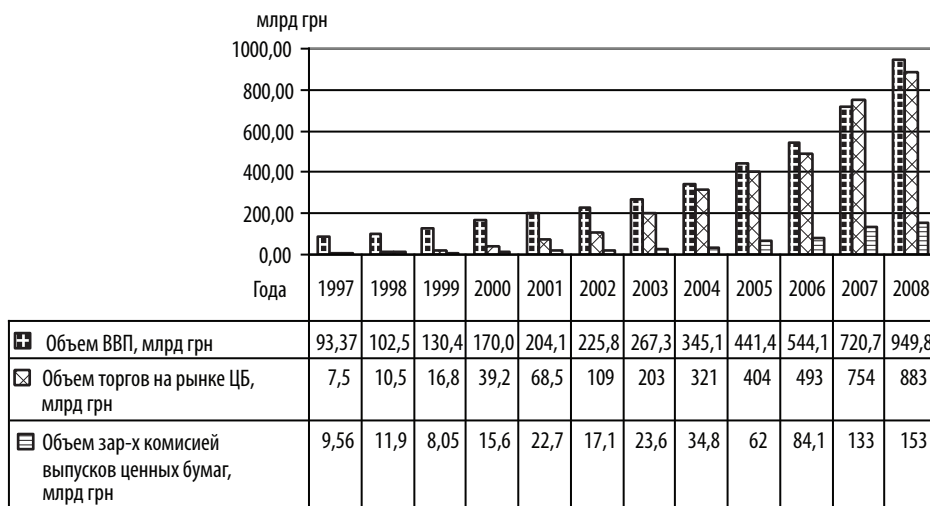


Рис. 3. Сравнительные данные объемов торгов на рынке ценных бумаг, объема выпущенных ценных и объема валового внутреннего продукта Украины

Как показано на рисунке 3, за период с 2004 по 2008 год объем торгов на рынке ценных бумаг был меньше объема валового внутреннего продукта, но не более чем на 10%, а в 2007 году уже превышал его на 4 %. Объем зарегистрированных ценных бумаг за период с 1997 по 2008 составлял от 6,2 до 18,5% объема ВВП. Не эффективное функционирование фондового рынка способно в значительной

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

степени оказать негативное влияние на состояние экономики страны. В Украине существует ряд видов ценных бумаг, которые определены Законом Украины «О ценных бумагах и фондовом рынке», их перечень представлен в *табл. 3*.

Таблица 3

Основные виды и характеристика ценных бумаг, используемых в Украине

№	Виды ценных бумаг	Характеристика видов ценных бумаг
1	Паевые ценные бумаги	Ценные бумаги, которые свидетельствуют об участии их собственника в уставном капитале (кроме инвестиционных сертификатов), дают их собственнику право на участие в управлении эмитентом и получении части прибыли, в частности, в виде дивидендов, и части имущества в случае ликвидации эмитента. К ним можно отнести: акции и инвестиционные сертификаты [7]
2	Долговые ценные бумаги	Ценные бумаги, которые удостоверяют отношения займа и предусматривают обязательство эмитента выплатить в оговоренный срок средства в соответствии с обязательством. К ним можно отнести: облигации, казначейские обязательства, депозиты, векселя [7]
3	Ипотечные ценные бумаги	Ценные бумаги, выпуск которых обеспечен ипотечным покрытием (ипотечным пулом) и которые заверяют право собственников на получение от эмитента принадлежащих им средств. К ипотечным ценным бумагам относятся: а) ипотечные облигации; б) ипотечные сертификаты; в) закладные; г) сертификаты ФОН (сертификаты фонда операций с недвижимостью) [7]
4	Приватизационные ценные бумаги	Ценные бумаги, которые подтверждают право собственника на бесплатное получение в процессе приватизации части имущества государственных предприятий, государственного жилищного фонда, земельного фонда [7].
5	Производные ценные бумаги	Ценные бумаги, механизм выпуска и обращения которых связан с правом на приобретение или продажу в течение срока, установленного договором, ценных бумаг, других финансовых и/или товарных ресурсов [7]
6	Товарораспорядительные бумаги	Ценные бумаги, дают их держателю право распоряжаться имуществом, указанным в этих документах [7]

Следует отметить, что паевые ценные бумаги составляют рынок акционерного капитала, а долговые ценные бумаги составляют рынок долгового капитала. Под рынком акционерного капитала следует понимать систему экономических отношений, которая обеспечивает беспрепятственное движение свободных средств и содействует преобразованию их в основной капитал акционерного общества, величина которого определяется уставом общества и формируется за счет эмиссии акций [1, с. 380].

