

ВІСНИК

Київського національного
торговельно-економічного
університету

1' 2010

Науковий журнал

Виходить шість разів на рік
Уперше вийшов друком
у лютому 1998 р.

До жовтня 2000 р. виходив під назвою
"Вісник Київського державного
торговельно-економічного університету"

Журнал визнано ВАК України як фахове видання з економічних, технічних і політичних наук

З М І С Т

ПІДПРИЄМНИЦТВО

ВАРНАЛІЙ З., ДРИГА С.	Кооперація великих і малих підприємств як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємництва України	5
MEDVÉNYÉ DR SZABAD K.	Wellness and SPA tourism in Hungary now and in the future 2009–2011	16
КРАСНОКУТСЬКА Н.	Підприємницький потенціал України в порівнянні з країнами ЄС	25
ТУНЦЬКИЙ Н.	Критерії сегментації вітчизняного споживчого ринку елітних меблів	33
БЕРЕЖНИЦЬКА У.	Ефективність бюджетних програм фінансово-кредитної підтримки малого підприємництва	44

ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА

БУЛГАКОВА С., МИКИТЮК І.	Бюджетний ризик: сутність, класифікація, фактори ризику	59
ТКАЧЕНКО Н.	Досвід оцінювання міжнародними рейтинговими агентствами фінансової стійкості страховиків	69
ГЛУБОКИЙ В.	Природа економічного капіталу та його роль у діяльності банку	83

ЛІСОВСЬКА Н.	Фінансово-економічна сутність лізингової діяльності	92
КУЧЕРЕНКО В.	Сутність інтеграції банківського та страхового капіталів	101
САВЧЕНКО Н.	Формування та використання фінансових ресурсів системи соціального страхування України	110

СИСТЕМНІ ДОСЛІДЖЕННЯ		
ТАРАСЮК М.	Моделювання господарської діяльності торговельних мереж	119

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ ЖУРНАЛУ
"Вісник КНТЕУ"**

МАЗАРАКІ А.А. – головний редактор;

КОРОЛЬЧУК О.П., КУЧЕРЕНКО В.Д. – заступники головного редактора;
ЛАГУТІН В.Д., ЛІГОНЕНКО Л.О., МНИХ Є.В., НАПАДОВСЬКА Л.В.,
ОРТИНСЬКА В.В., СМОЛІН І.В., СУСІДЕНКО В.Т. – члени редакційної
колегії з економічних наук; **АРТЮХ Т.М., КРАВЧЕНКО М.Ф., ОРЛОВА Н.Я.,**
ПЕРЕСІЧНИЙ М.І., ПРИГУЛЬСЬКА Н.В. – члени редакційної колегії
з технічних наук; **ГАЛЯНТИЧ М.К., ЛАДИЧЕНКО В.В., МАРЧУК В.М.,**
МИРОНЕНКО Н.В. – члени редакційної колегії з правових наук; **БАДАХ Ю.Г.,**
ВАЛУЙСЬКИЙ О.О., КУЛАГІН Ю.І., ПАВЛОВСЬКИЙ В.В., ПОЛУРЕЗ В.І.,
ШКЕПУ М.О. – члени редакційної колегії з політичних наук;
МЕЛЬНИЧЕНКО С.В. – відповідальний секретар

Завідувач редакції,
художньо-технічний редактор
С.Л. ОЛЮНІНА

Редактор О.М. КОЗОДОЙ

ВІСНИК КНТЕУ № 1'2010

Науковий журнал.

Засновник – Київський національний торговельно-економічний університет.

Видання зареєстровано в Держкомінформполітики України.

Свідоцтво КВ № 13100-1984ПР від 23.08.2007.

Індекс журналу в Каталозі видань України на 2010 рік – 21910

Підписано до друку 12.02.10. Формат 70x108/8. Ризографія.

Ум. друк. арк. 11,3. Тираж 250 пр. Зам. 104.

Адреса редакції: 02156, м. Київ–156, вул. Кіото, 19

Телефон редакції 518-90-92, факс: 513-85-36, e-mail: visnik@knteu.kiev.ua

Набрано і заверстано на обладнанні університету.

Надруковано в Центрі підготовки навчально-методичних видань КНТЕУ

Видається за рекомендацією Вченої ради КНТЕУ (протокол засідання № 5 від 20.01.10 р.)
Статті проходять рецензування. Передрук і переклади матеріалів, опублікованих у журналі,
дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2010

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ВАРНАЛИЙ З., ДРИГА С.	Кооперация больших и малых предприятий как условие повышения конкурентоспособности предпринимательства Украины	5
МЕДВЕНЕ ЖАБАД К.	Оздоровительный и СПА туризм в Венгрии сегодня и в будущем	16
КРАСНОКУТСКАЯ Н.	Предпринимательский потенциал Украины в сравнении со странами ЕС	25
ТУНИЦКИЙ Н.	Критерии сегментации отечественного потребительского рынка элитной мебели	33
БЕРЕЖНИЦКАЯ У.	Эффективность бюджетных программ финансово-кредитной поддержки малого предпринимательства	44

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

БУЛГАКОВА С., МИКИТЮК И.	Бюджетный риск: сущность, классификация, факторы риска	59
ТКАЧЕНКО Н.	Опыт оценивания международными рейтинговыми агентствами финансовой стойкости страховщиков	69
ГЛУБОКИЙ В.	Природа экономического капитала и его роль в деятельности банка	83
ЛИСОВСКАЯ Н.	Финансово-экономическая сущность лизинговой деятельности	92
КУЧЕРЕНКО В.	Сущность интеграции банковского и страхового капиталов	101
САВЧЕНКО Н.	Формирование и использование финансовых ресурсов системы социального страхования Украины	110

СИСТЕМНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ТАРАСЮК М.	Моделирование хозяйственной деятельности торговых сетей	119
-------------------	---	-----

C O N T E N T

ENTERPRISE

VARNALIY Z., DRIGA S.	Cooperation of big and small enterprises as a factor of business competitiveness growth in Ukraine	5
MEDVÉNÉ DR SZABAD K.	Wellness and SPA tourism in Hungary now and in the future 2009–2011	16
KRASNOKUTSKAYA N.	Entrepreneurial potential of Ukraine in comparison with EU countries	25
TUNITSKIY N.	Segmentation criteria of the domestic consumer market of elite furniture	33
BEREZHNYTSKA U.	Efficiency of budget programs for credit financial support of small business	44

FINANCE AND BANKING

BULGAKOVA S., MYKYTYUK I.	Budget risk: essence, classification, factors of risk	59
TKACHENKO N.	Experience of assessment financial stability of insurers by rating agencies	69
GLUBOKIY V.	Economic capital nature and its function in bank's activity	83
LISOVSKA N.	Financial and economic essence of leasing activity	92
KUCHERENKO V.	Essence of integration of bank and insurance capitals	101
SAVCHENKO N.	Formation and use of financial resources of social insurance of Ukraine	110

SYSTEM RESEARCHES

TARASIUK M.	Modeling of business activity of trade networks	119
--------------------	--	-----



ПІДПРИЄМНИЦТВО

УДК 65.012.65:334.72(477)

КООПЕРАЦІЯ ВЕЛИКИХ І МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМНИЦТВА УКРАЇНИ

ВАРНАЛІЙ З., д. е. н., професор, начальник Науково-дослідного центру з проблем оподаткування Національного університету ДПС України

ДРИГА С., к. е. н., генеральний директор Українського фонду підтримки підприємництва

Підприємництво є одним із основних факторів формування та розвитку вільної економіки з ринковим механізмом господарювання. Без створення сприятливих правових, економічних, організаційних і соціальних умов для подальшого розвитку підприємництва Україні буде важко подолати фінансово-економічну кризу та забезпечити конкурентоспроможність національної економіки. Саме тому необхідно створити фундаментальні методологічні, теоретичні та методичні засади для формування цивілізованого підприємництва, зокрема щодо коопераційних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності.

Розробкою теорії кооперації займалися багато вчених. Зокрема, М. Туган-Барановський вважав кооперацію можливою формою суспільно-економічної організації трудящих, спрямованою на захист їх інтересів господарськими методами. Метою кооперації, на думку вченого, є не максимізація прибутку на вкладений капітал, а, навпаки, збільшення через спільне господарювання трудового доходу своїх членів або зменшення їхніх витрат, ціллю є не найбільший прибуток, а найбільший добробут членів кооперативу [1, с. 46].

В економічній енциклопедії зазначено, що М. Зібер звертає увагу не на трактування кооперації як форми організації праці, "простої і складної кооперації, тобто поєднання і поділу праці", а на концепцію "суспільної кооперації", кооперації, що розуміється в загальноеконо-

мічному, макроекономічному аспекті, як форми організації всього суспільного виробництва, яка не ідентична теорії суспільного поділу праці, а розвиває суспільний процес економічного розвитку в цілому [2, с. 606].

Сьогодні науковці розглядають кооперацію дещо по-іншому, акцентуючи увагу на добровільність об'єднання власності та праці для досягнення спільних цілей у різних сферах господарської діяльності. Найважливішими рисами кооперації є самостійність та економічна свобода її діяльності, спільність економічних інтересів членів кооперативів, демократичність управління [3, с. 75].

Об'єктивна необхідність розвитку коопераційних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності обумовлена змінами, що відбуваються у виробництві на сучасному етапі. Зокрема у зовнішньому середовищі великого виробництва відбувається: *по-перше*, загострення конкуренції у глобальному масштабі внаслідок розвитку транспорту, інформатики та засобів комунікацій; *по-друге*, підвищення ступеня невизначеності зовнішнього середовища внаслідок суттєвого уповільнення темпів зростання в усіх індустріально розвинених країнах; *по-третє*, посилення тенденції до фрагментації через диференціацію споживчого попиту. Зовнішні зміни, що відбуваються, не можуть не викликати відповідної реакції корпорацій, які пристосовуються до нових умов. Глобалізація конкуренції зумовлює зростання їх спеціалізації, тоді як невизначеність та фрагментація ринків змушують компанії посилювати гнучкість господарювання та інтенсифікувати пошук нових шляхів диференціації продукції та послуг, що виробляються.

Таким чином, виникає суперечність між тенденцією до спеціалізації, що передбачає концентрацію однакового виробництва, та посиленням диференціації, тобто розширенням спектра виробництва товарів. Формою вирішення зазначеної суперечності стає гнучке (диференційоване) масове виробництво. Про це свідчить розвиток великих господарських структур за останні два десятиріччя. Масове та багатосерійне виробництво за останні десятиліття модифікувалося, зазнало якісних змін і сьогодні потребує постійного оновлення асортименту продукції та гнучкого реагування на зміни потреб.

Коопераційні зв'язки між малими та великими підприємствами є: об'єктивною необхідністю, яка впливає із закономірностей суспільного поділу праці; передумовою розвитку як малих, так і великих підприємств; формою розв'язання основної суперечності малого підприємства; формою не протиставлення, а взаємодії багатьох великих, середніх та малих підприємств.

Залежно від функціональної сфери кооперації великих і малих підприємств існують різні форми їх інтеграції. Форми кооперації суб'єктів підприємницької діяльності не є якоюсь ідеальною моделлю, що приходить на зміну старим механізмам розподілу ресурсів або колишнім організаційним формам. Йдеться про створення нової якості

ринку та організаційних структур або про якісну трансформацію цих форм, якщо вони існували раніше.

Формування кооперації великих, середніх та малих підприємств в Україні розпочалося, в багатьох випадках, спонтанно і стихійно. Однак цей ключовий елемент зовнішнього середовища підприємництва повинен перетворюватися в інструмент цілеспрямованої координації учасників процесу відтворення. Слід зазначити, що сукупність форм кооперації між великими, середніми та малими фірмами є особливим сегментом у системі зовнішніх зв'язків великих корпорацій [4, с. 153–154].

У ринкових умовах господарювання основними формами кооперації великих, середніх та малих господарських структур є субпідряд, франчайзинг, лізинг і венчурне фінансування. Змістом цих форм є інтеграція (переплетіння) функціональних сфер діяльності великих, середніх та малих підприємств (рис. 1).



Рис. 1. Основні форми коопераційних зв'язків малих, середніх та великих підприємств

Усі зазначені форми господарської кооперації суб'єктів великого, середнього та малого бізнесу відповідають головним критеріям підтримки суб'єктів підприємницької діяльності, адже наслідком їх використання є (повинно бути): *по-перше*, зростання стабільності, упередженості зовнішнього середовища суб'єктів підприємництва; *по-друге*, взаємовигідний рух інформаційних, технологічних, сировинних, фінансових, кадрових ресурсів.

Подальший розвиток системи господарської кооперації став можливим завдяки розширенню виробничої спеціалізації, яке відбулося в результаті звільнення великих компаній масового виробництва від необхідності виготовлення невеликими обсягами виробів і деталей для безпосереднього обслуговування споживачів. Саме завдяки цьому процесу відбувається розвиток системи виробничо-господарської кооперації, поява її нових форм.

Серед організаційних форм взаємодії (інтеграції) великих, середніх і малих фірм у галузі виробництва, перш за все, необхідно назвати

субпідрядну систему. Вона являє собою довгострокові відносини у сфері постачання між великою (головною) компанією, що виробляє значні обсяги масової продукції, та багатьма малими підприємствами, які працюють на основі подетальної, технологічної, модельної спеціалізації виробництва продукції, що виробляється відносно невеликими обсягами або за вузької номенклатури.

Сутність субпідряду полягає у збільшенні обсягу робіт, що передаються великими компаніями за контрактами малим і середнім фірмам, а також у скороченні загальної кількості прямих постачальників комплектуючих. Суб'єктам малого підприємництва така форма кооперації дуже вигідна, оскільки шансів самостійно залишитися на ринках у них майже немає. Особливо це стосується технологічно складної продукції, організація виробництва і збуту якої потребує великих управлінських, фінансових і технічних можливостей, якими малі фірми не володіють. Використовуючи виробничий потенціал малих фірм, великі компанії надають їм певні пільги: гарантують закупку значної частки виробленої продукції, доставляють або дають в оренду засоби виробництва, визначають пільгові умови придбання сировини та матеріалів тощо.

Реалізація субпідрядних робіт стала важливою складовою господарської стратегії малих фірм, вона сприяє зростанню їх незалежності. Нерідко спеціалізовані малі підприємства встановлюють ділові контакти не з однією, а з декількома великими компаніями, відходять від системи тривалої "прив'язки" і самі активно шукають нових споживачів своєї продукції. В основі створення системи субпідряду як форми кооперування великого, середнього і малого виробництва лежать об'єктивні фактори, породжені науково-технічним прогресом, перш за все – це принципові зміни технічної бази виробництва. У цілому нові технічні досягнення зробили малого підприємця важливим фактором будь-якого промислового комплексу. У специфічних умовах сучасного етапу науково-технічного розвитку важко однозначно оцінити ефективність зрушень, що відбуваються у концентрації виробництва, але можна стверджувати, що розвиток і спеціалізації, і механізму кооперації роблять середнє і мале підприємство складовою великого виробництва, допомагають йому (у тому числі й через субпідряд) подолати традиційні обмеження малого виробництва, підвищують його місце і роль у зростанні ефективності суспільного виробництва.

В останні десятиріччя у країнах з розвиненою ринковою економікою значного розповсюдження набула система договірних відносин щодо кооперації господарської діяльності великих, середніх і малих фірм у сфері розподілу продукції та послуг, яка широко відома у світі під назвою *франчайзинг*.

Найбільша кількість фірм, що працюють за системою франчайзингу, зосереджена в таких сферах: мережа ресторанів, кафе, та продуктових магазинів; будівельна та реконструкційна діяльність; авто-сервіс тощо. Активно використовується франчайзинг у роздрібній та оптовій торгівлі товарами, а також при наданні різного роду послуг (бухгалтерських, аудиторських, юридичних, готельних та туризму). Франчайзинг може розповсюджуватися на будь-яку господарську діяльність, для якої розроблені процеси виробництва, переробки та продажу товарів і послуг.

Яскравим прикладом використання франчайзингової системи є індустрія пляшкових безалкогольних напоїв. Компанії "Кока-Кола", "Пепсі" і "Севен-Ап" завдяки франчайзингу отримали можливість виробляти концентрований сироп централізовано і постачати його місцевим заводам, що спеціалізуються з розливу, володарі яких, у кінцевому підсумку, ставали керівниками місцевих роздрібних продажів. У сфері громадського харчування значного зростання бізнесу на засадах франчайзингу набула компанія "Мак-Дональдс" з новою стратегією швидкого обслуговування клієнтів як у США, так і в інших країнах, у тому числі і в Україні. Перший ресторан "Мак-Дональдс" відкрився в м. Києві у травні 1997 р., до Дня міста, наступний – 24 серпня, до Дня незалежності. Всього в Україні відкрито понад 100 ресторанів "Мак-Дональдс", що дозволило додатково створити майже 10 тис. робочих місць. Для організації та ефективного функціонування проекту планується побудувати сучасні заводи для переробки м'яса та картоплі.

Реалізація специфічних переваг франчайзингу стає основою підвищення життєздатності всіх суб'єктів підприємництва. Завдяки винятковій ринковій мобільності франчайзинг довів свою ефективність і життєздатність. За даними Адміністрації малого бізнесу США, на кінець п'ятого року існування ліквідувалося лише 14 % франчайзингових підприємств, тоді як для незалежних малих форм господарювання цей показник становив понад 65 %.

Нематеріальні активи, тобто інтелектуальна власність, є причиною, заради якої сотні тисяч підприємців – франчайзі – погоджуються платити за право користування системою франчайзера навіть у тих небагатьох випадках, коли вони знають її в усіх деталях. Інтелектуальна власність охоплює широке коло об'єктів: товарні знаки і знаки обслуговування, винаходи, промислові знаки, фірмові найменування, авторські права тощо. Всі ці об'єкти при всьому їхньому різноманітті захищені патентами, свідоцтвами або сертифікатами виключних прав, які видані державними органами влади. Саме тому, що вони захищені й у разі неправомірного запозичення права власності на ці суб'єкти його можна захищати в судовому порядку, потенційні франчайзі змушені укладати угоди й отримувати право на користування відповідними об'єктами інтелектуальної власності за платню.

Формування та подальший розвиток системи франчайзингу в Україні сприятиме вирішенню багатьох проблем становлення суб'єктів підприємництва. Зокрема це залучення до малого та середнього підприємництва широкого кола осіб, які ще ніяк не осміляться займатися бізнесом (без підтримки та навчання). У наших умовах потенційними франчайзі можуть бути представники військово-промислового комплексу та науково-технічна інтелігенція, військовослужбовці, звільнені в запас, тобто ті хто залишилися без роботи і бажають зайнятися більш надійним та ефективним бізнесом. До цієї категорії також слід віднести підприємців-початківців та інших осіб, які можуть займатися підприємницькою діяльністю "під керівництвом". Крім того, франчайзинг сприятиме опануванню малим і середнім підприємством нових технологій, створенню додаткових робочих місць, підвищенню якісного рівня підготовки кадрів, розширенню сфер діяльності суб'єктів підприємництва.

Одним із методів оновлення матеріальної бази й основних фондів малих і середніх підприємств різних форм власності є *лізинг* як ефективний спосіб стимулювання інвестиційної активності, залучення додаткових вкладень (у тому числі іноземних) у розвиток економіки, і в першу чергу, її виробничої сфери. В умовах перехідного періоду більшість суб'єктів малого та середнього підприємництва не можуть ні виділити кошти для інвестицій, ні взяти кредит, адже не в змозі забезпечити його заставою, а комерційні банки таких кредитів не дають. Для розв'язання цих суперечностей застосовуються фінансові методи, відомі під назвою "лізинг".

Лізинг для суб'єкта малого та середнього підприємництва забезпечує такі переваги:

- стовідсоткове кредитування, яке не вимагає негайного початку платежів: договір підписується на повну вартість, а лізингові платежі є поточними і, як правило, починаються після поставання майна або пізніше;
- набагато простіше отримати контракт за лізингом, ніж позику;
- залучання коштів банківських установ, страхових, акціонерних та інших товариств;
- можливість, не маючи достатнього капіталу для купівлі обладнання, отримати його шляхом оренди і на вигідніших умовах, ніж за контрактами купівлі-продажу;
- можливість через лізинг сучасних і високопродуктивних технічних засобів не тільки оперативного реконструювати виробництво, а й спрямовувати заощаджені кошти на інші потреби;
- можливість отримання додаткових інвестицій від іноземних партнерів, причому не у грошовому вираженні, що спричиняє певні складності, а в машинах та устаткуванні, які потрібні для виробничої діяльності.