Рынок долгового капитала представляет собой систему экономических отношений, которая обеспечивает аккумуляцию свободных средств, преобразование

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

их в заемный капитал и его перераспределение между участниками этого рынка. Долговой капитал можно определить как, денежный капитал или имущество, которое предоставляется в займы на условиях возврата и платы в форме процента [1, с. 382]. Развитие рынка акционерного и долгового капиталов, а также их соотношение представлено в табл. 4.

Таблица 4

Структура выпущенных ценных бумаг по видам финансовых инструментов

Год Финан- совый инструмент	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Акции	99,36%	96,69%	74,90%	76,29%	81,53%	40,02%	51,79%	37,52%	30,15%
Облигации	0,44%	3,04%	25,00%	17,96%	11,81%	20,56%	26,25%	33,38%	20,48%
Опционы	0,15%	0,25%	0,10%	0,42%	0,32%	0,26%	0,02%	0,03%	0,00%
Инвестиционные сертификаты ПИФ*ов и акции КИФ**ов	0,00%	0,00%	0,00%	4,71%	6,22%	38,55%	21,58%	27,47%	48,52%
Другие ценные бумаги	0,05%	0,01%	0,00%	0,62%	0,12%	0,60%	0,36%	1,60%	0,85%
Всего, в %	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
*Паевой инвестиционный фонд									
** Корпоративный инвестиционный фонд									

По данным табл. 4 видно, что в 2000 году практически единственным источником привлечения капитала выступали акции. Их доля в общей совокупности ценных бумаг составляла 99,36%. За период с 2000 по 2008 года доля акций в общем объеме выпущенных ценных бумаг значительно снизилась до 30,15%. Снижение доли акций в структуре выпуска ценных бумаг произошло за счет:

- ▶ увеличения объемов выпуска облигаций, доля которых на конец периода составила 20,48 % общего объема выпущенных ценных бумаг;
- ▶ значительного увеличения объемов выпуска инвестиционных сертификатов паевых инвестиционных фондов и акций корпоративных инвестиционных фондов, объем выпуска которых составлял практически половину объема выпущенных ценных бумаг в Украине.

Паевой инвестиционный фонд (ПИФ) обычно выступает в роли некоего стандартизированного инвестиционного портфеля, средства которого состоят из вкладов нескольких пайщиков. Собранные денежные средства инвестируются управляющей компанией в ценные бумаги, банковские депозиты или же в другие

активы – недвижимость, корпоративные права и т. п. Если управляющая компания грамотно инвестировала доверенные ей средства, то стоимость имущества ПИФа, т. е. совокупная стоимость внесенных денежных средств, возрастает, увеличивая доход пайщика. Вследствие некорректного управления портфелем стоимость инвестиций падает, что означает для пайщика уменьшение стоимости принадлежащих ему паев, или же попросту убытки.

Превышение объемов выпуска инвестиционных сертификатов паевых инвестиционных фондов и акций корпоративных инвестиционных фондов над объемами выпусков акций и облигаций может свидетельствовать о повышении степени спекуляций на фондовом рынке, увеличении рисков и увеличении доходности проведения операций с ценными бумагами. Такая ситуация на фондовом рынке может нести угрозу для экономики страны, поскольку инвесторы все меньше хотят вкладывать свои средства на долгосрочной основе в реальную экономику, предпочитая делать краткосрочные инвестиции в деятельность инвестиционных фондов. Финансово-экономический словарь Загороднего А. С., подходит к определению понятия спекуляция с двух сторон. В *первом случае*, спекуляция определяется как вид торговли, рассчитанный на быстрое и легкое обогащение: закупка товаров и перепродажа их по более высоким ценам с целью наживы [1, с. 856]. Во *втором случае*, под спекуляцией понимают биржевое соглашение по поводу покупки-продажи определенных ценностей, которое осуществляют с целью получения курсовой разницы и последующей перепродажи [1, с. 856]. Данный вид спекуляций еще носит название биржевая спекуляция. Хотя, приведенные определения термина спекуляция несколько различны, суть данного процесса является неизменной: получение быстрой прибыли при помощи механизма перепродажи определенных ценностей.