Бурхливий розвиток лізингових операцій у світовій комерційній практиці зумовлений швидким моральним старінням техніки та зростаючою конкуренцією. Початківцям дуже складно пробитися на ринок. Отже, потрібно шукати такі способи маркетингу, які дали б можливість клієнтам на практиці ознайомитися зі зразками продукції, що виготовляється. Пропонуючи її в лізинг на певний строк, виробник нерідко бере на себе проблеми зі встановлення та обслуговування обладнання, навчання персоналу свого клієнта. До лізингу почали охоче звертатися при підписанні угод на здійснення капіталомістких проектів, у тому числі при будівництві промислових підприємств, постачанні літаків, суден тощо.

Відповідно до законодавства більшості країн, лізинг до недавнього часу регулювався загальними нормами, що визначали відносини сторін при передачі майна на тимчасове зберігання. Однак у цивільному праві промислово розвинених країн вже даються юридичні визначення оренди (лізингу) машин і обладнання, а в окремих країнах прийняті спеціальні закони. Поняття "лізинг майна" трактується досить широко. Однак, незважаючи на відмінності в юридичних нюансах і тлумаченні лізингу як економічної категорії, можна стверджувати, що суттєвою особливістю цієї форми є не поділ функцій власності, а саме відокремлення використання майна від володіння ним.

В Україні існують величезні можливості для розвитку лізингових операцій, особливо для малих підприємств. З метою отримання доходу значна кількість державних підприємств і організацій готові пустити в обіг зайву техніку. У промисловості та капітальному будівництві нагромаджений значний парк маловикористовуваного і надлишкового обладнання. Передача його малим і середнім підприємствам на умовах лізингу може підняти рівень віддачі фондів. Усе більших темпів набуває процес формування фермерських господарств, але вони найчастіше не можуть отримати інвестиції у вигляді прямих довгострокових банківських позик через відсутність гарантій достатньо надійного для банків їх повернення. Альтернативою в цьому випадку є розвиток і використання лізингових операцій як засобу закупівлі необхідної техніки без отримання прямих банківських кредитів.

Лізинг вигідний і державі, оскільки заборгованість підприємств іноземним лізингодавцям не зараховується до загальної фінансової заборгованості країн-імпортерів, на чий території знаходяться орендарі. Взагалі, з точки зору орендаря, економічні переваги лізингових угод виявляються в чотирьох групах факторів: поява зручного джерела фінансування, економія коштів, зменшення ступеня ризику і стимулювання оновлення виробництва.

Крім низки переваг для окремих суб'єктів лізингових операцій, лізинговий бізнес позитивно впливає на економіку країни: сприятливо діє під час перехідного періоду, який характеризується спадом виробництва, нестабільністю фінансового сектора, кризою банківської

системи. Саме такий період і переживає нині Україна. Саме тому лізинг, як свідчить досвід розвинених країн і країн, що розвиваються, сприятиме вирішенню багатьох проблем вітчизняних підприємств, які потребують переоснащення своїх виробництв, придбання високо-технологічного та дорогого устаткування.

Лізинг містить у собі великий потенціал розвитку малого та середнього підприємництва, раціонального використання ресурсів, гнучкості у відносинах між виробниками і споживачами. Саме тому лізинг – одна із найцікавіших і найперспективніших форм інвестування, здатна значно поживити процес оновлення виробництва.

В Україні станом на 1 січня 2009 р. зареєстровано 790 лізингових центрів, що майже вдвічі більше ніж у попередньому році та більше ніж у 10 разів у порівнянні з 2001 р. [5, с. 170].

Велике значення для підвищення життєздатності суб'єктів малого та середнього підприємництва має система організації доступу цих фірм до механізму передачі технологій та результатів наукових розробок у виробництво на основі їх кооперації з великими компаніями.

Венчурне (ризикове) фінансування має широке і вузьке значення. У широкому значенні розуміється весь вклад у ризикові щодо фінансових результатів проекти, перш за все, в галузі високих технологій. У вузькому значенні венчурне фінансування означає довго- або середньострокові інвестиції у вигляді кредитів або вкладень в акції, які здійснюються венчурними фондами з метою створення і розвитку малих швидкозростаючих компаній.

Як правило, малі венчурні (ризикові) підприємства пов'язані зі сферою науково-дослідних і експериментально-конструкторських розробок (НДЕКР), тому для їх позначення часто використовують поняття "малі інноваційні підприємства". Венчурні фонди утворюються в декількох організаційних формах, головною з яких є спеціалізована незалежна фірма венчурного капіталу. Існують також інші форми: венчурні фонди великих корпорацій, інвестиційні компанії малого бізнесу, науково-дослідні товариства з обмеженою відповідальністю тощо.

Саме через свої венчурні фонди корпорації здійснюють ринкове фінансування малих та середніх фірм. З огляду на це перспективи розвитку в Україні венчурного фінансування як форми інтеграції великих і малих структур пов'язані, перш за все, з реалізацією потенціалу промислово-фінансових груп. Взаємодія останніх із малими інноваційними фірмами сприяла б вирішенню протиріччя між творчими можливостями вітчизняних вчених, які незатребувані, і необхідністю керованого оновлення технічної основи фактично всіх галузей народного господарства. Це певною мірою вирішило б і проблему "відпливу мізків".

Поступово набуває розвитку практично нова для України форма підтримки малого підприємництва – *бізнес-інкубатори*. Їх головним завданнями є надання суб'єктам малого підприємництва комплексних послуг: юридичної, консалтингової, інформаційної підтримки, підготовки кадрів для малих підприємств, пошук інвесторів, надання в оренду обладнаних оргтехнікою приміщень тощо.

Бізнес-інкубатор – це одна з найбільш потенційно дійових форм забезпечення прямого і непрямого економічного сприяння суб'єктам малого підприємництва.

Інкубатор – це спеціалізована організація (або підрозділ великої компанії), головним завданням якої є створення локального сприятливого для діяльності малих ризикових фірм підприємницького середовища. Масштаби їх діяльності можуть бути різними: від невеликого інкубатора до формування своєрідних інкубаторських центрів розвитку малого підприємництва.

З метою сприяння розвитку та підтримки інкубаторів майже всі індустріально розвинені країни розробляють спеціальні програми. Мета таких програм – підтримка малих фірм на початковій, найбільш непередбаченій стадії становлення, розробки та впровадження інновації. У межах цих програм малі фірми отримують на пільгових умовах доступ до оренди виробничих приміщень, обладнання, до системи підвищення кваліфікації, енерго- та водопостачання. Підтримка на початкових стадіях діяльності суб'єктів малого підприємництва в середньому вдвічі збільшує строк діяльності малих фірм, як правило інноваційних, після їх виходу із інкубатора порівняно з "позаінкубаторськими" фірмами, що свідчить про дієвість механізмів підтримки малого підприємництва.

Функції інкубаторів постійно розширюються, однак необхідно виокремити три основні:

- здійснення ділової експертизи для створення фірм. Як правило, такі послуги у 92 % випадків гарантують підприємцям-початківцям захист від помилок, що можуть виникнути через відсутність певного досвіду в сфері менеджменту, маркетингу тощо. Консультативна діяльність поєднується з навчанням (підготовкою або перепідготовкою) персоналу фірми;
- фінансування клієнтів. Чим більше коло потенційних джерел фінансування, тим більшого значення набуває обґрунтованість вибору, отже, якість і повнота консультативних послуг, які його визначають. Рекомендації спеціалістів інкубаторів сприяють отриманню кредитів або фінансуванню на ранніх стадіях створення фірми;
- сприяння економічному розвитку регіонів шляхом підвищення зайнятості їх населення, активізації підприємницької діяльності, формування мережі підприємств інфраструктури. Саме ці обставини обумовлюють зацікавленість регіональної (місцевої) адміністрації в розвитку інкубаторів.

Інвестори, що вкладають кошти у становлення малого підприємства, у перші п'ять-сім років практично не мають прибутку. Більше того, вони наперед погоджуються на можливі втрати в обмін на значні ставки можливого прибутку від випуску конкурентоспроможної продукції. У цьому відношенні інкубатор має переваги порівняно з іншими організаційними формами створення й реалізації нової продукції, оскільки він забезпечує малим фірмам більшу стійкість, а це, у свою чергу, слугує основою для того, щоб кошти, вкладені інвесторами у таке підприємство, повернулися до нього з відповідним прибутком.

Робота в інкубаторі дозволяє малим фірмам знаходити горизонтальні зв'язки, об'єднуватися, що важливо для "витримування" конкуренції на ринку. Фірми з кількістю працівників до 20 осіб, як свідчить аналіз, є малостійкими, і тому вже за перші п'ять років свого існування 30–70 % їх банкрутують. Саме інкубатори допомагають налагодженню горизонтальних зв'язків, що сприяє підвищенню життєздатності малих підприємств.

В Україні вже діють 69 бізнес-інкубаторів, які функціонують практично в усіх областях. Підтримка цього напрямку відповідає встановленим пріоритетам розвитку економіки регіону, а також орієнтує на пошук, відбір й адаптацію до місцевих умов ефективних форм і методів підтримки малого підприємництва з подальшим їх тиражуванням.

Найбільш ефективно працюючими є такі бізнес-інкубатори (далі – БІ), як Інкубатор-Центр "Львівська політехніка", БІ у м. Біла Церква, муніципальний БІ м. Славутич, приватний БІ м. Хмельницького, Харківський віртуальний БІ, Київський БІ, Волинський обласний БІ, студентський БІ Київського національного економічного університету [5, с. 124].

Разом із тим слід зазначити, що сьогодні більшість об'єктів інфраструктури виникає або стихійно, або під певну програму зарубіжної технічної допомоги, або як реакція на власні потреби підприємницьких об'єднань, ініціативних груп. Через нечіткі уявлення про специфіку, функції та різницю між окремими видами об'єктів інфраструктури, понятійна плутанина призводить до того, що зареєстровані об'єкти інфраструктури малого підприємництва діють дуже слабо або взагалі не працюють, чи здійснюють неспецифічні види діяльності. Системне створення розгалуженої та скоординованої мережі об'єктів інфраструктури малого підприємництва в Україні потребує фінансового сприяння і матеріально-технічного забезпечення з боку держави. Адже такі об'єкти, як правило, є достатньо капіталомісткими, характеризуються тривалим часом окупності або взагалі неприбуткові. Наслідком цього є і їх відносна непривабливість для приватних інвесторів. Роль держави у цьому питанні повинна зводитись до залучення через певні пільги в оподаткуванні приватних інвесторів до розвитку інфраструктури малого підприємництва; впровадження механізму пари-

тетного фінансування проектів (державні, регіональні, місцеві кошти для ресурсного забезпечення); майнової підтримки об'єктів інфраструктури малого підприємництва шляхом надання у розпорядження державних і комунальних земельних ділянок,

Отже, існують різні форми коопераційних зв'язків малих, середніх та великих підприємств. Створення відповідних правових, економічних, соціальних та організаційних передумов допоможе становленню та подальшому розвитку різноманітних форм інтеграційних зв'язків цих підприємств, що значною мірою сприятиме підвищенню ефективності цих підприємств, їх фінансовій стійкості та конкурентоспроможності. Існування та взаємовигідні зв'язки малих, середніх та великих підприємств, їх оптимальне співвідношення є не лише необхідністю існування та розвитку цих підприємств, а й найважливішим компонентом ринкової економіки.

На основі викладеного можна констатувати, що для розширення коопераційних зв'язків великих і малих підприємств, розвитку елементів інфраструктури як важливого чинника підвищення конкурентоспроможності вітчизняного підприємництва доцільними є такі заходи:

по-перше, вдосконалення нормативно-правової бази, що регулює створення та функціонування різних форм кооперації суб'єктів підприємництва, об'єктів інфраструктури підтримки малого підприємництва, відповідно до норм і стандартів Європейського Союзу; розроблення та затвердження Типового положення про порядок створення та функціонування бізнес-інкубаторів;

по-друге, забезпечення розвитку інноваційної інфраструктури шляхом створення при університетах венчурних центрів, бізнес-інкубаторів, наукових і технологічних парків, а також регіональних інноваційних центрів;

по-третьє, запровадження системи державної акредитації сервісних установ інфраструктури, що надаватимуть сертифіковані навчально-консультативні послуги малому та середньому бізнесу;

по-четверте, впровадження міжнародного досвіду оцінки ефективності й результативності функціонуючих бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів тощо;

по-п'яте, поглиблення міжрегіонального та міжнародного співробітництва;

по-шосте, підвищення досконалості малих підприємств шляхом досягнення світових стандартів, навчання персоналу з питань запровадження систем управління якістю, бенчмаркінгу, охорони праці й навколишнього середовища, захисту інтелектуальної власності відповідно до норм і стандартів ЄС тощо.

Без сумніву, розширення коопераційних зв'язків великих і малих підприємств, розвиток елементів інфраструктури значною мірою сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного підприємництва та економіки України в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Туган-Барановський М. І.* Політична економія. Курс популярний / М. І. Туган-Барановський. — К. : Наук. думка, 1994. — 264 с.
2. *Економічна енциклопедія* : У 3-х т. Т. 2 / Редкол. : ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. — К. : Вид. центр "Академія", 2001. — 848 с.
3. *Кооперація.* Страницы истории : В 3-х т. Т. 1. Избранные труды российских экономистов, общественных деятелей, кооператоров-практиков : В 3-х кн. Кн. 1. 30–40-е годы XIX – начало XX века. — М. : Наука, 1999. — 768 с.
4. *Варналій З. С.* Мале підприємництво: основи теорії і практики / З. С. Варналій. — 4-те вид. — К. : Т-во "Знання", КОО, 2008. — 302 с.
5. *Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні* : національна доповідь. — К. : Логос, 2009. — 180 с.

WELLNESS AND SPA TOURISM IN HUNGARY NOW AND IN THE FUTURE 2009-2011

MEDVÉNE DR SZABAD K., Ph.D., Professor, the author is deputy rector for education at Budapest Business School, Head of Commerce Department

"The most ancient habit of humanity is bathing in rivers and consumption of spring water which, according to their experience, were of healing effect" (Vida, 1992). Hippocrates, the father of medicine, was the first to say that "nature cures illness". The culture of bathing goes back two thousand years; excavated remains of bath houses, frescoes and mosaics demonstrate that the Romans discovered and exploited these thermal water resources and introduced the bathing culture in Hungary. The Romans adopted the Greeks' bathing cult and constructed huge thermal baths during their empire. The Turkish baths, which are in operation till to-date, were of great influence upon our habits during the 150-year Turkish domination. Nature has been truly kind to Hungary. It has one of the richest geothermal and medical water resources in the world. 1.289 thermal springs, 39 medical baths, 5 medicinal caves, 48 certified mineral-, and 133 medical water springs, 4 deposits of therapeutic mud and 1 mofette are in the country. Nearly 300 thermal springs are used for bathing and about 130 mineral and medicinal springs are located in the capital, Budapest. There are 62 spa hotels, 39 facilities with qualified medical baths, 13 health resorts and in

© Medvéne dr Szabad K., 2010

385 settlements all over Hungary there are baths/spas with healing water. The difference between mineral and medicinal water is that medicinal water is a kind of mineral water with medically proven therapeutic, healing effects. Thermal water is any water emerging from a natural source at a temperature over 30 °C. Health tourism relies on exploiting these natural resources, but unfortunately Hungary underutilizes them. The majority of the spas do not meet modern technical and healthcare standards (HNTO publication, 2001).

The Hungarian spa concept

Spas have mainly been based on water to many Europeans, especially in Central and Eastern Europe so as in Hungary. The view of spas in Europe is different than internationally. Hungary is rich in historical spas and thermal water springs, their main focus is on the thermal water. The spa culture has 2000 years old history in Hungary. The Hungarian Baths Association was established in 1992 and then in 1998 became a regular member of the European Spa Association (ESPA). Their objective: *"The Hungarian Baths Association is an association of economic organizations and entrepreneurs operating baths and of the ones participating in planning, developing and building baths and providing for them"* – as it can be read on their website. The Hungarian Baths Association currently has 186 members (<http://www.furdoszovetseg.hu/en/tortenet.php>).

Domestic (wellness) tourism

Health and wellness tourism are significant elements of Hungary's tourism supply. Wellness tourism is becoming increasingly popular among domestic guests. On the demand side, wellness markets are primarily domestic, so as in Hungary. In this country the wellness concept met with a warm response in the tourism industry as it strengthens the country's GDP when domestic tourism is efficient. In the past years numbers of wellness hotels have been built, in addition, the already existed hotels have widened their supply with wellness products and services. There is no standard EU regulation for the qualification of wellness hotels. In Hungary a decree regulates the hotels into categories and determines requirements for certain hotel types as for wellness hotels as well.

Domestic tourism showed dynamic increase in 2005. *"A man travels the world over in search of what he needs and returns home to find it."* (George Moore) According to the Hungarian Central Statistical Office the number of guests

	2005	2006	2006	2006/2005
Hotels	5,134,097	5,621,557	61.1%	+9.5%
5 star hotels	119,543	121,302	1.3%	+1.5%
4 star hotels	1,357,431	1,629,424	17.7%	+20.0%
3 star hotels	2,660,481	2,910,195	31.6%	+9.4%
2 star hotels	678,429	661,087	7.2%	-2.6%
1 star hotels	318,213	299,549	3.3%	-5.9%
Spa hotels	1,147,788	1,236,112	13.4%	+7.7%
Wellness hotels	490,300	834,487	9.1%	+70.2%
Guesthouses	1,488,285	1,405,028	15.3%	-5.6%
Tourist hostels	749,506	653,853	7.1%	-12.8%
Youth hostels	532,170	469,949	5.1%	-11.7%
Bungalows	709,620	683,438	7.4%	-3.7%
Camping sites	344,781	371,088	4.0%	+7.6%
Total	8,958,459	9,204,913	100.0%	+2.8%

Source: HCSO preliminary data

	Guest Nights			
	2003	2004	2005	2005/2004
Hotels	4,352,740	4,532,337	5,051,341	+11.5%
5 star	64,923	90,213	119,569	+32.5%
4 star	825,166	1,075,108	1,340,469	+28.8%
3 star	2,075,255	2,253,588	2,612,713	+10.5%
2 star	1,001,580	755,045	666,128	-1.6%
1 star	385,816	358,383	312,462	-13.1%
Spa hotels	771,637	1,010,913	1,142,869	+13.1%
Wellness hotels	n.a.	241,277	480,110	+99.0%
Guesthouses	1,470,824	1,401,084	1,425,111	+1.7%
Tourist hostels	875,714	788,788	717,740	-9.0%
Youth hostels	613,536	590,592	506,215	-14.3%
Bungalows	783,166	685,337	662,621	-3.3%
Camping sites	474,796	393,236	325,557	-17.2%
Total	8,570,776	8,391,374	8,688,585	+3.5%

Source: HCSO preliminary data

was up by 5.3 % and the number of guest nights rose by 3.5 %. (See tables above) In wellness hotels the number of guest nights doubled and spa hotels also claimed an above rise in the number of guest nights (+13.1%). The three most important regions of domestic tourism in 2005 were Lake Balaton, Budapest and Central Danube Region.

The towns of Hajdúszoboszló, Siófok, Sopron, Hévíz, Eger, Szeged, Pécs, Debrecen and Zalakaros proved to be the most popular besides Budapest. Wellness and medical tourists visit spas and spa hotels especially on the weekends, preferring four stars hotels. Some very famous spa towns are e.g. Hévíz, Zalakaros, Bük, Harkány, Sárvár and Kehidakustány. The domestic tourism is becoming stronger step by step. The supply is getting more sophisticated. The increase of domestic travels can be partly thanked to the Holiday Vouchers.

**Number of sales and redemption of Holiday Vouchers
(2003–2006, million HUF)**

Sales and redemption of Holiday Vouchers	2003	2004	2005	2006
Sales	5099	7465	11855	23546
Redemption	3457	5491	8459	16107

Source. Hungarian National Holiday Foundation (HVG, 24 March 2007, p. 76).

In Hungary, holiday vouchers can be used as a form of payment in wellness hotels and thermal baths. Holiday vouchers are issued by the Hungarian National Holiday Foundation (HNHF) and can be used as a cash equivalent to pay at commercial and private accommodation facilities. Hungary introduced the system of holiday vouchers as part of social tourism scheme on January 1, 1998. The regulation in effect since January 1, 2003 increased the non-taxable value of holiday vouchers. In 2005, holiday vouchers generated around one fifth of the revenues of commercial accommodation in domestic tourism. In 2006 the value of sold Holiday Vouchers raised up to 23.546 billion HUF, although the redemption value was 16.107 billion HUF (See table above). 48 % of the holiday vouchers were used in hotels, and especially in wellness hotels. The number of

facilities accepting holiday vouchers is really high, and can be looked up from the website ¹.