Термин спекуляция очень близок к термину инвестиции, под которым понимают деньги, имущественные, интеллектуальные ценности, которые вкладываются в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения дохода или социального эффекта [1, с. 344]. Современный экономический словарь определяет инвестиции как «долгосрочные вложения» государственного или частного капитала в собственной стране или за рубежом с целью получения дохода в предприятия разных отраслей, предпринимательские проекты, социально-экономические программы, инновационные проекты [8].

Исходя из приведенных определений, можно сделать вывод, что критерием разграничения терминов инвестиции и спекуляции является фактор времени. Данный тезис подтверждает характеристика термина портфельные инвестиции, под которыми понимают средства, вложенные в ценные бумаги долгосрочного

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

характера, которые не предусматривают получение быстрого дохода [1, с. 345]. Сравним объем капитальных инвестиций с объемом торгов на рынке ценных бумаг в Украине, данные представлены на рис. 4.

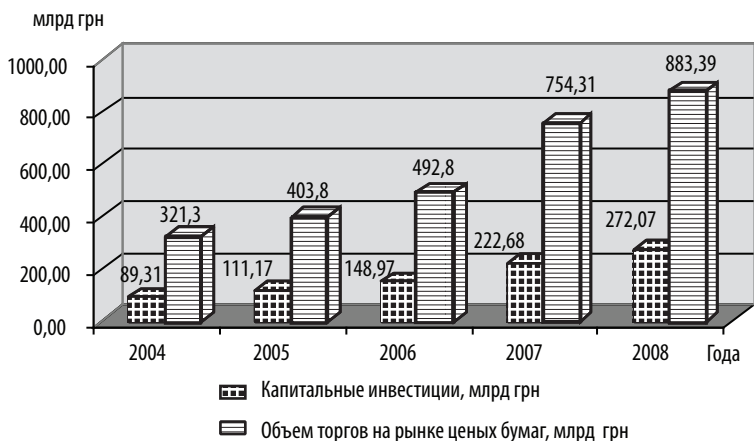


Рис. 4. Соотношение объема капитальных инвестиций с объемом торгов на рынке ценных бумаг

Финансово-экономический словарь определяет капитальные инвестиции как вложение средств в приобретение зданий, сооружений, других основных фондов и нематериальных активов, которые подлежат амортизации [1, с. 344].

Методологическое пояснение к разделу «Инвестиции и строительная деятельность», Государственного комитета статистики Украины, отмечает, что капитальные инвестиции состоят из инвестиций в материальные и нематериальные активы. Что, по сути, и раскрывается в первом определении.

Из данных рис. 4, видно, что объем торгов на рынке ценных бумаг в несколько раз превышает объем капитальных инвестиций в экономику страны. Так объем капитальных инвестиций составляет не более 30 %, от объема торгов на рынке ценных бумаг, т. е., округляя данные, можно сказать, что только каждая третья гривна, которая поступает на рынок ценных бумаг направляется на инвестиции в реальную экономику государства.

Рассматривая структуру капитальных инвестиций по источникам инвестирования, табл. 5, необходимо отметить следующее: основными источниками финансирования капитальных инвестиций в Украине, являются собственные средства предприятий и организаций – около 59%, от общего объема инвестиций, кредиты банков и других займов – около 15%. Средства государственного и местных бюджетов, за период с 2006 по 2008 годы составляли от 10 до 11% от общего

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

объема инвестиций. Анализируя структуру выпущенных ценных бумаг, следует отметить, что в Украине имела место тенденция к росту доли выпущенных акций и сертификатов инвестиционных фондов, в 2008 году она была на уровне 48%. Доля средств инвестиционных фондов, которые были направлены на финансирование капитальных инвестиций, за период с 2006 по 2008 год, составила не более 2,3% от общего объема капитальных инвестиций, таким образом, средства инвестиционных фондов направлялись не на реальные инвестиции в экономику страны, а на спекулятивные операции с ценными бумагами.

Таблица 5

Капитальные инвестиции по источникам финансирования в фактических ценах, млрд грн

	2006 г.	в % к общему объему	2007 г.	в % к общему объему	2008 г.	в % к общему объему
Всего	149,0	100	222,7	100,0	272,1	100
в т. ч. за счет						
средств государственного бюджета	9,6	6,4	15,1	6,8	15,4	5,7
средств местных бюджетов	6,7	4,5	9,4	4,2	12,5	4,6
собственных средств предприятий и организаций	89,1	59,8	130,5	58,6	161,3	59,3
средств иностранных инвесторов	5,1	3,4	7,3	3,3	8,1	3,0
средств инвестиционных фондов	2,3	1,5	4,2	1,9	5,7	2,1
средств населения на строительство собственных квартир	0,0	0,0	9,9	4,4	9,5	3,5
средств населения на индивидуальное жилое строительство	5,1	3,4	8,5	3,8	11,6	4,3
кредиты банков и других займов	21,3	14,3	33,9	15,2	43,0	15,8
другие источники финансирования	9,8	6,6	3,9	1,8	5,0	1,9

Похожая ситуация наблюдается и со средствами иностранных инвесторов. Их доля в структуре источников финансирования капитальных инвестиций не превышала 3,3%. С учетом что активы, которыми в Украине владеют иностранные граждане являются достаточно существенными, данные представлены на *рис. 5*.

Под инвестиционной позицией понимают соотношение активов (прямых инвестиций и ценных бумаг), которыми определенное государство владеет за границей, и активов, которыми в этом государстве владеют иностранцы [1, с. 674].

Развитие фондового рынка как индикатора экономической системы Украины

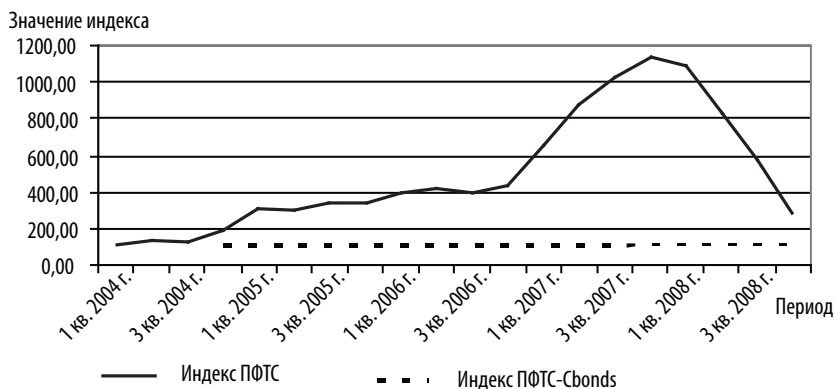


Рис. 5. Международная инвестиционная позиция Украины

На рис. 5 видно, что средства, которыми владеют иностранцы в Украине, являются достаточно существенными, что совершенно не отражается на объеме капитальных инвестиций.

Кравченко Ю. Я. определяет фондовые индексы как специальные индикаторы, которые дают информацию для характеристики ситуации на рынке ценных бумаг [4, с. 444]. Согласно финансово-экономическому словарю, фондовый индекс – это показатель, который характеризует изменение биржевого курса ценных бумаг на определенную дату [1, с. 352].

На рис. 6 показана динамика индекса Первой фондовой торговой системы (ПФТС) и индекса ПФТС-Cbonds. Согласно Правилу расчета индекса ПФТС, утвержденному Советом ПФТС от 10.10.08 г., индекс является композитным для украинского фондового рынка и рассчитывается по ценам сделок, заключенных по 20 наиболее ликвидным акциям эмитентов, вид экономической деятельности которых относится к основным секторам экономики Украины.

По данным официального сайта ПФТС, индекс «ПФТС-Cbonds» – характеризует изменение цен корпоративных облигаций со сроком к погашению относительно самой близкой оферты до одного года (без учета накопленного купонного дохода).