On the other hand the economic restrictions can be felt on the domestic tourism as well. Some families cannot afford a domestic travel.

Developing domestic wellness tourism

The provided products and services were not satisfying anymore for the international and domestic visitors, either therefore steps were essential in order to reconstruct the Hungarian health tourism. The Hungarian government has devoted a preferential role for the development of health tourism. This is proved by the Széchenyi Plan and the 10-year Health Tourism Development Programme, which gave priority to health tourism development beside other tourism sectors. The aim of Széchenyi Plan was to be one of the most determinative medical and thermal tourism powers on the European market.

Supported Regions of the Széchenyi Plan

The 9 Tourist Regions	Supported projects (pcs)	Amount of subvention (million HUF)	Amount of development (million HUF)	Number of new jobs
Budapest and Central Danube	10	4 408	11 767	361
Middle Transdanubia	7	2 693	7 401	232
Western Transdanubia	28	10 469	29 640	930
Southern Transdanubia	10	2 628	6 819	230
Northern Hungary	12	2 282	6 447	175
Northern Great Plain	19	4 447	10 710	302
Southern Great Plain	14	3 997	8 675	185
Total	100	30 934	81 458	2 415

Source. DR. Imre Gellai (*Spa and Wellness Magazine*, November 2004, p. 28).

The 10-year Health Tourism Development Programme's strategic aim was to gain a leader position on the European health tourism market by the end of 2010. The Széchenyi Plan was announced by the Hungarian government on 15 January 2001 in order to advance the development of the tourism segment prioritising the health tourism segment. An estimated 31 billion HUF (see table above) has been invested for the projects connected to medical and thermal baths construction or reconstruction between 2001 and 2003 in 9 regions, in 57 towns, in 90 spas and hotels. (See table above) Developments have been done in order to improve medical spas. 2001 and 2002 were mainly about the constructions and reconstructions. The Széchenyi Plan consists of 6 sub-programmes, of which one deals with the

¹ <http://www.udelesicsekk.hu>.

development of healthcare and hot springs tourism. This sub-programme serves several purposes simultaneously, including:

- Increasing Hungary's tourism-related revenues through health and hot springs tourism;
- Attracting new three-generation target groups instead of the current scheme of dealing mainly with the elderly;
- Developing products that will be permanently competitive on an international scale;
- Developing complex service packages in health and hot springs tourism;
- Encouraging investments in quality and exclusive products and the provision of competitive investment opportunities in health and hot springs tourism;
- Extending the tourist season (KPMG Consulting, 2002 and Aubert, 2004).

The developments in 2001–2003 resulted in 14 % increase in the number of visitors and doubled the income of the spas (Gellai, 2004). The significance of capital investments in health tourism is demonstrated clearly by the 3,000 new jobs created by 120 projects in 2005. In 2002–2006 the value of the development of the spa and wellness hotels was more than 3.1 billion HUF and the same amount is devoted for the next three years' innovations as well (Világgazdaság, 2006). In wellness hotels, domestic tourism continues to be significant.

Marketing domestic tourism by the suppliers and by the HNTO

The makings, the services and the price-quality ratio are good in the Hungarian wellness hotels. It follows that there are a lot of satisfied and returning guests. On the other hand the bathing culture is still missing; the spa towns have no standardized atmosphere and many times the quality of the services is not that sophisticated (Szalai, 2004). Hungary is actively promoting health tourism, with a focus on wellness tourism. Hungary is now re-branding the nation as a centre for spa and wellness tourism. Focused marketing efforts are promoting wellness tourism while new hotel development includes wellness facilities. The slogan "Itthon otthon van" ("Here you are at home" in English) was communicated to Hungarian population and sought the raise the awareness and the popularity of domestic tourism. The HNTO cooperation with television channels and radio stations serve to provide information to the general public in Hungary. The HNTO has also allocated PR articles in several newspapers and magazines. Domestic journalists participated in study tours. The HNTO participates in several domestic exhibitions in each year. The most important ones concerning health tourism are the Utazás Travel Exhibition in March and the Spa and Wellness conference in November. The Hungarian National Tourist Office (HNTO) is promoting wellness tourism intensively. 2003 was declared as the 'Year of Health Tourism' by the HNTO. Thanks to this domestic campaign the reputation of wellness hotels and wellness facilities were

grown. The domestic campaign approached the Hungarian population with the message of travel for wellness inland in order to relieve stress. Hundreds of billboards, ads in the metro stations were placed. Some TV and radio channels also transmitted this message during the two month campaign. The demand for domestic wellness tourism was rapidly grown in 2004. The suppliers started to diversify their products and offer wellness packages, helping unfamiliar visitors. The HNTO first wellness related publication is the "Spa and Wellness" from 2002, in which the domestic health suppliers; 33 medicinal baths, 44 spa hotels, 43 wellness hotels, 5 medicinal caves, 1 mofette and 4 aqua parks can be found. The HNTO also issued other wellness publications such as "Spa and Wellness Packages", "Hungary for body and soul" and also there are brochures specifically to some regions, for example there is one for the Hévíz or Balaton region. The online travel database contains the data of 25.000 service providers and attractions. The database is available from www.itthon.hu or www.hungary.com websites. Users can also obtain up-to-date information about the holiday vouchers. As there was no relevant marketing concept for health tourism the Hungarian National Tourist Office charged the KPMG Consulting Team with the completion of the marketing concept of health tourism in 2002. The report helped a lot the work of the HNTO where marketing recommendations for the development of the health tourism segment were stated after a through research both in Hungary and abroad.

Wellness hotels

In general, wellness hotels offer the opportunity to balance body, mind and spirit, as well as offer pampering and stress relieving programmes. In addition to recreational baths, wellness hotels usually offer saunas, beauty services, and sport facilities in the location's natural setting. Some success factors for a wellness hotel are the attractive surrounding environment and the quality of services and products (Travel and Tourism Analyst, 2004).

In the Hungarian hotel industry wellness can be seen as a new market segment. Data is available on the occupancy by of the wellness hotels by the HNTO from the year 2004. The industry does not really know its specific target market and people. Tourists who would like to stay in a wellness hotel have sometimes no idea what a wellness hotel provides, why is it different from other types of hotels and what he or she can expect on his or

	Spa hotels		Wellness hotels	
	2006	2006/2005	2006	2006/2005
Domestic				
Arrivals (000s)	403	+5.9%	375	+62.7%
Guest Nights (000s)	1,236	+7.7%	834	+70.2%
Average Length of Stay (nights)	3.1	+1.7%	2.2	+4.6%
International				
Arrivals (000s)	320	-7.6%	106	+103.0%
Guest Nights (000s)	1,399	-11.1%	367	+73.6%
Average Length of Stay (nights)	4.4	-3.7%	3.5	-14.5%
Total				
Arrivals (000s)	723	-0.6%	481	+70.1%
Guest Nights (000s)	2,635	-3.2%	1,201	+71.2%
Average Length of Stay (nights)	3.6	-2.6%	2.5	+0.6%

Source: HCSO preliminary data

her wellness holiday? The problem can be driven back to the lack of standard definition of wellness; people do not know what it means. On the other hand, the wellness tourism industry struggles with lack of information about demand for wellness holidays, in this case it is really difficult for them to provide suitable supply. The HNTO with the help of the Hungarian Wellness Association prepared the criteria system for the wellness hotels in order to identify the wellness hotels, to inform the target markets, to meet the expectations of the customers and as a deduction of all of this in order to make visitors experience pleasure by wellness. The domestic arrivals, guest nights and average length of stay in Hungarian spa and wellness hotels have been increasing dominantly (illustrated on the table above). The domestic arrivals in wellness hotels rapidly grew (by 62.7%) in 2006 comparing to the year 2005. On the domestic wellness tourism market the three generation hotels have started to lead the demand.

"The most wellness hotels are either operated by the Danubius Hotels Group ZRt or the Hunguest Hotels Group ZRt" (KPMG Consulting, 2002).

The wellness decree in Hungary

The Hungarian National Tourist Office and the Hungarian Wellness Association set a minimum standard requirement which all the Hungarian wellness hotels must meet. This criterion is for the customers, it is the guarantee of quality.

The 6 § c. abstract of the 54/2003 (VIII.29). Decree of the Ministry of Economy and Transport (the modification of the 45/1998 (VI.24) decree) defines what a wellness hotel is. It claims wellness hotel is a kind of hotel that meets all the requirements of a three star hotel, has well-educated, well-trained staff, provides facilities for healthy nutrition, sport, relaxation; provides wellness facilities and social programs and fit the named requirements of the 2. I/F enclosure, which states that a wellness hotel must have:

1. Minimum one indoor swimming pool.
2. Minimum two types of saunas or steaming bath.
3. Minimum four types of beauty services like face and body treatments, manicure and pedicure, suntan, hairdresser, and so on.
4. At least six types of massages, relaxation and other types of remedial therapies.
5. Traditional gastronomy for the region and Hungary and also healthy and vegetarian food and drinks.
6. Well-equipped fitness centre with cardio machines, fitness instructor, and personal and sport trainer.
7. At least four kinds of outdoor sport activities or oriental exercise programmes and also at least one type of aerobics class.
8. At least three types of social, cultural, music or art programmes.
9. In each shift at least one employee with wellness qualification (Sugataghy, 2004).

Wellness Organizations

Originally it had been first suggested starting the wellness movement in Hungary at the conference of the World Health Organization in Copenhagen in 1994. This initiative, that was even supported by Dr. Siegfried Malich, the president of the European Wellness Union, met with warm welcome by the participants of the conference. Mr. Siegfried visited to Hungary in 1995 as a guest of Dr. Róbert Frenkl, professor and Dr. Pál Holczer, vice president. That year the Hungarian Wellness Foundation and Wellness Corporation were established. The Hungarian Wellness Association ("Magyar Wellness Társaság"=MWT) was formed in 2001 with the mission to be the representative of interest in the wellness industry. The HWA is a non profit oriented, politics free organization, working under the union rights. The establishment has been popularized the socially useful lifestyle concept that promotes health, physical exercises, the spiritually and physically euphoria and the combination of all these aspects.

The Hungarian Spa Tourism Association's (Magyar Egészségturizmus Marketing Egyesület=MEME) aim is to help the given natural resources to be well-known within the borders and internationally as well, and also to present in an attractive way the Hungarian spas, spa-, and wellness hotels, their products and services, analysing their curative effects and emphasise their uniqueness. All the efforts of the MEME aspire to make health tourism successful nationally and internationally.

Books, journals, publications

1. Aubert, Antal and Csapó, János. (2004) Egészségturizmus. — 184 p.
2. Figyelő (2005. július 7–13) Torontáli, Zoltán: Wellness, fitness, бизнес, p. 39–43.
3. Figyelő (2007. február 15–21) Hermann, Irén, Dániel, András and Zsubori, Ervin: Magyarország számokban, p. 24–47.
4. Hallab Z., Yoon Y. and Uysal M (2003). Market segmentation based on healthy-living attitude, in Journal of Hospitality and Leisure Marketing, Vol. 10, No 3–4, p. 185–198.
5. Hungarian National Tourist Office's publications: Spa + Wellness (2001), the Spa Experience (2003), Spa + Wellness packages (2007).
6. KPMG Consulting. (2002) Az egészségturizmus marketingkonceptiója, in Turizmus Bulletin, Vol. 6, No 2, p. 3–24.
7. Mintel report. (August 2004) Health and Wellness Tourism- Global, in the Travel and Tourism Analyst, 2004, Vol. 3. p. 79–91.
8. Mueller, Hansruedi and Kaufmann, Eveline Lanz (2001). Wellness Tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry, Journal of Vacation Marketing. — Vol. 7, No 1, p. 5–17.
9. Dr. Puczkó, L. and Bacharov, M. (2005). Spa, Bath, Thermae: What's behind the Labels? Journal of Tourism Recreation Research, Vol. 31, No 1, p. 83–91.
10. Dr. Ruzinkó, Ádám. (2006) Egészségturizmus I. (oktatási segédanyag). — 150 p.
11. Smith, Melanie (2006 fall semester): lecture notes of the wellness tourism course at the Tourism and Hotel Management course.
12. Smith, M. K. & Kelly, C. (2005) 'Editorial', Wellness Tourism Special Edition, Journal of Tourism Recreation Research, Vol. 31, No 1, p. 1–4.

13. Spa and Wellness Magazines: Dr. Jakabházy, László (March 2003). A kezdet és a jövő, p. 12; Hans Peter Schroff (March 2003) Aki számít, benne van, p. 4; Kator, Miklós (March 2004). A Magyar Wellness Társaságról, p. 32; Sugataghy, Anikó (March 2004). A wellnesstörvény Magyarországon, p. 39; Szalai, Emese (March 2004). Az egészségturizmus helye az állami marketingben, p. 29; Eöry, Edit (July 2004). Hazai wellnessturisztikai sikerek és jövőbeni kilátások, p. 36.
14. Dr. Vida, Mária. (1992) Spas in Hungary in ancient times and today. — 68 p.
15. Világgazdaság (3 November 2006). Milliárdok az egészségturizmusra, p. 12–13.

On-line publications and websites

1. Bio foods. Available from: <http://www.nyitottkert.hu/english.html> (accessed 09 April 2007).
2. Health Ministry of Hungary (Manuscript closed as of 17 May 2004). Health and Social services in Hungary, available from: http://www.eum.hu/index.php?akt_menu=3511 (accessed 01 April 2007).
3. Hungarian Baths Association. Available from: <http://www.furdoszovetseg.hu/en/tortenet.php> (accessed 02 April 2007).
4. Hungarian National Tourist Office. Available from: [www.itthon.hu; www.hungary.com](http://www.itthon.hu/www.hungary.com) (accessed 02 April).
5. HVG online (01 February 2007). A többség fittyet hány a wellness-örrületre. Available from: http://hvg.hu/egeszseg.taplalkozas/20070110_bio_elelmiszer.aspx (accessed 11 April 2007).
6. HVG online (31 January 2007). A magyarok többsége egyáltalán nem vásárol bioélelmiszert. Available from: http://hvg.hu/egeszseg/20070131_bioelelmiszer.aspx (Accessed 12 April 2007).
7. International Spa Association (ISPA). Available from: <http://www.experienceispa.com/ISPA/> (accessed 02 April 2007).
8. Magyar Baráti Közösség (Announced by István Kovács on 28 August 2006). The Problem with Hungary, available from: <http://www.mbk.org/php/index.php?name=News&file=article&sid=348> (Accessed 01 April 2007).
9. Matesz- Magyar terjesztés-ellenőrző szövetség. Available from: <http://www.matesz.hu/data/?SLOT=20062&post=+Adatok+> (accessed 09 April 2007).
10. Wikipedia- the Free Encyclopedia (searched for the word wellness) (Accessed 1 April 2007). Available from: http://en.wikipedia.org/wiki/Wellness_%28alternative_medicine%29.
11. World Health Organization (WHO). Available from: <http://www.who.int/about/en/> (accessed 02 April 2007).

***Оздоровчий і СПА туризм в Угорщині сьогодні та у майбутньому.** Угорщина має великі ресурси термальних і медичних вод, що дає можливість для розвитку оздоровчого та СПА туризму в країні. СПА культура Угорщини має 2000-річну історію; із 1992 р. країна є членом Європейської СПА асоціації. Оздоровчий туризм складає велику частку внутрішнього туристичного ринку Угорщини, кількість відвідувачів постійно зростає, оскільки будуються нові та вдосконалюються вже існуючі курорти. Для досягнення високих європейських стандартів у цій галузі уряд країни розробив та впроваджує програму розвитку оздоровчого туризму, якому надано пріоритетний статус. У країні були розроблені вимоги, яким повинні відповідати всі готелі. Велику роль у розвитку галузі відіграють профільні організації, а саме: Угорська асоціація оздоровчого туризму та Угорська асоціація СПА туризму.*

УДК 334.72 (477)

ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ В ПОРІВНЯННІ З КРАЇНАМИ ЄС

КРАСНОКУТСЬКА Н., докторант кафедри економіки
підприємництва КНТЕУ

За часів виникнення інституту підприємництва воно завжди вважалося найбільш масовою, динамічною та гнучкою формою ділового життя суспільства. Однак ціннісні пріоритети розвитку різних суспільств не завжди спрямовані на активізацію підприємництва, що пов'язано з домінуючим суспільно-політичним устроєм, культурними цінностями і традиціями, власним геополітичним баченням тощо. Саме тому країни дуже сильно різняться за своєю спроможністю до використання підприємницького потенціалу та спрямування його на зростання суспільного добробуту. Зважаючи на проголошений Україною курс на інтеграцію в європейське бізнес-середовище, доцільно провести певні порівняння щодо наявності підприємницького потенціалу, рівня та умов його реалізації в Україні та країнах ЄС. Такий компаративний аналіз має за мету пошук більш досконалої форми організації вітчизняного бізнес-середовища через вивчення досвіду успішних країн і виявлення тих особливостей, які доцільно враховувати під час розробки програм підтримки підприємництва.

Визнаючи нагальну потребу активізації якісного розвитку підприємницького потенціалу в Україні, останнім часом вітчизняні науковці все більше звертаються до такого порівняльного аналізу. У наукових працях Д. Ляпіна, З. Варналія, Л. Воротіної, Н. Коротенко [1] висвітлено окремі аспекти політики розвитку підприємництва в Україні та країнах ЄС, його державної фінансово-кредитної підтримки, формування регуляторної політики у сфері підприємництва. Зміни у вітчизняному бізнес-середовищі, що відбуваються під впливом світової фінансової кризи, зумовлюють необхідність подальшого вивчення та переосмислення розбіжностей і особливостей у розвитку підприємницького потенціалу України в порівнянні з країнами ЄС. Саме таке переосмислення і визначило цільову спрямованість проведеного дослідження з метою визначення пріоритетних напрямів політики підтримки підприємництва як вагомої сили, спроможної прискорити перехід вітчизняної економіки від скорочення до зростання та розвитку.

Зважаючи на розуміння підприємницького потенціалу як сукупності здібностей, знань і навичок фізичних осіб щодо здійснення підприємницької діяльності, об'єктами дослідження було обрано його наявність, рівень і умови реалізації.

© Краснокутська Н., 2010

Цінним джерелом інформації про наявність підприємницького потенціалу є Глобальний моніторинг підприємництва (*Global Entrepreneurship Monitoring, GEM*), який здійснюється за ініціативи Лондонської бізнес-школи та Бебсон коледжу (США) Асоціацією з досліджень глобального підприємництва [2]. Для оцінки потенційної готовності займатися підприємницькою діяльністю економічно активному населенню віком від 18 до 64 років (респондентам GEM) пропонується запитання щодо їх намірів організації власного бізнесу в найближчі роки. У результаті опрацювання відповідей дослідниками GEM визначено, що підприємницький потенціал у країнах ЄС дещо відрізняється за типом економіки, але в цілому є низьким. У країнах з інноваційним характером економіки відсоток економічно активного населення, що розглядає можливість започаткування власного бізнесу коливається від 4 % у Німеччині до 13 % у Франції. У країнах, розвиток яких спрямований на підвищення ефективності за рахунок інвестицій (Хорватія, Угорщина, Латвія), частка населення, що здатне до підприємництва, також не перевищує 10 %. Лише в ресурсорієнтованих країнах транзитивного типу (Боснія і Герцеговина), підприємницький потенціал, визначений за часткою латентних підприємців, досягає найбільшого рівня.

На жаль, Україна не приєдналася до команди дослідників Глобального моніторингу підприємництва, тому певні порівняння можна здійснити лише за результатами опитування, проведеного фахівцями Інституту економіки та прогнозування НАН України та центром "Соціальний моніторинг" [3]. Відповідно до них, рівень потенційної готовності займатися підприємницькою діяльністю серед економічно активного населення України, на відміну від країн ЄС, досить високий: відчувають себе цілком спроможними бути підприємцем 38 % самозайнятих, 72 % приватних підприємців, 25 % найманих працівників приватних підприємств, 18 % найманих працівників державного сектору. Майже третина економічно активного населення вважає себе спроможними до підприємницької діяльності, але потребує поглиблення знань. Не відчувають у собі підприємницького потенціалу від 10 % приватних підприємців до 45 % найманих працівників державного сектору.

Для коректного порівняння підприємницьких намірів в Україні та країнах ЄС слід вилучити з розгляду ту частку населення, що залучена до підприємництва, тобто приватних підприємців і самозайнятих, які в Україні є переважно найдрібнішими суб'єктами підприємницької діяльності, як правило, у сфері торгівлі або надання платних послуг населенню. За таких умов частка вітчизняних латентних підприємців коливається від 18 % до 25 % залежно від сфери зайнятості (державний сектор або приватні підприємства). Такий достатньо високий рівень потенційної підприємницької активності характерний тільки для тих європейських країн, економіки яких розвиваються на підґрунті

традиційних факторів виробництва і забезпечують рівень ВВП на 1 особу нижче за середній як у поточних цінах (3.5 тис. доларів США), так і за паритетом купівельної спроможності. Саме до їх числа, за результатами позиціонування в системі координат "ВВП на 1 особу та % населення, готового до започаткування власного бізнесу", й увійшла Україна (рис. 1), попри всі намагання органів державного управління, починаючи з початку 90-х років минулого сторіччя, стимулювати економічний розвиток за рахунок активізації підприємництва.

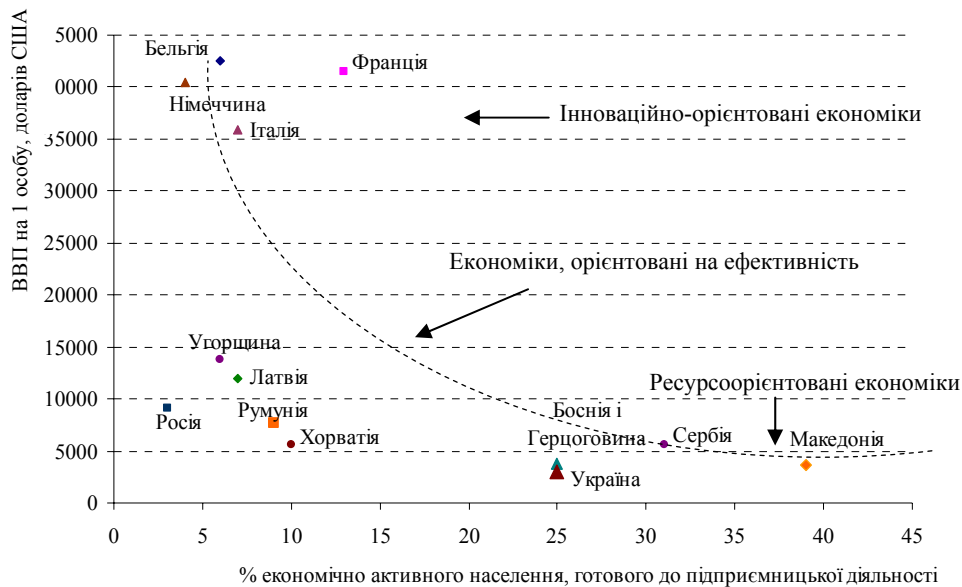


Рис. 1. Позиціонування країн за рівнем ВВП на душу населення та його готовністю до здійснення підприємницької діяльності [2; 3, с. 32]

Якщо низький рівень підприємницького потенціалу в Європі є наслідком високого рівня життя та доступності альтернативних джерел доходів (наймані працівники), то в Україні ситуація цілком протилежна. Причому, за останні 17 років розроблені численні програми з підтримки та стимулювання розвитку підприємництва в Україні, що мали за мету створення позитивного іміджу країни та інтеграції вітчизняної економіки в європейську та світову економічні системи. Напевно, якщо хоча б третина задекларованих у цих програмах заходів виконувалась, Україна б посідала більш гідне місце в світових рейтингах. Натомість, наявність підприємницького потенціалу супроводжується відставанням від країн Центральної та Східної Європи як за кількісними індикаторами рівня його реалізації, так і за якістю умов ведення бізнесу.

У країнах ЄС малі підприємства (в тому числі і мікропідприємства) надають 50 % робочих місць і забезпечують майже 40 % обсягу реалізованої продукції [4, с. 30] (табл. 1). Середні підприємства забезпечують зайнятість 17 % працюючого населення і виробляють

майже 18 % від загального обсягу реалізованої продукції. Успішний розвиток малого та середнього бізнесу зумовлений, перш за все, вагомою державною підтримкою, а також широкою кооперацією із великими об'єднаннями, коли малі підприємства виступають в ролі сателітів і забезпечують виконання частки виробничих процесів. Їх активна участь у промисловому виробництві (понад 20 % малих і 21 % середніх підприємств створені та функціонують у саме реальному секторі [4, с. 29]) зумовлює інноваційний характер підприємництва у країнах ЄС.

Таблиця 1

Участь малих, середніх і великих підприємств у забезпеченні зайнятості та обсягів реалізованої продукції в Україні та країнах ЄС *

Суб'єкти підприємницької діяльності	Участь у забезпеченні зайнятості, %		Частка в обсязі реалізованої продукції, %	
	Україна **	країни ЄС (EU-27)	Україна **	країни ЄС (EU-27)
Малі підприємства	23.5	50.1	18.1	39.1
Середні підприємства	38.0	16.9	42.6	17.9
Великі підприємства	38.5	33.0	39.3	43.0

Примітки: * Складено за даними: *Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь* / К. О. Ващенко, З. С. Варналій, В. Є. Воротін та ін. — К.: Держкомпідприємництво, 2008. — С. 173–174; *European business – Facts and figures*. – Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007. — P. 30.

** Дані наведено з урахуванням змін, відповідно до Закону України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності" від 18 верес. 2008 р. №523-VI.

Структура підприємств в Україні за розміром у цілому відповідає європейській, однак за пропозицією робочих місць і внеском у обсяг реалізованої продукції мають місце певні розбіжності. Згідно з новими критеріями віднесення підприємств до малих і великих, малі підприємства в Україні створюють близько 24 % робочих місць, а їх внесок у загальний обсяг реалізованої продукції становить 18.1 % (див. *табл. 1*), у тому числі частка малих промислових підприємств становить лише близько 1 % обсягів реалізованої продукції [5]. Більш потужними за обсягами діяльності та пропозицією робочих місць в Україні є середні підприємства, які виробляють 42.6 % продукції і забезпечують зайнятість 38 % працюючого населення. Проаналізувавши рівень реалізації підприємницького потенціалу за наведеними кількісними індикаторами, можна констатувати, що мале підприємництво, яке є основою економік європейських країн, за тривалий період реформування бізнес-середовища в Україні ще не стало впливовою ринковою інституцією.

Негативні структурні пропорції спричинені: *по-перше*, наявністю значної кількості малих підприємств, які існують тільки де-юре, а фактично не займаються господарською діяльністю; *по-друге*, несприятливістю бізнес-середовища, що виявляється в складних процедурах реєстрації, отримання ліцензій і дозволів, кредитів, обтяжливості податкової системи.

Щодо першої групи проблем, то вони є наслідком перерозподілу податкового тягаря, коли наймані працівники реєструються як підприємці з метою мінімізації сплати податків. Причому, за дослідженням Міжнародної фінансової корпорації, частка таких підприємців у загальній кількості офіційно зареєстрованих становить близько 30 % [6]. Якщо нівелювати вплив цієї групи підприємців на їх загальну кількість, то вітчизняні структурні пропорції будуть значно відрізнятись від європейських.

Друга група проблем чинить суттєвий стримуючий вплив на розвиток підприємницького потенціалу як на ранній стадії його прояву, так і на стадії його безпосередньої реалізації. За оцінками Світового банку, загальний рейтинг України щодо умов ведення бізнесу з кожним роком погіршується: якщо в 2006 р. країна посідала 128 місце серед 175 країн, то в 2008 р. – 145 місце [7] – найнижчий рівень серед європейських країн.

Прояву підприємницького потенціалу на ранній стадії створення бізнесу заважають, у першу чергу, чинники регуляторного характеру. Як свідчать результати дослідження Світового банку "*Doing Business 2009*", кількість нормативних актів, що регулюють бізнес-середовище в Україні, непинно зростає – система дозволів і ліцензування з року в рік не спрощується, а, навпаки, всупереч задекларованим програмним заходам, стає ще більш обтяжливою. Наприклад, тільки за останній рік збільшилась кількість, тривалість і вартість проходження процедур щодо отримання дозволів на будівництво. Порівняно із європейськими країнами (Австрією, Францією, Естонією), де кількість дозвільних документів коливається в середньому на рівні 12–13, на отримання яких витрачається не більше півроку, в Україні підприємці мають отримати до 30 дозволів, витративши майже півтора роки. Такі ускладнення призводять до зміщення сфери реалізації підприємницького потенціалу в бік тіньової економіки, це підтверджує наявність значного прошарку підприємців, які офіційно не зареєстровані. За оцінками експертів Міжнародної фінансової корпорації, їх частка становить близько 25 % від загальної кількості зареєстрованих підприємців [6].

Порівняно з європейськими країнами в Україні найгірші умови реалізації підприємницького потенціалу за рівнем податкового навантаження. Відповідно до даних щорічного звіту Світового банку "*Paying Taxes*" [8, с. 9], Україна посідає 174 сходинку зі 175 за простотою сплати податків, їх загальна кількість – 98 платежів різного рівня

(наприклад, в Іспанії, Португалії, Великій Британії їх лише 7, у Латвії – 8, в Естонії – 11). Слід зазначити, що система оподаткування в Україні не тільки має обтяжливий характер для підприємців, а й суттєво заважає природному переростанню малого бізнесу в середній. Досить часто середні підприємства у своєму прагненні мінімізації податків активно використовують дрібнення як засіб "розвитку" і, відповідно, преференції спрощеної системи оподаткування. Такі адміністративні бар'єри вимагають оптимізації умов ведення бізнесу, важливість яких визнана ще на початку трансформаційних процесів у економіці країни, але із запровадженням спрощеної системи оподаткування в 1999 р. жодних суттєвих кроків у цьому напрямі не було зроблено. Відповідно, замість детінізації економіки, отримуємо зростання неформального сектору, який знаходиться поза податковим полем.

Невтішні порівняння можна зробити й у сфері кредитування підприємництва, яка з поглибленням фінансової кризи чинить значні перепони для розвитку підприємницького потенціалу. Хоча за індикатором "отримання кредитів" Україна посідає більш високі позиції в рейтингу Світового банку "*Doing Business 2009*" (28 місце у 2009 р.) [7], слід брати до уваги, що йдеться не про доступність кредитів, наприклад, за рівнем відсоткових ставок, а про інформаційну прозорість щодо їх отримання та юридичну захищеність прав кредиторів і позичальників. Фактично ж, основні перешкоди доступу українських підприємців до мікrokредитів, як і десять років тому, полягають у високій вартості кредитів, складній процедурі їх отримання через неефективний механізм гарантування їх повернення, недостатній державній фінансовій підтримці. Наприклад, рівень фінансування програм підтримки підприємництва в Україні щороку зменшується і є мінімальним серед європейських країн. У 2009 р. на заходи з реалізації Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва передбачено лише 400 тис. грн [9; 10], тобто менше 1 % від загальної потреби.

У країнах ЄС з метою зниження негативного впливу фінансової кризи Європейською асоціацією підприємців, малих та середніх підприємств за рахунок кредитних ресурсів Європейського інвестиційного банку створено фонд гарантування повернення кредитів, отриманих малими підприємствами, та розширено обсяг доступних кредитних ресурсів [10]. Аналогічні заходи прийняті й у Росії [11]. В Україні ж поки що тільки декларативно визнається доцільність таких фондів, а тим часом розмір майнової застави за вартості кредиту у вітчизняних банках майже в 25–28 % може становити до 200 %. Можливо, із впровадженням десяти принципів Європейської Хартії для малих підприємств, серед яких і полегшення доступу підприємств до фінансування, в країні буде запроваджено більш дієвий механізм кредитування на початковому етапі підприємницької діяльності.

Узагальнюючи вплив розвитку бізнес-середовища на реалізацію підприємницького потенціалу, доцільно повернутись до позиціонування в системі координат "ВВП на душу населення – рейтинг країни за умовами здійснення підприємницької діяльності" (рис. 2). Як неважко помітити, Україна займає стійку позицію в сегменті транзитивних, але все ж таки ресурсорієнтованих економік, для яких досягнення цільових пріоритетів інноваційного розвитку неможливе без вирішення проблеми ефективності економічної системи в цілому.

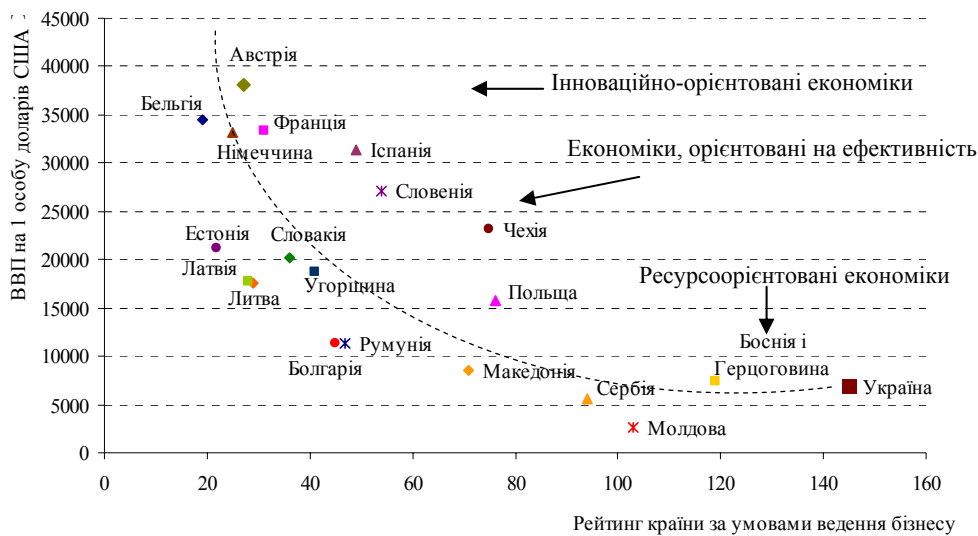


Рис. 2. Позиціонування країн за рівнем ВВП на душу населення (за паритетом купівельної спроможності) та рейтингом за умовами ведення бізнесу [7; 12]

Окреслений перелік розбіжностей за окремими вибірковими параметрами не є вичерпним, але навіть виявлений розрив між Україною та країнами ЄС щодо реалізації підприємницького потенціалу настільки значний, що ефективність запровадження досвіду успішних країн у вітчизняних умовах викликає значні сумніви. Причинами виявлених кількісних і якісних диспропорцій є і мотиви підприємницької діяльності, і її цільова спрямованість, і навіть менталітет потенційних підприємців. Якщо в Україні каталізатором підприємницької активності є невпевненість у майбутньому й намагання поліпшити рівень життя, тобто мотиви прояву підприємницького потенціалу мають переважно "шовкаючий" характер, то у країнах ЄС – це прагнення до незалежності, самореалізації та досягнень, тобто працюють переважно "тягнучі" фактори мотивації. Відповідно прагнення до досягнень, підкріплене м'якою підтримкою держави, стимулює проактивну поведінку підприємців та інноваційну спрямованість самого підприємства. Прагнення ж до виживання та слабка підтримка венчурних проектів зумовлюють реактивну поведінку підприємців у вже існуючому

чих ринкових сегментах. Значним соціальним бар'єром реалізації підприємницького потенціалу в Україні є також патерналізм у його класичному прояві, тобто очікування підприємцями підтримки, захисту, допомоги, пільг з боку держави, що пов'язано з рівнем самоусвідомлення суспільства в цілому й сподіваннях на когось, крім себе, хто має допомагати. У результаті фактичний рівень ділової активності суспільства значно знижується, а природні (ринкові) чинники розвитку підприємництва не діють.

Таким чином, системне накопичення проблем розвитку підприємницького потенціалу в Україні значно погіршує її позиції в європейському бізнес-просторі та не дозволяє сподіватися на активне використання можливостей малого та середнього бізнесу для реалізації необхідних на сучасному етапі антикризових заходів. Оскільки подолання виявлених розбіжностей неможливе протягом короткострокового періоду, то важливим завданням із позицій сьогодення є забезпечення стабільності та послідовності у виконанні тих програмних заходів, що передбачені у сфері регуляторної та податкової політики. Крім того, з метою поступового переходу до економіки інноваційного типу вкрай необхідне розширення частки малого та середнього бізнесу в реальному секторі економіки, що в майбутньому посилить експортний потенціал країни і створить підґрунтя для її інноваційного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ляпін Д.* Порівняння окремих аспектів політики розвитку малого підприємництва в Україні та країнах ЄС / Д. Ляпін // Вісн. Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. — № 5. — 2008. — С. 25–30; *Ляпін Д.* Розвиток малого підприємництва як вимога нової якості системи державного управління / Д. Ляпін. — Режим доступу : <http://www.ucipr.kiev.ua/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=5058&mode=thread&order=0&thold=0>; *Варналій З.* Мале підприємництво: основи теорії і практики: монографія / З. С. Варналій. — 4-те вид., стер. — К.: Знання, 2008. — 302 с.; *Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: навч. посіб.* / Л. І. Воротіна, В. Є. Воротін, Л. А. Мартинюк, Т. В. Черняк; за ред. Л. І. Воротіної. — 3-тє вид., доп. і перероб. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. — 308 с.; *Коротенко Н. П.* Порівняльна характеристика державного регулювання підприємництва в Україні та країнах ЄС / Н. П. Коротенко // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 2. — С. 4–13.
2. Global Entrepreneurship Monitoring 2008 Executive Report / N. Bosma, Z. J. Acs, E. Autio, A. Coduras, J. Levie. — Way of access : <http://www.gemconsortium.org>.
3. *Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь* / К. О. Ващенко, З. С. Варналій, В. Є. Воротін та ін. — К., Держкомпідприємство, 2008. — С. 31–32; *The Global Competi-*

- tiveness Report 2008–2009. — Way of access : <http://www.weforum.org/documents/GCR0809/index.html>.
4. *European business – Facts and figures*. — Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2007.
 5. *Експрес-випуск* Держкомстату України "Про розвиток малого підприємництва в Україні у 2007 році" від 11 верес. 2008 р. № 213. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/express/expr2008/0908/213.zip>.
 6. *Бізнес-середовище* в Україні. Проект "Розвиток підприємництва в Україні" / Міжнародна фінансова корпорація, 2007. — Режим доступу : <http://www.ifc.org/ifcext/uspp.nsf/Content/PMSurveysRU>.
 7. *Doing Business 2009: Comparing Regulation in 181 Countries*. — Way of access : <http://www.doingbusiness.org>.
 8. *Paying Taxes 2009: The Global Picture* / World Bank, PricewaterhouseCoopers. — USA : World Bank, 2009. — P. 9.
 9. *Про державний бюджет України на 2009 рік* : Закон України від 26 груд. 2008 р. № 835-VI.
 10. *Кузнєцов К.* В умовах кризи кожне неефективне рішення у регуляторній політиці матиме посилену больову реакцію у суспільстві / К. Кузнєцов. — Режим доступу : http://www.vlasnasprava.info/ua/dozvil/press.html?_m=publications&_t=rec&id=11543.
 11. *Фонд содействия кредитованию малого бизнеса Москвы*. — Режим доступу : <http://fs-credit.ru>; Фонд содействия кредитованию малого бизнеса Санкт–Петербурга. — Режим доступу : <http://credit-fond.ru/about>.
 12. *The World Factbook*. — Way of access : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2004rank.html>.

КРИТЕРІЇ СЕГМЕНТАЦІЇ ВІТЧИЗНЯНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ ЕЛІТНИХ МЕБЛІВ

ТУНІЦЬКИЙ Н., здобувач кафедри міжнародної економіки КНТЕУ

Сегментування ринку в сучасній парадигмі маркетингу – головна передумова успішної діяльності фірми у конкурентному середовищі. Це зумовлено тим, що маркетингова діяльність класично повинна ґрунтуватись на визначенні потреб конкретних груп споживачів. Сегментація ринку дає змогу вивчити наявні та визначити потенційні потреби споживачів, поділити їх на певні групи та обрати для роботи цільові, адаптувати маркетингову діяльність до виявлених вимог клієнтів.