Как показано на рис. 6, индекс ПФТС, за период с 1-го квартала 2004 г. до середины 4-го квартала 2007 года имел тенденцию к росту. Наибольшие темпы роста, данного индекса, зафиксированы начиная с середины 4-го квартала 2006 г. по середину 4-го квартала 2007 года. Наибольшее значение индекса ПФТС зафиксировано на уровне 1135,06 в 4-м квартале 2007 года. Начиная с 4-го квартала

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ

2007 года, по 4 квартал 2008 года наблюдалось стремительное снижение данного индекса до отметки 285,30.

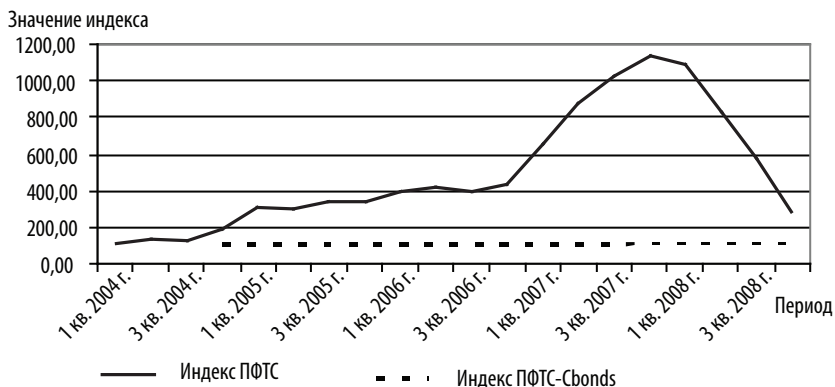


Рис. 6. Динаміка індекса ПФТС і індекса ПФТС-Cbonds

Рынок ценных бумаг является индикатором процессов, происходящих в экономике, и активно реагирует на их изменение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник. / Загородній А. Г., Вознюк Г. Л.– К.: Знання, 2007.– 1072 с.
2. Звіт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР), [Електронний ресурс] / Звіт / ДКЦПФР – Річний звіт за 2008 рік.– 119 с.– Режим доступу до звіту: <http://www.ssmc.gov.ua/ShowPage.aspx?PageID=12>
3. Звіт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку (ДКЦПФР), [Електронний ресурс] / Звіт / ДКЦПФР – Річний звіт за 2005 рік – 34 с.– Режим доступу до звіту: <http://www.ssmc.gov.ua/ShowPage.aspx?PageID=12>
4. Кравченко Ю. Я. Фондовый рынок: Учебное пособие / Ю. Я. Кравченко.– К.: Дакор, КНТ, 2008.– 733 с.
5. Шелудько В. М. Фінансовий ринок: Підручник / Шелудько В.М.– 2-ге видання, стер.– К.: Знання, 2008.– 535 с.
6. Загорський В. С. Розвиток ринку цінних паперів : Монографія. / Загорський В. С.– Х.: ВД «ИНЖЕК».– 192 с. Укр. мова.
7. Про цінні папери та фондовий ринок, [Електронний ресурс] : Закон України / Верховна Рада України – Документ № 3480-15 остання редакція від 30.04.2009 р.– 3 с.– Режим доступу до закону: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
8. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь.– 5-е изд., перераб. и доп.– М.: ИНФРА-М, 2007.– 495 с.

Наукове видання

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ:
проблеми науки та практики**

Монографія

Під заг. ред. д-ра екон. наук, професора Пономаренка В. С.,
д-ра екон. наук, професора Кизима М. О.,
д-ра екон. наук, професора Тищенко О. М.

Підписано до друку 12.05.2009 р. Формат 70 x 100/16. Папір офсетний.
Гарнітура ArnoPro. Друк різнографічний. Ум.-друк. арк. 19,8.
Обл.-вид. арк. 23,8. Наклад 300 прим. Зам. № 447.

ФОП Лібуркіна Л. М.
61050, Харків, пр. Московський, 38, кв. 54. Тел. (057) 7034021, 7034001.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру України суб'єктів
видавничої діяльності ХК № 76 від 12.02.2003 р.
Надруковано у ВД «ІНЖЕК», Харків, пр. Гагаріна, 20.
e-mail: inzhek@vl.kharkov.ua; www.inzhek.kharkov.ua