© Туніцький Н., 2010

ВІСНИК КНТЕУ 1/2010

33

Вітчизняний ринок елітних меблів має високий потенціал, він, як і інші, зазнав впливу світової фінансової кризи, хоча вважається інертним, таким, що не реагує на зміну споживчих настроїв. Сьогодні споживачі здебільшого не вважають за потрібне замінити ще придатну річ на нову, а саме меблі класу "люкс". Найбільший попит на дорогі меблі в центральних містах серед населення з високим рівнем доходу, яке здатне придбати як окремі предмети елітних меблів, так і комплексно поліпшити інтер'єр свого житла. Однак перспективи розвитку попиту на елітні товари пов'язані не тільки зі зміною майнових характеристик споживачів, а також із формуванням відповідних потреб і переваг, що вимагає поглибленого вивчення поведінкових і психологічних характеристик споживачів елітних меблів.

Теоретико-методологічні та практичні аспекти сегментації ринку досліджено у працях вітчизняних та іноземних науковців таких, як: Б. Берман [1], Д. Вороніна [2], В. Гречков [3], В. Деміхов [4], С. Дібб [5], О. Зозульов [6], А. Костерін [7], М. Крофт [8], М. Осіпов [9], Н. Ричкова [10], Т. Циганкова [11], Д. Шеремет [12] та ін. Однак проблеми сегментування ринку елітної продукції, зокрема меблів, з аналізом потенційних можливостей його розвитку залишаються донині недостатньо дослідженими, що визначило актуальність та мету статті.

Сегментація ринку є характерною ознакою певного етапу його розвитку. Сегментування застосовують до розвинених ринків, тобто таких, де існує диференціація попиту, неоднорідність вимог і очікувань споживачів.

Істотних відмінностей у визначенні поняття "сегментація" не існує. Теоретики і практики маркетингової діяльності однозначно розуміють її як групування потенційних і реальних споживачів у сегменти, які однорідні за деякими характеристиками і відмінні від інших. Сегментація ринку – це діяльність з виявлення потенційних груп споживачів конкретного товару підприємства [13, с. 45].

На думку Т. Циганкової, міжнародна сегментація ринку – це процес ідентифікації специфічних сегментів потенційних споживачів у вигляді групи країн або груп індивідуальних покупців з однаковими характеристиками, що з великою вірогідністю продемонструють схожу поведінку при купуванні [11, с. 172].

У внутрішньому маркетингу сегментом є група споживачів (осіб, фірм). У міжнародному – цю групу споживачів може утворювати певна кількість країн. Саме тому в міжнародній маркетинговій діяльності прийнято виділяти макро- та мікросегменти. Під макросегментами світового ринку розуміють певні сукупності країн з однаковими характеристиками, виокремлені відповідно до критеріїв сегментації. Мікросегментами в міжнародному маркетингу вважаються групи споживачів на цільовому зарубіжному ринку, які демонструють різну споживчу поведінку (вимоги, мотиви, переваги тощо) відносно товарів (послуг) фірми [11, с. 178].

Індивідуалізований маркетинг, представниками якого є Ієн Лінтон, Дон Пеппер та Марта Роджерс [14, с. 260], висуває питання щодо можливості відходу маркетингу від ключової концепції "сегментування" в бік одного клієнта як самостійного ринкового сегмента. Як індивідуалізований маркетинг, так і маркетинг сегментів мають певні переваги та недоліки для споживачів і підприємств (табл. 1). Індивідуалізований маркетинг застосовується значно рідше, що обумовлено не тільки значними витратами виробників, а й неготовністю споживачів пред'явити індивідуалізовані потреби.

Таблиця 1

Основні переваги та недоліки індивідуалізованого маркетингу та маркетингу сегментів для споживачів та підприємств [10; 15; 23]

Для споживачів		Для підприємств
Індивідуалізований маркетинг		
Переваги	отримання індивідуалізованого продукту; задоволення нестандартних потреб	можливість моніторингу змін запитів клієнтів; можливість вчасного реагування на виявлені зміни запитів клієнтів; шанс перетворення клієнта у прихильника торговельної марки
Недоліки	певна ризикованість мати індивідуалізований продукт; відсутність порівнянь ("випадіння" із сегмента)	значні витрати на створення даних і роботу в діалоговому режимі; значні витрати на індивідуалізацію товару
Маркетинг сегментів		
Переваги	швидкість і зручність отримання інформації за рахунок вибору виробником адекватних каналів її поширення; спрощення процесу вибору за рахунок синтезування інформації; можливість придбання більш адаптованої до потреб сегмента продукції	можливість систематизовано відобразити ринкові реалії; можливість організації виробництва продукції (послуг), що відповідають очікуванням сегмента; отримання орієнтирів для створення дієвого маркетингового комплексу; отримання інформації (ідей) для створення довгострокових конкурентних переваг
Недоліки	виробники не встигають змінювати (вдосконалювати) товари і послуги відповідно до змін потреб сегмента; небажання належати до уніфікованого сегмента	"плавання" сегментів, неможливість вчасно реагувати на зміни їх параметрів; міжсегментна міграція; складність маркетингових досліджень у сфері ринкової сегментації; дескриптивний характер результатів досліджень

Не існує єдиного підходу до процедури здійснення сегментації споживчого ринку. На думку Т. Циганкової, сегментація ринку складається з таких стадій, як: визначення необхідності та можливості сегментації; вибір критерію сегментації; виділення груп споживачів (країн) за однією або декількома ознаками, визначення розміру сегмента та його ринкового потенціалу; прогноз можливої частки ринку; дослідження балансу "можливості фірми – вимоги сегмента"; оцінка ефективності та остаточний вибір сегмента; побудова відповідних маркетингових стратегій і програм, орієнтованих на освоєння (утримання, розвиток) сегментів.

У процесі сегментації С. Дібб та Л. Симкін [5, с. 25] виокремлюють три взаємопов'язані етапи, що полягають у виявленні ознак сегментації та складанні профілів уже існуючих і нових сегментів, виборі цільових сегментів, позиціонуванні продуктів компанії та розробці відповідного комплексу маркетингу.

Американські дослідники Дж. Еванс і Б. Берман розглядають шість послідовних етапів сегментації: визначення характеристик і вимог споживачів до типу товарів і послуг підприємства; аналіз відмінностей і загальних рис споживачів; розробка профілів груп споживачів; вибір споживчого сегмента або сегментів; позиціонування, створення відповідного маркетингового плану [1, с. 132].

Сегментація ринку в загальному вигляді має проводитись підприємством шляхом послідовної реалізації шести етапів (рис.1). Отже, доцільно дотримуватись підходу, запропонованого Ж.-Ж. Ламбенем, який спирається на проведення макросегментації для виявлення цільового ринку та мікросегментації для визначення цільового сегмента підприємства.

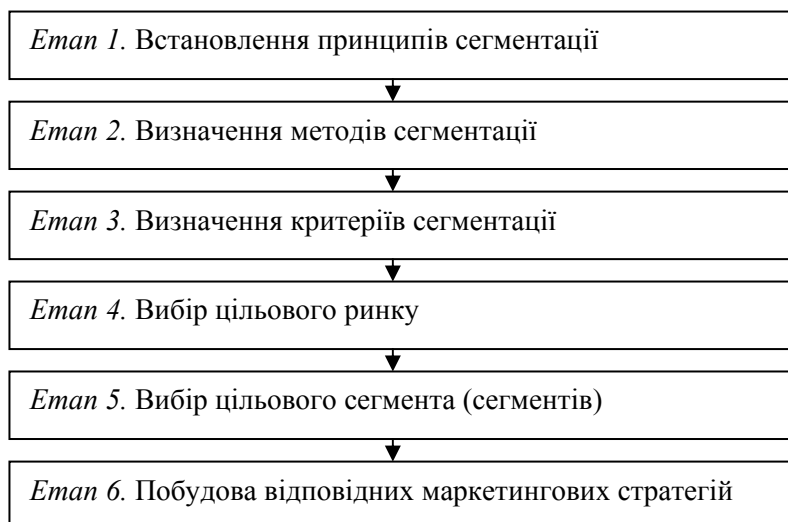


Рис. 1. Етапи сегментації ринку

Для проведення успішної сегментації ринку необхідно застосовувати апробовані практичною діяльністю принципи: різниця між сегментами, схожість між споживачами, значний розмір сегмента, вимірюваність характеристик споживачів, досяжність споживачів.

Чітких правил і визначених методів сегментації світового ринку не існує. Найбільш поширеними методами сегментування ринку є метод групування за однією чи декількома ознаками та методи багатомірного статистичного аналізу. При виборі критеріїв сегментації необхідно проводити межу між критеріями сегментації ринків споживачів товарів та продукції виробничого призначення. Існує багато класифі-

кацій змінних сегментації. Найчастіше підприємствами використовуються критерії, наведені на *рис. 2*.



Рис. 2. Критерії сегментації споживчих ринків [11; 15; 16]

Згідно з Д. Ейбеллом, цільовий ринок фірми може бути визначений за трьома вимірами: технологічним, що описує технології, які здатні задовольнити споживачів на ринку; функціональним, що визначає функції, які повинні бути задоволені на цьому ринку; споживчим, що обумовлює групи споживачів, які можуть бути задоволені на цьому ринку [17].

Вибір цільового сегмента здійснюється на основі критеріїв сегментації споживчого та промислового ринків. Стратегія сегментації (за умови правильної організації та ретельного проведення сегментації) дозволяє підприємству вивчити групи наявних і визначити групи потенційних споживачів, ідентифікувати ключові чинники успіху на обраних ринках, визначити сучасні та потенційні конкурентні переваги.

Основна аудиторія ринку елітних меблів в Україні не менша, ніж в інших державах. Однорідність цільової групи споживачів, яка досягається за рахунок проведення сегментації, забезпечує одержання цільового прибутку, а сегментація дає змогу зосередити зусилля на найприбутковіших групах споживачів, що дуже важливо в умовах обмежених ресурсів.

На думку М. Власової, щоб вважатися справді елітним товаром (або послугою), марка повинна існувати у двох вимірах: марнотратства і мрії. *По-перше*, елітний товар повинен мати надвисоку ціну порівняно з аналогічними товарами неелітних марок. *По-друге*, елітний товар має бути необов'язковим, тобто ціна товару не повинна визначатися його функціональністю. Це і є "вимір марнотратства" [18].

Таким чином, для споживачів елітних меблів надзвичайно важливим суб'єктивним аспектом споживання є імідж, самопрезентація за допомогою розкішної речі, "магічний" вплив брэнда. Проте значним важелем для споживачів залишається фактор якості товару та високий рівень обслуговування.

Зважаючи на неможливість сегментувати ринок за потребами споживачів, необхідно зосередити основну увагу на пошуку таких характеристик суб'єктів ринку, які найтісніше пов'язані з потребами та споживанням. Однак попит на цей товар досі залишається незадоволеним. Отже, необхідно дослідити основні характеристики споживачів: дохід населення, стать, вік, сімейний стан, вид діяльності.

Результати аналізу доходів населення України, за даними Держкомстату України за 2000–2008 рр., свідчать про їх зростання (рис. 3).

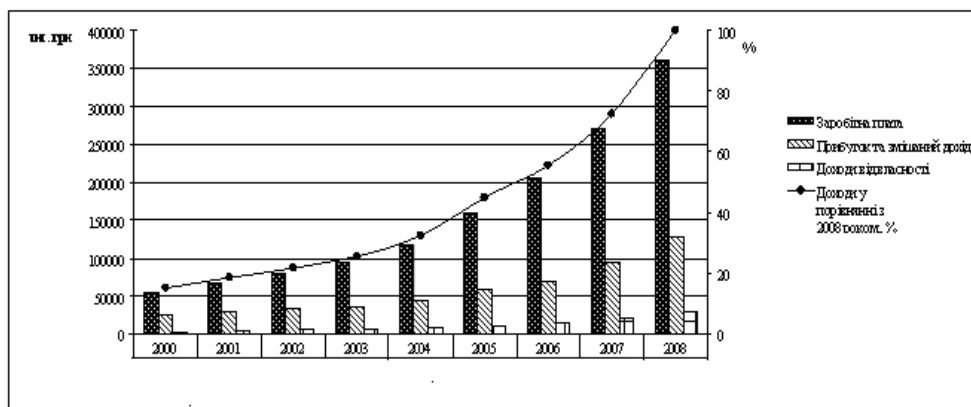


Рис. 3. Динаміка доходів населення України у 2000–2008 рр. [19]

Доходи населення України у 2008 р. порівняно з 2007 р. зросли на 27.7 %. Найістотніше значення у формуванні доходів має заробітна плата. Реальна заробітна плата в 2008 р. порівняно з 2006 р. зросла на 43.05 %. За п'ять років (2003–2008 рр.) доходи зросли на 74.63 % [19].

Підвищення добробуту населення зумовлює збільшення платоспроможного попиту на меблі елітного класу. Крім того, зростає кількість заможного населення, що може собі їх дозволити. За даними Державної податкової адміністрації України, річний дохід у розмірі понад 1 млн грн, за підсумками 2005 р., задекларували 5708 українців (у столиці – 726 осіб). Мільйонні доходи у 2005 р. одержали не тільки власники підприємств, а й менеджери вищого рівня, керівники вітчиз-

няних інвестиційних фондів і консалтингових компаній, фахівці з надання послуг щодо продажу іноземцям українських банків. У 2007 р. офіційних мільйонерів було вже 7044 особи, а в 2008 р. – 7423 особи. Найбільший дохід за 2008 р. задекларований у сумі 600 млн грн. При цьому загальний задекларований дохід по Україні став менше. За 2007 р. українці подали декларації на 30.2 млрд грн, за 2008 р. – на 22.1 млрд грн, що на 27 % менше. Загальні статки 300 багатих людей становлять понад 50 млрд доларів США на червень-липень 2009 р., що складає приблизно 40 % ВВП 2008 р. або 166 % держбюджету України на 2009 р. [20].

За даними інвестиційної компанії *Phoenix Capital*, у кожному регіоні України є мінімум два мільйонери, найбільша їх кількість у Києві й області – 118 осіб. Основний вік українських мільйонерів – від 41 до 50 років, основний вид діяльності – харчова промисловість, а також будівництво, сільське господарство, фінансовий ринок, машинобудування, металургія [21].

Крім основної аудиторії, існують ще й ті, хто мріє про володіння меблями класу "люкс", але рідко купує елітні товари. Це так званий "середній клас".

Аналіз результатів дослідження компанії *Ipsos France* свідчить, що купівля елітних меблів не є прерогативою чоловіків або жінок. І жінки, і чоловіки однаково часто відвідують спеціалізовані салони і купують елітні меблі, відповідно 52 та 48 % [22]. Типові покупці елітних меблів – сім'ї, що живуть окремо від батьків та інших родичів, вік подружжя – від 31 до 35 років. Наступний пік активності – 36–40 років. Це практично ті ж сім'ї, тільки через декілька років (рис. 4).

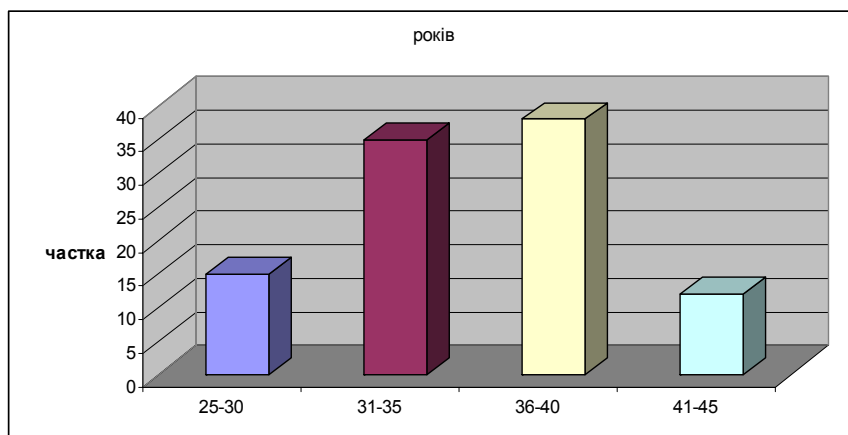


Рис. 4. Сегментація ринку елітних меблів за віком споживачів, % [22]

У середньому в сім'ях респондентів від 2 до 4 осіб. Тобто, незважаючи на те, що 23 % учасників дослідження неодружені (незаміжні), більшість з них живе громадянським шлюбом або з власними дітьми,

справжні "одинаки" становлять лише 9 %. Більше половини має одного або двох дітей, 45 % живуть без дітей (або ще їх не мають, або діти вже виросли й живуть окремо) (рис. 5).

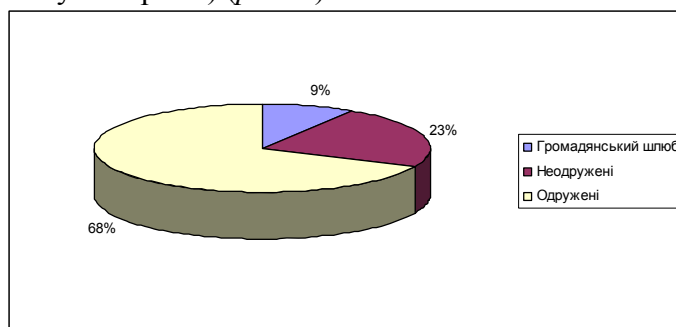


Рис. 5. Сегментація ринку елітних меблів за сімейним станом споживачів [22]

Отже, сегментацію елітних меблів необхідно проводити за такими основними критеріями, як технологічні особливості меблів та їх економічні характеристики. Основним економічним критерієм обрано ціну меблів, а технологічними – основний і допоміжний матеріал із якого вироблено меблі, ступінь автоматизації виробництва, серійність меблів, гарантійні умови, післяпродажне обслуговування, додаткові послуги. Відповідно до цих критеріїв виокремлено сегменти елітних меблів (табл. 2).

Таблиця 2

Критерії сегментації ринку елітних меблів

Показники		Сегменти елітних меблів		
		бізнес-клас	преміум-клас	люкс-клас, (<i>luxury, vip</i>)
Технологічні	Основний матеріал	Деревозамінники, МДФ, ДСП	Деревина м'яких сортів, натуральна шкіра	Деревина твердих сортів
	Допоміжні матеріали	Шкірозамінники	Шкіра, натуральні тканини	Шкіра, натуральні тканини, кольорові метали для обробки
	Ступінь автоматизації виробництва	Автоматизоване виробництво	Ручна праця, часткова автоматизація	Ручна праця відомих меблевих майстрів
	Серійність	Серійні меблі	Дизайнерські розробки	Ексклюзивні дизайнерські рішення
	Гарантія, років	1–2	5–8	15–20
	Післяпродажне обслуговування	Відсутнє	Упродовж строку гарантії + 5 років	Упродовж строку гарантії + 25 років
	Додаткові послуги	–	–	Інкрустація, різьблення, мозаїка, ручний розпис, ручна вишивка
Економічні	Ціна	до 3 тис. доларів США	від 10 до 15 тис. доларів США	від 15 до 100 000 тис. доларів США

Для споживачів меблів бізнес-класу важливим є достойний рівень стилістики, дизайну, функціональність меблів та їх ціна, а для споживачів меблів преміум-класу важлива оцінка інших. Метою споживачів люкс-класу є отримання максимально персоніфікованого продукту. Рівень якості в обох сегментах априорі дуже високий. Однак клас "люкс" не може продемонструвати "статус", тому що він максимально персоніфікований. Меблі класу "люкс" виробляються для конкретного клієнта з метою задоволення його індивідуальних потреб, а відтак, вони не можуть бути відомі.

Потрібно наголосити й на тому, що неможливо скористатися масовими каналами комунікацій для гранично малих партій продуктів. Як тільки партія продукту "зростає" до розмірів комунікацій – втрачається персоніфікація. Однак з'являється "статус", що характерно для преміум-сегмента, де головною для власника є оцінка інших.

Межа між меблями класу "преміум" і "люкс" визначається ступенем популярності продукту і торгової марки. У графічному вигляді – це крива, яка зростає від "0" через бізнес-сегмент, досягає піку в преміум-сегменті і стрімко спадає (майже вертикально вниз) у люкс-сегменті. Це пояснюється тим, що для споживачів меблів преміум-сегмента важливо продемонструвати належність до вищих рівнів соціальної ієрархії, а для споживачів класу "люкс" важлива і функціональна роль – забезпечувати затишок і комфорт у будинку.

Відмінність споживачів меблів класу "люкс" від споживачів преміум і бізнес-продуктів – у досвідченості та безкомпромісності споживання: "те, що краще всього підходить мені і те, що просто краще всього". Саме тут і існує "простір" для люкс-виробників і торговців – обмежена серйозними вимогами ніша, вхідний бар'єр до якої вкрай високий.

Меблі бізнес-сегмента, навпаки, мають задовольняти життєво необхідні потреби на певному рівні, який за своїми стилістичними, якісними і споживчими характеристиками більше тяжіє до елітної продукції, ніж до меблів середнього класу.

Отже, виробники елітних меблів і торговельні підприємства мають орієнтуватися на смаки і потреби своїх споживачів. Сьогодні дизайнери вже не прагнуть екстремальної новизни форм, а намагаються зробити стильні, красиві меблі максимально ергономічними. З цією метою застосовуються нові креативні рішення й актуалізуються зразки класичного дизайну. У виробництві елітних меблів вартість матеріалів і трудовитрат вторинна, важливий лише бездоганний результат.

На основі викладеного можна зробити певні висновки. Під сегментацією споживчого ринку слід розуміти процес ідентифікації специфічних сегментів потенційних споживачів у вигляді групи країн або груп індивідуальних покупців з однаковими характеристиками, що з великою вірогідністю продемонструють схожу поведінку при купуванні товарів.

На протипагу маркетингу сегментів, індивідуалізований маркетинг розглядає одного клієнта як самостійний ринковий сегмент; обидві концепції мають переваги та недоліки для споживачів і підприємств.

У результаті аналізу теоретичних підходів до процедури здійснення сегментації споживчого ринку встановлено, що єдиної схеми не існує. Запропоновано такі загальні етапи цього процесу: встановлення принципів сегментації, визначення методів сегментації, визначення критеріїв сегментації, вибір цільового ринку та цільового сегмента (сегментів), побудова відповідних маркетингових стратегій.

Ринок елітних меблів в Україні стрімко розвивається незалежно від впливу негативних наслідків світової фінансово-економічної кризи. Серед основних споживачів – власники підприємств, менеджери вищого рівня, керівники українських інвестиційних фондів і консалтингових компаній – мільйонери, віком від 36 до 50 років. Основний вид діяльності споживача – харчова промисловість, будівництво, сільське господарство, фінансовий ринок, машинобудування, металургія. Це, зазвичай, сім'ї з 2 – 4 осіб, що живуть окремо від батьків та інших родичів. Споживчий ринок елітних меблів за технологічними особливостями меблів та їх економічними характеристиками складається з сегментів "бізнес-клас", "преміум-клас", "люкс-клас". Отже, актуальним є подальше дослідження цього ринку, оцінка ефективності існуючих та обґрунтування інноваційних й удосконалених маркетингових технологій торговельних підприємств, формування стратегічної орієнтації всієї маркетингової діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс. — М. : Вильямс, 2003. — 400 с.
2. Воронина Д. Е. Сегментация рынка промышленной продукции и технологических услуг в задачах регионального субконтрактинга на базе официальной статистики / Д. Е. Воронина [и др.] ; Центр стратегического анализа общественных процессов. — СПб. : Центр стратегического анализа общественных процессов, 2007. — 350 с.
3. Гречков В. Ю. Сегментирование рынка : [учеб. пособ. для студ. ст. курсов и магистратуры фак. МБДА, а также для слушателей президент. Программы] / В. Ю. Гречков. — М. : МГИМО, 2004. — 260 с.
4. Демихов В. Ю. Сущность, факторы и виды сегментирования рынка в маркетинге зарубежных компаний / В. Ю. Демихов. — М. : Макс Пресс, 2005.
5. Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка: цели, анализ, стратегии / Салли Дибб, Линдон Симкин ; [пер. с англ. С. Жильцов]. — СПб. : Питер, 2002. — 390 с.
6. Зозулёв А. В. Сегментирование рынка : [учеб. пособ. для студ. вузов] / А. В. Зозулёв. — Х. : Студцентр, 2003. — 270 с.

7. *Костерин А. Г.* Практика сегментирования рынка: Планирование сегментов. Сбор данных. Позиционирование / А. Г. Костерин [и др.]. — СПб. : ПИТЕР, 2002. — 270 с.
8. *Крофт М. Дж.* Сегментирование рынка: Пошаговое руководство по созданию прибыли бизнеса / М. Дж. Крофт. — СПб. : Питер, 2001. — 250 с.
9. *Осипов Н. А.* Организация маркетинга и выбор рыночных сегментов : [учеб. пособ. для высш. учеб. завед.] / Н. А. Осипов [и др.]. — М. : Юпитер, 2005. — 290 с.
10. *Рычкова Н. В.* Особенности маркетинговых инноваций : учеб. пособие по спец. "Маркетинг" / Рычкова Надежда Васильевна. — М. : КНОРУС, 2005. — 226 с.
11. *Циганкова Т. М.* Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології / Т. М. Циганкова. — К. : КНЕУ, 2004. — 400 с.
12. *Шеремет Д. А.* Маркетинговый анализ конкурентных позиций в сегменте рынка и оценка потребительского спроса / Д. А. Шеремет. — М. : Макс Пресс, 2008. — 385 с.
13. *Попов Е. В.* Сегментация рынка / Е. В. Попов // Маркетинг в России и за рубежом. — 2000. — № 2.
14. *Линтон Й.* Маркетинг по базам данных / Йен Линтон. — Минск : Амалфея, 2003. — 159 с.
15. *Новицкий В. Е.* Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг / Новицкий Валерий Евгеньевич. — К., 1994. — 190 с.
16. *Макдоналд М.* Сегментирование рынка : практ. рук. / М. Макдоналд ; пер. с англ. [2-е изд.]. — М. : Дело и сервис, 2002. — 300 с.
17. *Abell D. E.* Defining the business: the starting point of strategic planning. engiewood cliffs / D. E. Abell. — NJ. : Prentice-Hall, 1980. — 450 p.
18. *Офіційний сайт* Інтернет-порталу для управлінців [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.manadgement.com.ua>.
19. *Офіційний сайт* Держкомстату України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
20. *Офіційний сайт* Державної податкової адміністрації України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.sta.gov.ua>.
21. *Офіційний сайт* Незалежної інвестиційної компанії з надання аналітичних послуг Phoenix-Capital [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.phoenix-capital.com.ua>.
22. <http://www.ipsos.fr>.

УДК 336.77:334.72

ЕФЕКТИВНІСТЬ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОЇ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

БЕРЕЖНИЦЬКА У., заступник директора Регіонального
фонду підтримки підприємництва
по Івано-Франківській області

Мале підприємництво (МП) не даремно вважають окремим "малим" сектором ринкової економіки, а державну політику сприяння його розвитку – цілісною системою державного регулювання. Основним інструментом впровадження такої політики є державні програми підтримки МП. Бюджетні програми сприяння розвитку малого бізнесу, відповідно до визначеної мети й завдань, містять перелік заходів із зазначенням їх виконавців; є обмеженими в часі та щодо їх фінансового забезпечення.

Природа економіки полягає в обмеженості ресурсів і породжує вимогу їх найбільш ефективного перерозподілу й використання. Саме тому в ринковій економіці закономірно виникає усвідомлення того, що держава повинна обережно ставитись до управління залученими ресурсами приватного сектора. Тим більше, що в контексті фінансового забезпечення державних програм підтримки МП йдеться про використання *бюджетних* коштів, тобто фінансових ресурсів платників податків.

Слід погодитись із твердженням, що ефективність програми взагалі є її найголовнішою метою [1]. Ефективна програма реально допомагає суб'єктам МП і тим самим сприяє збільшенню довіри населення до державної влади. Ефективна програма має й кумулятивний ефект – розвиток малого бізнесу поповнює бюджет, а приріст надходжень дозволяє в подальшому посилити державну політику підтримки МП і так до тих пір, поки не буде досягнуто потенційно можливого рівня.

Принцип ефективності [2] державної програми полягає в досягненні запланованих цілей при залученні мінімального обсягу бюджетних коштів та досягненні максимального результату при використанні визначеного бюджетом обсягу коштів. Саме тому при оцінці ефективності державних програм підтримки МП, в тому числі в напрямі його фінансово-кредитного сприяння, доцільно розглядати не лише отримані результати від реалізації заходів програм, а проводити їх співставлення з обсягом спрямованих бюджетних коштів на виконання таких заходів.

Згідно з Бюджетним кодексом України [3] контроль за цільовим та ефективним використанням коштів державного та місцевих бюджетів здійснюють органи Державної контрольно-ревізійної служби України. Однак не слід забувати, що *цільове* використання коштів на реалізацію бюджетної програми не обов'язково забезпечує *ефективність*. Тобто навіть належним чином використавши бюджетні кошти на впровадження програми, можна при цьому не досягти очікуваного позитивного ефекту. При оцінюванні ефективності виконання заходів державних програм підтримки МП проблема полягає в тому, що не існує для цього загальноприйнятих, чітко визначених критеріїв, тому будь-який суб'єкт аналізу в праві самостійно їх відбирати і не завжди такий підбір виявляється вдалим.

Отже, потрібно розробити й запропонувати систему критеріїв для визначення ефективності виконання заходів державних програм підтримки МП в напрямі фінансово-кредитного сприяння; а також, на прикладі досвіду впровадження бюджетних програм фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу в Івано-Франківській області, наглядно відобразити використання переліку результативних показників при оцінці ефективності заходів цих програм.

Як уже зазначалось, в Україні не застосовується уніфікований перелік критеріїв ефективності виконання заходів програм підтримки МП, а чинне законодавче поле стосовно цього питання потребує вдосконалення. Наприклад, Методичними рекомендаціями щодо проведення аудиту ефективності виконання бюджетної програми [2] передбачено, що за відсутності чітко визначених результативних показників бюджетної програми органи державної контрольно-ревізійної служби, уповноважені на проведення аудиту ефективності такої програми, разом із головним розпорядником коштів визначають найбільш значущі звітні дані про надані послуги, виконані роботи, реалізований продукт або фінансовий результат, що можуть характеризувати досягнення мети бюджетної програми. Таким чином, першочерговою проблемою залишається відсутність єдиного підходу й рекомендацій щодо відбору критеріїв. Адже, за таких умов, у різних регіонах України при визначенні критеріїв оцінки ефективності певних регіональних та місцевих програм можуть використовуватись показники, що кардинально відрізнятимуться, хоча за своїм призначенням повинні висвітлювати одне і те ж явище. Це не лише спотворює статистичні дані щодо виконання державних програм, а й позбавляє реалізацію таких програм будь-якого сенсу, оскільки можлива ситуація, що за одними критеріями оцінки досягнути мети програми вдалось, а за іншими – ні.

Деякі експерти [1] поділяють критерії оцінки ефективності державної програми підтримки малого бізнесу на три рівні. У рамках цього дослідження увага буде зосереджена на критеріях другого рівня, які відображають ефективність виконання заходів у межах основних

напрямів Національної програми сприяння розвитку МП [4]. Зокрема, в напрямі *активізації кредитно-фінансової та інвестиційної підтримки МП* в якості таких критеріїв пропонувались: кількість кредитів, отриманих суб'єктами МП; кількість інвестиційних проектів суб'єктів МП, до яких надійшли інвестиції; відсоток неповернення кредитів суб'єктами МП та оцінка суб'єктами МП доступності фінансових ресурсів.

Згідно з рекомендаціями Міністерства економіки України [5] щодо порядку розроблення регіональних цільових програм, моніторингу та звітності про їх виконання результативні показники програми поділено на чотири групи:

- показники витрат – ресурсне забезпечення програми, визначають обсяги і структуру ресурсів, які забезпечують виконання програми;
- показники продукту – це, зокрема, кількість користувачів товарами (роботами, послугами), виробленими у процесі виконання програми, які використовуються для оцінки досягнення цілей програми;
- показники ефективності – визначаються як співвідношення кількості вироблених товарів (виконаних робіт, наданих послуг) до їх вартості в грошовому або людському вимірі (витрати ресурсів на одиницю показника продукту);
- показники якості – відображають якість вироблених товарів (виконаних робіт, наданих послуг) і оцінюють їх за результатами досягнення ними своєї мети або виконання завдання.

Отже, відповідно до цього поділу кількість користувачів товарами (роботами, послугами), що забезпечено в процесі виконання програми, віднесено до показників продукту, а показники *ефективності* регіональної програми визначаються як співвідношення кількості вироблених товарів (виконаних робіт, наданих послуг) до їх вартості в грошовому або людському вимірі. Таким чином, для ґрунтовної оцінки ефективності виконання бюджетної програми доцільно проводити аналіз усього *комплексу* показників (як показників витрат та продукту, так і показників ефективності та якості), але їх слід чітко розрізняти (наприклад, показники продукту – від показників ефективності).

При оцінці ефективності виконання заходів державних програм фінансово-кредитної підтримки МП скористаємось рекомендацією Мінекономіки щодо поділу результативних показників на показники витрат, показники продукту, показники ефективності та показники якості, оскільки таке групування є досить вдалим. У цьому випадку можна запропонувати перелік результативних показників оцінки ефективності виконання заходів бюджетних програм у напрямі фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу, що наведений нижче.

Показники витрат (зазначаються орієнтовні обсяги фінансових ресурсів, необхідних для виконання заходів фінансово-кредитної підтримки МП в цілому та диференційовано за роками із визначенням джерел фінансування):

- загальний обсяг коштів, спрямованих на виконання заходів підпрограми фінансово-кредитної підтримки МП (слід подати із відображенням структури джерел фінансування та в розрізі за роками);
- структура спрямування бюджетних коштів у розрізі окремих програм (заходів) фінансово-кредитної підтримки МП.

Показники продукту (рекомендується наводити кількість одиниць наданої фінансово-кредитної підтримки МП залежно від заходів програми), а саме:

- кількість наданих пільгових кредитів суб'єктам МП за рахунок бюджетних коштів;
- кількість наданих фінансових поручительств (гарантій) за кредитами для суб'єктів МП;
- кількість кредитів у банківських установах, за якими здійснюється часткове відшкодування відсоткових ставок за рахунок бюджетних коштів та ін.

Показники ефективності (в основному доцільно розглядати співвідношення обсягу фактично отриманої суб'єктами МП фінансової підтримки до обсягу спрямованих на це бюджетних коштів. Таким чином, матимемо змогу побачити який обсяг фінансових ресурсів можна забезпечити для суб'єкта малого бізнесу за одну гривню вкладених коштів бюджету. Крім того, за пропонованою методикою Мінекономіки, слід оцінювати витрати ресурсів на одиницю продукту та проводити порівняння таких показників для різних заходів фінансово-кредитної підтримки МП). Отже, в якості показників можна запропонувати:

- відношення обсягу фактично отриманої суб'єктами МП фінансової підтримки до обсягу спрямованих на це бюджетних коштів (показник слід розраховувати окремо для кожного заходу фінансово-кредитної підтримки);
- собівартість одиниці продукту (витрати ресурсів на одиницю показника продукту) – визначається як відношення обсягу спрямованих бюджетних коштів на окрему програму фінансово-кредитної підтримки до кількості наданих суб'єктам МП одиниць такої підтримки за цією програмою (середня вартість одного пільгового кредиту, середня вартість одного фінансового поручительства (гарантії), середня вартість однієї програми компенсації відсотків за кредитами для одного позичальника тощо).

Показники якості (наводяться результативні показники профінансованих за рахунок бюджетних коштів проектів суб'єктів МП):

- кількість створених нових робочих місць за рахунок профінансованих підприємницьких проектів;
- кількість збережених існуючих робочих місць за рахунок профінансованих підприємницьких проектів;
- збільшення обсягу виробництва продукції (надання послуг) суб'єктами МП, проекти яких підтримано;
- сума сплачених до бюджетів різних рівнів податкових платежів суб'єктами МП, що отримали фінансово-кредитну підтримку.

Потрібно зауважити, що всі показники обов'язково слід досліджувати в динаміці, а також щодо виконання їх планових значень. На основі зазначених результативних показників бюджетних програм у напрямі фінансово-кредитної підтримки МП можна вести облік та оцінювати не лише ефективність використання коштів на виконання заходів таких програм, а й визначати соціально-економічний ефект від їх впровадження.

На прикладі Івано-Франківської області можна представити механізм визначення ефективності впровадження програм фінансово-кредитного сприяння розвитку малого бізнесу (на основі даних про виконання Регіональним фондом підтримки підприємництва (РФПП) [6] підпрограм фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки МП Регіональних програм підтримки МП у 2001–2008 рр. [7]).

Спочатку слід розглянути загальне спрямування коштів на фінансування заходів Регіональних програм підтримки МП (*рис. 1*), а також дослідити їх структуру в розрізі окремих підпрограм (*рис. 2*). Загальний обсяг фінансування заходів Регіональних програм сприяння розвитку малого бізнесу через РФПП постійно зростає. Якщо у 2001 р. цей показник становив 106 тис. грн, то у 2008-му його значення вже наблизилось до 2 млн грн (на 23 % більше, ніж у попередньому році). Потрібно відзначити, що показник обсягу фінансування заходів фінансово-кредитної підтримки МП зростає значно швидше порівняно із загальним обсягом фінансування всіх заходів програми і тим більше – із обсягом виділених коштів обласного бюджету на виконання цих заходів. Досліджуючи структуру обсягу фінансування заходів Регіональної програми (див. *рис. 2*), можна констатувати, що найбільшу питому вагу складає фінансування заходів саме фінансово-кредитної підтримки МП (частка коливається в межах від 92 до 97 %). Лише у 2001 та 2003 роках частка фінансування заходів фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу становила відповідно 47.17 та 43.04 % у загальному обсязі фінансування заходів програми. Це спричинене в основному малим обсягом фінансування і, як наслідок, неможливістю впроваджувати програми фінансово-кредитної підтримки МП у 2001

р., а також активізацією фінансування інших заходів програми у 2003-му (відкриття Консультаційного центру за рахунок коштів Державного бюджету, організація навчальних семінарів, тренінгів для підприємців тощо).

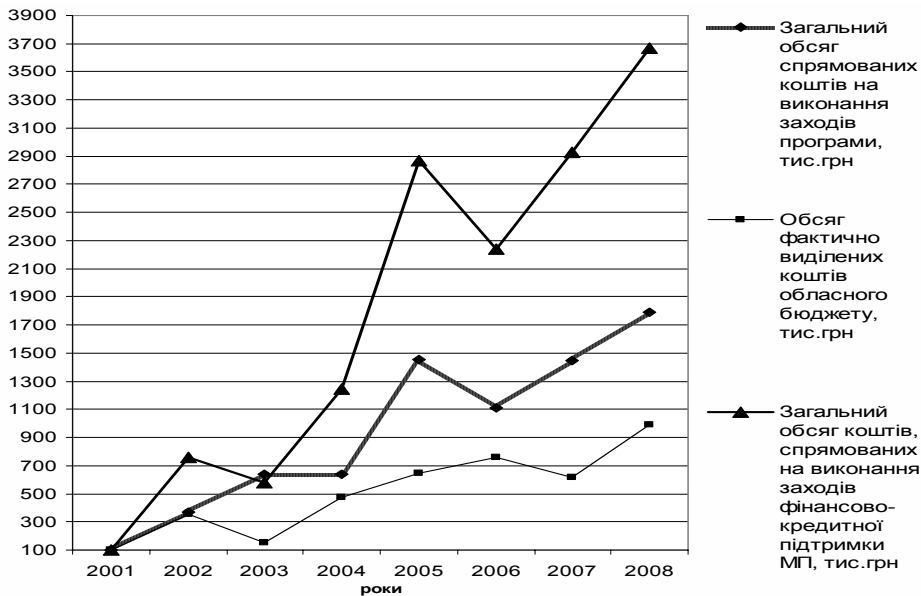


Рис. 1. Динаміка обсягів виділених коштів на виконання заходів Регіональної програми підтримки МП у 2001–2008 рр.

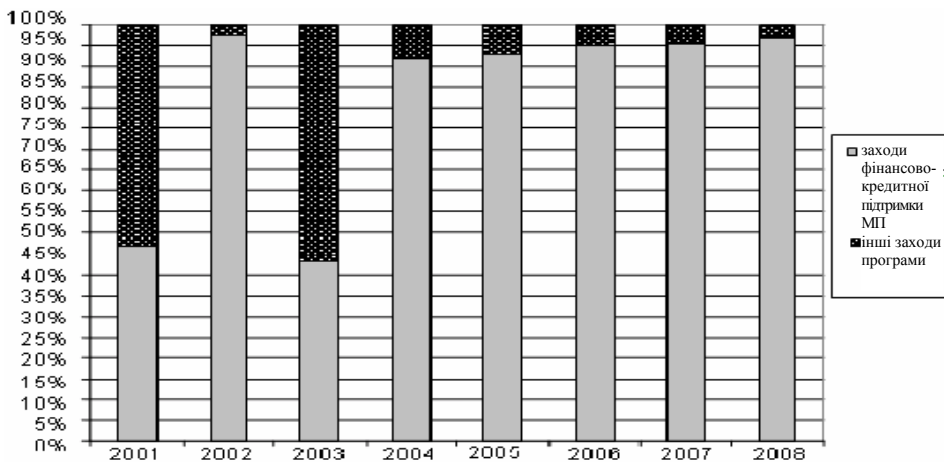


Рис. 2. Динаміка структури спрямованих коштів на виконання заходів Регіональної програми підтримки МП у 2001–2008 рр.

Отже, дослідження ефективності виконання заходів фінансово-кредитної підтримки МП є актуальним, адже обсяг їх фінансування з року в рік збільшується, а також становить найбільшу частку в

загальному обсязі спрямованих коштів на фінансування всіх заходів бюджетної програми. Саме тому, користуючись запропонованим переліком результативних показників, слід оцінити ефективність програм фінансово-кредитної підтримки МП в Івано-Франківській області у 2001–2008 р.

Показники витрат. Показник загального обсягу фінансування заходів фінансово-кредитної підтримки МП має тенденцію до зростання (якщо у 2001 р. спрямовано 50 тис. грн, то у 2008-му – 1.83 млн грн). У структурі обсягу коштів, спрямованих на виконання заходів фінансово-кредитної підтримки МП, у розрізі джерел фінансування (рис. 3) найбільшу частку (56.76 %) складають кошти обласного бюджету. Це цілком зрозуміле явище, оскільки основним джерелом фінансування Регіональної програми підтримки МП є фінансові ресурси обласного бюджету. Більш цікавим моментом є те, що до фінансування заходів бюджетної програми залучаються кошти інших учасників (банківських установ і кредитних спілок). У 2005 р. РФПП, в рамках виконання заходів Регіональної програми, запроваджено механізм поручительства (гарантування) кредитів для суб'єктів МП та мікрокредитування через місцеві кредитні спілки (питома вага коштів інших учасників програм фінансово-кредитної підтримки МП була найвищою за всі наступні роки і становила 21.53 %). Також позитивним моментом є спрямування на виконання заходів програм так званих "коштів рефінансування" (34.44 %). Це спричинене поворотністю бюджетних коштів, адже за діючими програмами раніше видані суб'єктам малого бізнесу фінанси повертаються і в подальшому спрямовуються РФПП на фінансування бюджетних програм.

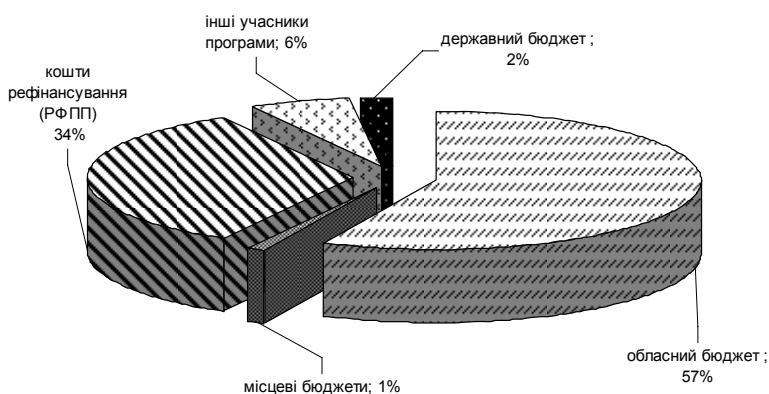


Рис. 3. Структура обсягу коштів, спрямованих у 2001–2008 рр. на виконання заходів фінансово-кредитної підтримки МП у розрізі джерел фінансування

Розглядаючи показники затрат, доцільно також дослідити структуру спрямування бюджетних коштів у розрізі окремих програм (заходів) фінансово-кредитної підтримки МП (рис. 4). Основу становить програма пільгового кредитування МП (85.68 %), яка впроваджується в Івано-Франківській області з 2001 р. Профінансувавши перший підприємницький проект у 2001 р. на суму 50 тис. грн, у 2008 р. вже було профінансовано 15 таких проектів на загальну суму 1.6 млн грн. Ознака повернення коштів забезпечує їх акумулювання та формування так званого "позикового фонду", за рахунок якого є можливість видавати кредити малому бізнесу на пільгових умовах. Як уже зазначалось, у 2005 р. введено в дію нові програми фінансово-кредитної підтримки МП: надання поручительства (гарантування кредитів) та мікрокредитування через кредитні спілки; а у 2007-му – часткове відшкодування відсоткових ставок за банківськими кредитами малого бізнесу.

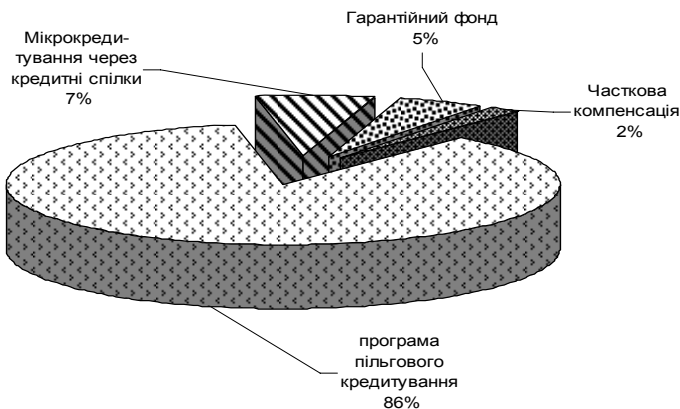


Рис. 4. Структура бюджетних коштів, спрямованих у 2001–2008 рр. на виконання заходів фінансово-кредитної підтримки в розрізі програм фінансування МП

Показники продукту. На території Івано-Франківщини впроваджується чотири бюджетні програми фінансово-кредитної підтримки МП. За 2001–2008 р. результативними показниками продукту (рис. 5) виступатимуть такі показники: надано 102 пільгових кредити суб'єктам МП за рахунок бюджетних коштів; надано 50 мікрокредитів через кредитні спілки; надано 1 фінансове поручительство за кредитами для суб'єктів МП; за 1 кредитом у банку здійснюється часткове відшкодування відсотків.

Слід наголосити, що кількість одиниць наданої фінансово-кредитної підтримки є важливим показником, на основі якого оцінюється досягнення цілей бюджетних програм. Найбільшу кількість підприємницьких проектів підтримано за різними програмами у 2005 та 2007 роках – 31 і 33 відповідно, у 2008 р. в межах виконання бюджетних програм фінансово підтримано 26 проектів суб'єктів МП.

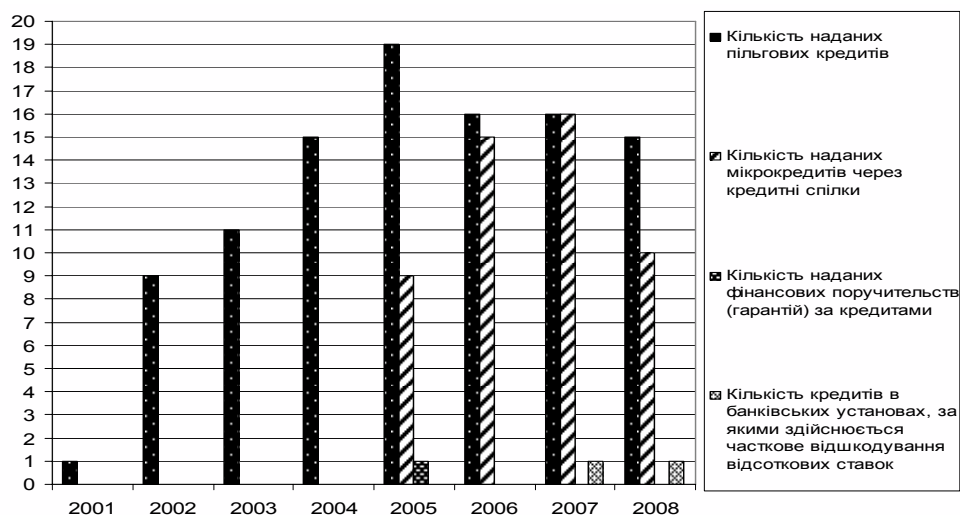


Рис. 5. Динаміка наданої фінансово-кредитної підтримки суб'єктам МП у 2001–2008 рр.

Показники ефективності умовно поділено на три групи (табл. 2). До першої групи віднесено показники, які відображають витрати ресурсів (бюджетних коштів) на одиницю показника продукту: якщо середня вартість одного пільгового кредиту для бюджету становить 60.42 тис. грн, то середня вартість одного мікрокредиту через кредитні спілки – 1.3 тис. грн. Щодо вартості одного фінансового поручительства (гарантії) та програми компенсації відсотків за кредитами для одного позичальника значення показників ефективності за цими програмами становили відповідно 70.0 і 69.8 тис. грн бюджетних коштів; однак тенденцію зміни цих показників досліджувати не доцільно, оскільки ці програми були пілотними (підтримано по одному підприємницькому проекту). Другу і третю групу показників ефективності розраховано із використанням даних Головного управління статистики в Івано-Франківській області [8]. Це результативні показники, які відображають скільки одиниць продукту припадає на 1 тис. малих підприємств області і на 1 тис. суб'єктів МП (включаючи фізичних осіб – підприємців). Наприклад, на 1 тис. малих підприємств припадає 1.72 пільгових кредитів, а в розрахунку на 1 тис. суб'єктів МП – лише 0.2 (ці значення є катастрофічно малими).

Окрему увагу слід приділити результативному показнику ефективності програм, що відображає співвідношення обсягу фактично отриманої суб'єктами МП фінансової підтримки до обсягу спрямованих на це бюджетних коштів (табл. 3). Саме цей показник відображає *ефективність* (за своєю суттю) використання коштів на виконання того чи іншого заходу програми.

Таблиця 2

Результативні показники ефективності виконання бюджетних програм фінансово-кредитної підтримки суб'єктів МП в Івано-Франківській області

Показник	Роки								Середньо-важливе значення
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
<i>I група</i>									
Середня вартість 1 пільгового кредиту, тис. грн	50.00	42.33	26.44	41.51	51.74	62.19	79.27	104.79	60.42
Середня вартість 1 мікрокредиту, тис. грн	0.00	0.00	0.00	0.00	5.56	1.00	0.00	0.00	1.30
Середня вартість 1 фінансового поручительства (гарантії), тис. грн	0.00	0.00	0.00	0.00	70.00	0.00	0.00	0.00	70.00
Середня вартість 1 програми компенсації відсотків за кредитами для позичальника, тис. грн	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	40.00	99.60	69.80
<i>II група</i>									
Кількість наданих пільгових кредитів на 1 тис. малих підприємств, од.	0.15	1.34	1.51	2.07	2.55	2.10	2.08	—*	1.72
Кількість наданих мікрокредитів через кредитні спілки на 1 тис. малих підприємств, од.	0.00	0.00	0.00	0.00	1.21	1.97	2.08	—*	1.85
Кількість наданих фінансових поручительств (гарантії) за кредитами на 1 тис. малих підприємств, од.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.13	0.00	0.00	—*	0.14
Кількість кредитів в банківських установах, за якими здійснюється часткове відшкодування відсоткових ставок, на 1 тис. малих підприємств, од.	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.13	—*	0.14
<i>III група</i>									
Кількість наданих пільгових кредитів на 1 тис. суб'єктів малого підприємництва, од.					0.33	0.25	0.24	—*	0.20
Кількість наданих мікрокредитів через кредитні спілки на 1 тис. суб'єктів малого підприємництва, од.					0.16	0.24	0.24	—*	0.21
Кількість наданих фінансових поручительств (гарантії) за кредитами на 1 тис. суб'єктів малого підприємництва, од.					0.02	0.00	0.00	—*	0.02
Кількість кредитів у банківських установах, за якими здійснюється часткове відшкодування відсоткових ставок на 1 тис. суб'єктів малого підприємництва, од.					0.00	0.00	0.02	—*	0.02

Примітка. * Показник не розраховано через відсутність даних офіційної статистики.

**Ефективність використання бюджетних коштів на програми
фінансово-кредитної підтримки МП**

Роки	Коефіцієнт ефективності використання бюджетних коштів, од.	У тому числі за програмами фінансово-кредитної підтримки			
		пільгового кредитування	мікрокредитування через кредитні спілки	гарантування кредитів	часткової компенсації відсотків
2001	1.00	1.00	–	–	–
2002	1.00	1.00	–	–	–
2003	1.00	1.00	–	–	–
2004	1.00	1.00	–	–	–
2005	1.30	1.00	1.79	5.14	–
2006	1.11	1.00	1.91	–	–
2007	1.12	1.00	2.38	–	1.00
2008	1.10	1.00	2.49	–	1.00
Усього	1.12	1.00	8.16	5.14	1.00

Отже, за програмами пільгового кредитування та часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами показник ефективності (мультиплікатор) за всі роки аналізованого періоду рівний одиниці, оскільки тут не присутній ефект мультиплікації – виділені кошти безпосередньо спрямовуються на фінансування підприємницького проекту або на компенсацію відсоткової ставки за кредитом. Найбільш ефективною програмою за цим показником є програма мікрокредитування через кредитні спілки, адже за нею не лише залучаються фінансові ресурси інших учасників програми, а й забезпечується високий рівень оборотності коштів. Однак найяскравіше відображає мультиплікаційний ефект програма надання поручительства (гарантування) кредитів. За цією програмою, спрямувавши 70 тис. грн бюджетних коштів, вдалось забезпечити отримання кредиту для суб'єкта МП у розмірі 360 тис. грн (мультиплікатор – 5.14).

Показники якості – результативні показники профінансованих за рахунок бюджетних коштів проектів суб'єктів МП (табл. 4). Програми фінансово-кредитної підтримки МП позитивно впливають на розвиток регіональної економіки, забезпечуючи отримання соціально-економічного ефекту від їх впровадження. Отже, спрямувавши на виконання програм у 2001–2008 рр. 7.2 млн грн, за рахунок підтриманих підприємницьких проектів вдалось: створити 792 нових робочих місця, зберегти 1132 існуючих; забезпечити сплату до бюджетів різних рівнів

податкових платежів у розмірі 5.9 млн грн. Потрібно зазначити, що показники якості є надзвичайно важливими результативними показниками, за якими здійснюється моніторинг реалізації підприємницьких проектів.

Таблиця 4

Результативні показники якості програми

Показник	Роки								Усього
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
Кількість створених нових робочих місць за рахунок профінансованих підприємницьких проектів	50	62	100	83	123	187	122	65	792
Кількість збережених існуючих робочих місць за рахунок профінансованих підприємницьких проектів	9	87	56	280	172	164	206	158	1132
Сума сплачених до бюджетів різних рівнів податкових платежів суб'єктами МП, що отримали фінансово-кредитну підтримку, тис. грн	438.22	646.70	425.37	760.47	1194.52	1064.80	1095.38	289.58	5915.04

Детально проаналізувавши всі результативні показники Регіональної програми підтримки МП у напрямі фінансово-кредитного сприяння, доцільно розглянути їх у комплексі (табл. 5), це дасть змогу порівняти окремі програми фінансово-кредитної підтримки малого бізнесу за ефективністю.

На виконання програми пільгового кредитування МП за 2001–2008 р. спрямовано найбільшу суму коштів – 6.2 млн грн. За рахунок цих коштів профінансовано 102 підприємницькі проекти, це дало змогу створити 730 нових робочих місць, зберегти 741 існуюче, а також забезпечити додаткові платежі до бюджету від діяльності суб'єктів МП, що отримали фінансово-кредитну підтримку, в розмірі 5.3 млн грн. Важливою перевагою цієї програми є забезпечення розвитку пріоритетних галузей економіки області, адже пільгові кредити надаються суб'єктам МП, які працюють саме в них.

Щодо програми мікрокредитування через кредитні спілки, потрібно відзначити низьку вартість одиниці продукту (для надання одного мікрокредиту потрібно спрямувати лише 1.3 тис. грн бюджет-

них коштів) та високу оборотність коштів (за 4 роки впровадження програми надано 50 мікрокредитів на загальну суму 530.5 тис. грн – близько одного мікрокредиту на місяць; мультиплікатор становить – 8.16). Ця програма забезпечує низький рівень соціально-економічного ефекту (створення робочих місць, платежі до бюджету), оскільки розрахована на "дрібних" суб'єктів МП (переважно підприємці – платники єдиного податку, що потребують термінових, "дешевих" кредитів невеликих розмірів – близько 10 тис. грн).

Таблиця 5

**Зведені результативні показники бюджетних програм
фінансово-кредитної підтримки МП
в Івано-Франківській області за 2001–2008 рр.**

Програми фінансово-кредитної підтримки МП	Показники витрат, тис. грн	Показники продукту, од.	Показники ефективності				Показники якості		
			Середня вартість одиниці продукту, тис. грн	Кількість одиниць продукту на 1 тис. малих підприємств, од.	Кількість одиниць продукту на 1 тис. суб'єктів малого підприємництва, од.	Мультиплікатор, од.	Кількість створених нових робочих місць, од. / місяць, од. / на одиницю продукту	Кількість збережених існуючих робочих місць, од. / на одиницю продукту	Сума сплачених податкових платежів, тис. грн / на одиницю продукту
Програма пільгового кредитування	6162.68	102	60.42	1.72	0.20	1.00	730/7	741/7	5270.4/ 51.67
Мікрокредитування через кредитні спілки	530.50	50	1.3	1.85	0.21	8.16	33/1	350/7	35.41/0.71
Фонд кредитних порук	360.00	1	70.00	0.14	0.02	5.14	5	15	148.00
Часткова компенсація відсотків	139.60	1	69.80	0.14	0.02	1.00	24	26	461.15
Усього / середнє значення	7192.78	154	41.80	0.96	0.11	3.83	792 /9	1132/14	5915.04/ 165.38

Окремо слід відзначити програму надання фінансового поручительства (гарантування кредитів), оскільки вона є найбільш ефективним і надзвичайно перспективним механізмом державної фінансово-кредитної підтримки МП. Вона дозволяє підтримувати високо-вартісні, значимі для розвитку економіки проекти суб'єктів МП, сприяючи при цьому незначний обсяг бюджетних коштів (у нашому

випадку мультиплікатор становить 5.14). Щодо програми компенсації відсотків за кредитами, то у випадку забезпечення поворотності коштів за цією програмою, можна теж констатувати її значимість, оскільки спостерігається позитивний соціально-економічний вплив від реалізації цієї програми.

Отже, у ході дослідження запропоновано результативні показники визначення ефективності державних програм фінансово-кредитної підтримки МП: показники витрат, що становлять загальний обсяг бюджетних коштів на виконання заходів програм; показники продукту, що складають основу для розрахунку потреби у бюджетних коштах на впровадження програм; показники ефективності, що розкривають досягнення економності бюджетних коштів на забезпечення одиниці продукту програми, а також відображають мультиплікаційний ефект, що забезпечує зростання вартості одиниці вкладених бюджетних коштів; і нарешті – показники якості, що дають можливість оцінити рівень досягнення поставлених програмних цілей.

Аналіз ефективності державних програм проводиться з метою розроблення обґрунтованих пропозицій щодо підвищення ефективності використання бюджетних коштів у процесі реалізації таких програм [9], а також для формування рекомендацій щодо доцільності продовження їх фінансування та виконання. Такий аналіз має значно більшу цінність, адже на його основі, в умовах обмеженості бюджетних коштів на виконання заходів програм підтримки МП, можна в подальшому пропонувати до фінансування найбільш ефективні з них; тобто ті, що забезпечують максимально можливий позитивний вплив на формування сприятливих умов для розвитку МП.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Ляпіна К. М.* Національна програма розвитку малого підприємництва: очікування – проблеми – перспективи : аналітичний документ для прийняття політичних рішень / К. М. Ляпіна, Д. В. Ляпін, С. М. Береславський. — К., 2001. — 60 с.
2. *Про затвердження* Методичних рекомендацій щодо проведення аудиту ефективності виконання бюджетної програми : наказ Головного контрольно-ревізійного управління України № 75 від 2 квіт. 2003 р. — Режим доступу : <http://www.uazakon.com/document/fpart96/idx96425.htm>.
3. *Бюджетний кодекс* України № 2542-III від 21 черв. 2001 р. / Верховна Рада України. — К. : Відом. Верховної Ради. — 2001. — № 37–38. — 189 с.
4. *Про Національну програму* сприяння розвитку малого підприємництва в Україні : Закон України № 2157-III від 21 груд. 2000 р. // Все про бух. облік. — 2000. — № 37.

5. *Про затвердження* Методичних рекомендацій щодо порядку розроблення регіональних цільових програм, моніторингу та звітності про їх виконання : наказ Міністерства економіки України № 367 від 4 груд. 2006 р. — Режим доступу : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=92210&cat_id=38738.
6. *Звітні* матеріали Регіонального фонду підтримки підприємництва по Івано-Франківській області. — Режим доступу : <http://www.rfpp.if.ua>.
7. <http://www.if.gov.ua>.
8. <http://www.stat.if.ukrtel.net>.
9. *Про затвердження* Порядку проведення органами державної контрольно-ревізійної служби державного фінансового аудиту виконання бюджетних програм : постанова Кабінету Міністрів України від 10 серп. 2004 р. № 1017 (із змін., внес. згідно з Постановою КМ № 361(361-2006-п) від 25 берез. 2006 р.). — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.



ФІНАНСИ ТА БАНКІВСЬКА СПРАВА

удк 330.131.7

БЮДЖЕТНИЙ РИЗИК: СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ, ФАКТОРИ РИЗИКУ

БУЛГАКОВА С., к. е. н., професор, зав. кафедри фінансів КНТЕУ
МИКИТЮК І., к. е. н., провідний економіст Міністерства фінансів
України

Ризик історично пов'язаний із суспільним розвитком. При формуванні товарно-грошових відносин ризик стає економічною категорією, яка розповсюджується на всі рівні господарювання і має суттєве значення в питаннях економіки та фінансів. Ризиком почали управляти, тобто прогнозувати розвиток ризикових подій і застосовувати заходи щодо зменшення втрат [1, с. 138].

В економічній теорії проблема ризику в підприємстві довгий час ігнорувалася. Неокласична теорія ХХ ст. досліджувала проблему розміщення ресурсів у ринковій економіці без урахування фактору ризику. Ризик як важливий супутник прийняття економічних рішень було визнано в економічній науці лише у 40-х роках ХХ ст. після виходу книги Дж. Фон. Неймана і О. Моргенштерна "Теорія ігор і економічна поведінка", в якій вперше було досліджено проблему максимізації корисності індивідуума і прибутку фірми з урахуванням фактору ризику [2, с. 689].

Імпульсом розвитку сучасних методик управління ризиками стало кількісне визначення ризику, яке дали на початку 80-х років ХХ ст. С. Каплан і В. Гаррік. Ризик, на їх думку, складається із трьох частин: опис сценарію, вірогідність цього сценарію і наслідки цього сценарію, при цьому наслідки можуть бути різні за одним і тим же сценарієм [3]. Водночас формувався процес управління ризиками, який складався із ідентифікації та оцінки ризиків, розробки відповідей і контролю [4]. Слід зазначити, що практика планування народного господарства і складання державного бюджету в СРСР брала до уваги ризик при формуванні резервів на рівні держави, міністерства, регіону,

галузі. У 90-х роках ХХ ст. змінилася концепція управління ризиками. Трансформація відбулася в бік розуміння значущості процесу управління ризиками, а не кількісного аналізу ризиків.

Із розвитком ринкових відносин зріс інтерес до питань впливу фінансового ризику на результати господарської діяльності, а теорія управління ризиками отримала свій подальший розвиток. У роботах О. Альгіна, І. Балабанова, І. Бланка, М. Єршової, С. Кошеленка, Д. Михайлової, І. Платонової, О. Ширинської та інших вчених відображено різні підходи до визначення фінансового ризику і методів управління ними.

Поняття "ризик" застосовується у різних контекстах, саме тому існує багато визначень цього терміну. Аналіз існуючих визначень дозволяє виокремити три основних підходи до визначення цієї категорії: у першому – ризик визначається як можливість втрат, як вірогідність понести збитки або упустити вигоду [5, с. 956]. Ризик – усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей у зв'язку з випадковими змінами умов [6, с. 396]. У другому – ризик – це атрибут прийняття рішення у ситуації невизначеності [7, с. 214]; у третьому – це ймовірність того чи іншого результату (отримати прибуток чи зазнати втрат) від реалізації певного господарського проекту чи операції, економічної діяльності через несприятливі обставини [8, с. 396]. Ризик завжди пов'язаний із втратами, отже, помилково визначати його як результат отримання прибутку.

У сучасній економічній науці проблема ризику в різних сферах економіки посідає одне із чільних місць. У теорії фінансів і на практиці можна виокремити такі економічні ризики: макроекономічні, мікроекономічні, фінансові, політичні. До макроекономічних можна віднести ризики, які пов'язані зі змінами у часі або макроекономічними показниками, наприклад, ризик вкладення капіталу в країну із високою політичною або економічною нестабільністю. Мікроекономічні ризики пов'язані з капіталовкладеннями в окремі види економічної діяльності, окремі виробництва, проекти.

На особливу увагу заслуговують фінансові ризики, адже будь-яка фінансова діяльність пов'язана з ризиком. К. Редхед і С. Хьюс визначають фінансовий ризик як можливість недоотримання прибутку або понесення збитків при здійсненні фінансових операцій [9, с. 13]. На думку І. Бланка, "фінансовий ризик підприємства являє собою результат вибору його власниками або менеджерами альтернативного фінансового рішення, спрямованого на досягнення бажаного цільового результату фінансової діяльності при ймовірності понесення економічного збитку (фінансових втрат) у силу невизначеності умов його реалізації [10, с. 21].

До системи фінансових ризиків належить значна кількість ризиків, що пов'язані із здійсненням фінансової діяльності: кредитний, банківський, бюджетний, страховий, ризик ліквідності, податковий, інфляційний тощо. У вітчизняній економічній літературі здебільшого розглядають фінансові ризики на мікрорівні, на рівні окремих підприємств. Однак державу слід розглядати як суб'єкта господарювання.

Реалізація внутрішніх і зовнішніх функцій держави неможлива без використання фінансових ресурсів, що акумулюються в централізованих і децентралізованих грошових фондах і створюють фінансову основу для існування самої держави. Необхідність створення фінансових інститутів і використання фінансових ресурсів обумовила здійснення державою специфічного роду діяльності (фінансової діяльності) та робить потрібною діяльність з її управління.

Фінансова діяльність держави полягає у формуванні, розподілі, використанні централізованих і децентралізованих грошових фондів з метою забезпечення здійснення функцій держави, завдань соціально-економічного характеру, управління, обороноздатності, діяльності державних органів. Зміст фінансової діяльності держави розкривається на окремих стадіях функціонування державних коштів, які визначаються особливостями її здійснення: на стадії формування бюджетних фондів; на стадії їх розподілу; на стадії їх використання за регіонами і видами економічної діяльності; на стадії контролю за рухом бюджетних коштів. Слід зазначити, що кожна стадія фінансової діяльності держави пов'язана з можливістю виникнення бюджетних ризиків.

Саме тому все більшої актуальності набувають фінансові ризики на державному рівні, а особливо бюджетні ризики. Ризик, що пов'язаний із бюджетом держави, розглядається як ймовірність формування та витрачання фонду грошових коштів, що передбачені для фінансового забезпечення завдань і функцій держави і місцевого самоврядування.

Сьогодні практично не вивченими залишаються питання впливу невизначеності на бюджетний процес. В економічній науці й у бюджетному законодавстві не закріплено таке поняття, як "бюджетний ризик", не здійснюється його оцінка, а тільки проводиться соціально-економічний і фінансовий аналіз, не розроблена класифікація бюджетних ризиків. Метою статті є дослідження теоретичних аспектів специфіки бюджетних ризиків, визначення їх класифікації та факторів ризиків.

Потрібно зазначити, що бюджетні ризики виникають під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів у рамках бюджетної системи. З метою уточнення категорії "бюджетні ризики" можна запропонувати певні підходи до її розгляду. *По-перше*, бюджетні ризики, у вузькому розумінні, являють собою потенційно можливі відхилення бюджетного

показника від його запланованого значення під дією ризикууючих факторів. До факторів ризику слід віднести причини, обставини, умови, що створюють ймовірність несприятливих ситуацій і негативних результатів. *По-друге*, бюджетні ризики, у широкому розумінні, полягають у вірогідності невиконання заходів бюджетного планування та бюджетної політики у зв'язку з порушеннями в обігу бюджетних ресурсів та їх пропорцій. *По-третє*, визначення бюджетного ризику як різновиду фінансових ризиків являє собою їх розгляд як такої бюджетної ситуації, коли зменшується якість податкового і бюджетного планування та надання бюджетних послуг.

Управління бюджетними ризиками доцільно розглядати як невід'ємну частину процесу управління бюджетним процесом. Таким чином, бюджетний ризик визначається як можливість виникнення у бюджетному процесі несприятливих ситуацій і наслідків, як ймовірність відхилення фактично виконаних показників бюджетних доходів і видатків від запланованих.

Бюджетний ризик як різновид фінансового має не лише основні його сутнісні характеристики, а й певні особливості.

По-перше, бюджетний ризик як економічне явище проявляється у сфері фінансової діяльності держави, на всіх рівнях бюджетної системи, він прямо пов'язаний із процесом формування доходів державного і місцевих бюджетів, характеризується можливими грошовими втратами у процесі здійснення фінансової діяльності та бюджетної політики держави.

По-друге, бюджетний ризик проявляється на всіх стадіях бюджетного процесу та є об'єктивним явищем у функціонуванні будь-якої держави, він супроводжує практично всі види фінансових операцій, що пов'язані з формуванням доходів бюджетів та їх витрачанням на всіх рівнях бюджетної системи.

По-третє, бюджетний ризик припускає необхідність вибору альтернативної дії, тобто прийняти ризик або відмовитися. У реальній практиці бюджетного планування таких альтернатив набагато більше. В одних випадках вибір альтернативи характеризується на основі минулого досвіду, в інших – на моделюванні ситуації розвитку подій у майбутньому, у третіх – просто на інтуїції розробників бюджету.

По-четверте, незважаючи на об'єктивну природу бюджетного ризику як економічного явища, оцінка рівня бюджетного ризику носить суб'єктивний характер і залежить від оцінки соціально-економічного стану держави, політичної складової.

По-п'яте, визначеність умов здійснення бюджетного процесу, що пов'язана із можливістю виникнення негативних ситуацій і наслідків. Невизначеність завжди супроводжує бюджетні ризики і характеризує

такі їх властивості: ризик має відношення до майбутнього і тісно пов'язаний із прогнозуванням; ризик передбачає ймовірність несприятливої ситуації і наслідків, прогнозованих чи ні, тобто несприятлива ситуація може статися чи ні; прогнозованість несприятливої ситуації та наслідків означає наявність механізму управління ризиками.

По-шосте, ступенем можливості, тобто ймовірності настання несприятливих ситуацій і наслідків. Ймовірність виникнення несприятливих ситуацій обов'язково має бути більше нуля і менше одиниці. При цьому за умови нульової ймовірності ризик відсутній, а при одиниці – обов'язково виникне проблема кризи, але не ризик [11].

По-сьоме, самі негативні ситуації і наслідки, які безпосередньо пов'язані з поняттям "втрати" бюджетних коштів.

По-восьме, невизначеність наслідків бюджетного ризику, яка полягає в тому, що відхилення від запланованої суми може відбутися як у бік зменшення, так і у бік збільшення суми бюджетних доходів і видатків.

У бюджетних відносинах ризикові ситуації можуть виникати з різних причин, наприклад, із набуттям чинності нового податкового законодавства або зі змінами чинного, зміною курсу гривні по відношенню до долара США, спадом виробництва, інфляцією тощо. Обсяг можливих втрат для бюджету і ступінь ризику важко передбачити, але відповідну оцінку необхідно проводити, використовуючи досвід аналогічних ситуацій, що мали місце в минулому.

Ризики, пов'язані з бюджетним процесом, багатогранні. Саме тому, з метою здійснення ефективного управління, необхідно їх класифікувати за основними ознаками. Слід зазначити, що сьогодні відсутній загально визнаний якісний підхід до розподілу ризиків щодо ймовірності виникнення, обсягу втрат, ступеня впливу та рівня втрат. Отже, можна запропонувати класифікацію бюджетних ризиків, розроблену на підставі загальних підходів до класифікації ризиків (*табл. 1*).

Як уже зазначалося, бюджетні ризики можуть виникати на різних стадіях бюджетного процесу і бути обумовлені результатами діяльності його учасників. Можна погодитися з Х. Гріценко, яка пропонує розглядати, перш за все, внутрішні фінансові ризики держави, що виникають унаслідок неефективних управлінських рішень і здатні призвести до розбалансування державного бюджету [12]. Вплив ризиків, що виникають на різних стадіях бюджетного процесу, призводить до порушень щодо виконання показників бюджетного дефіциту, доходів, видатків, боргових зобов'язань.

Конкретизуючи склад ризикоутворюючих факторів, доцільно розглянути механізм їх впливу на кожному етапі бюджетного процесу (*табл. 2*).

Таблиця 1

Класифікація бюджетних ризиків

Класифікаційна ознака	Види ризиків
Сфера виникнення	зовнішній внутрішній
Причини виникнення	об'єктивні суб'єктивні об'єктивно-суб'єктивні
Масштаби ризиків	регіональні національні міжнародні
Рівень бюджетної системи	на рівні держави на рівні місцевих бюджетів
Структура бюджету	втрата доходів збільшення видаткової частини бюджету
Важливість впливу на виконання бюджету	допустимі критичні катастрофічні
Рівень втрат	допустимий виправданий недопустимий
Характер виникнення ризиків	можливі мало можливі дуже можливі
Можливість передбачення	прогнозований непрогнозований
Ступінь можливого захисту	повністю захищені частково захищені від яких не можливо захиститися
Характер появи	випадкові постійні разові

Таблиця 2

Система факторів бюджетного ризику на стадіях бюджетного процесу

Фактор ризику	Стадії бюджетного процесу		
	планування та складання бюджету	виконання бюджету	аналіз і контроль виконання бюджету
Макроекономічний	+	+	+
Соціально-політичний	+	+	-
Зміни бюджетного законодавства	+	+	-
Організація бюджетних процедур	+	+	+
Методична база аналітичного інструментарію	+	+	+
Ефективність податкового адміністрування	-	+	-
Платоспроможність та відповідальність суб'єктів господарювання – платників податків	-	+	-
Рівень життя населення	-	+	-
Чіткість виконання функцій органами казначейства	-	+	+
Діяльність кредитних органів		+	

Сьогодні, в умовах фінансової нестабільності, планування доходів бюджету можна класифікувати як ризикове. Справа в тому, що доходи бюджету в момент їх здійснення можуть суттєво різнитися від планових значень. Потік надходжень не може бути спланований точно, оскільки відсутня повна визначеність відносно майбутнього. Наприклад, при дотриманні процедури підготовки бюджету на 2010 р., прийняття цього законопроекту може бути обумовлено певними складнощами. Перш за все, це пояснюється тим, що при розробці бюджету на 2010 р. були прийняті зміни до Бюджетного кодексу України, які затверджені Верховною Радою 23 червня 2009 р., але вето Вані Президентом. Саме тому виникає ризик невиконання бюджетних показників на наступний рік. За прогнозами Уряду дохідна частина консолідованого бюджету на 2010 р. має збільшитися, однак за підсумками шести місяців 2009 р. цей показник значно змінився, а це, у свою чергу, призведе до бюджетного ризику за показниками наповнення бюджету.

Саме тому бюджетне планування має передбачати розробку декількох варіантів проектів бюджету на наступний бюджетний рік: оптимістичний, песимістичний і компромісний. При визначенні доходів бюджету слід враховувати: ризик змін у бюджетно-податковому законодавстві; ризик настання несприятливих подій у національній економіці; ризик настання несприятливих подій у бюджетноутворюючих галузях регіональної економіки; ризик вибуття крупних платників податків; ризик несприятливих змін цінової кон'юнктури на світових ринках нафти; ризик неможливості оперативного управління динамікою надходження податкових доходів; ризик неможливості оперативного залучення джерел фінансування бюджетного дефіциту тощо.

Бюджетний ризик може виникнути й у частині видатків бюджету, що пов'язано зі збільшенням видатків на оплату комунальних послуг бюджетними установами у зв'язку зі зростанням цін на енергоносії, підвищенням заробітної плати і прожиткового мінімуму тощо, а також ризиком, що пов'язаний із невідповідністю між зобов'язаннями за видатками місцевих бюджетів та джерелами фінансування; ризиком нормативної неврегульованості забезпечення видатків на соціальні потреби; ризиком диспропорції співвідношення обсягів першого і другого кошика доходів бюджетів; ризиком недоотримання коштів у бюджет, тобто ризик недофінансування; ризиком збільшення боргового навантаження на економіку; ризиком необґрунтованого зростання цін, особливо в монополізованих секторах.

Етап планування та складання бюджету, а також визначення основних бюджетних показників має здійснюватися із застосуванням процедур ризик-менеджменту, тобто з урахуванням можливого впливу несприятливих факторів як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Для обліку факторів ризику при складанні бюджету можна використо-

увати в якості робочих варіантів декілька варіантів бюджету з урахуванням різного впливу ризиків на бюджет, потім обирати найбільш наближений до реальності, або проводити додатковий аналіз щодо мінімізації впливу негативних факторів і скласти остаточний варіант бюджету.

Слід зазначити, що на етапі формування і затвердження бюджету при зборі інформації про соціально-економічний розвиток держави, погодженні всіх програм перспективного фінансового планування, результативність бюджетного планування залежить від рівня організації планово-прогнозних процедур, їх методичної бази й аналітичного інструментарію, змін бюджетного законодавства, відповідальності і кваліфікації працівників фінансових органів, що беруть участь у розробці бюджету, а також від загальної соціально-економічної ситуації.

На етапі формування бюджету необхідно враховувати ризик втрати доходів і ризик збільшення видаткової частини бюджету. Оцінка ризику на цьому етапі має містити: оцінку ймовірного виконання бюджету в цілому; оцінку виконання бюджету з урахуванням ризику за окремими видами доходів і статтями видатків; вартісну оцінку можливих втрат від недоотримання запланованих доходів і перевищення статей витрат при виконанні бюджету.

На етапі виконання бюджету для забезпечення максимально наближених результатів за доходами і видатками бюджету до планових показників важливо здійснювати оперативний моніторинг, який полягає в безперервному здійсненні контролю за показниками бюджету; повному охопленні зонами контролю та моніторингу всіх напрямів діяльності держави; колегіальності прийняття рішень. На стадії виконання бюджету потрібно визначити контрольні індикатори за відповідними показниками доходів і видатків, що дозволить здійснювати систематичний контроль за ходом виконання бюджету. Це, у свою чергу, дозволить оперативно управляти бюджетним процесом. У разі виявлення значних відхилень від планових показників виникає необхідність корегувати або переглянути в оперативному режимі фінансовий план держави. Це може бути спричинено впливом як внутрішніх, так і зовнішніх ризиків.

Отже, важливі такі моменти: *по-перше*, для формалізації процесу та документального закріплення порядку перегляду бюджету на етапі розробки бюджетної стратегії необхідно окреслити рівень відхилень, при яких ініціюється додаткове внесення змін до бюджетних статей або в цілому до бюджету; у разі відхилення фактичних даних від планових, які пов'язані з несвоєчасним виявленням негативних факторів або бездіяльністю при управлінні ними, необхідно ввести відповідальність посадових осіб у рамках зон контролю, закріплених за ними; необхідно регламентувати можливу частоту перегляду бюджетів. Крім того, в рамках перегляду бюджету потрібно визначитися із

секвестром бюджету. Секвестр бюджету – це результат перегляду бюджетних статей у бік скорочення видаткової частини внаслідок оперативного виявлення невиконання плану за доходами. Особливістю секвестру є те, що пропорційному зменшенню підлягають не всі видаткові статті, а тільки незахищені. Слід зазначити, що для вирішення проблем, що виникли через недовиконання планових показників за доходами, необхідно визначити додаткові джерела покриття дефіциту за рахунок залучення короткострокових кредитів, оптимізації дебіторсько-кредиторської заборгованості тощо.

На цьому етапі до ризикоутворюючих факторів можна віднести: відповідальність і платоспроможність платників податків, рівень життя населення та його участь у бюджетному процесі, чіткість виконання контрольних функцій органів казначейства і функцій податкового адміністрування податковими органами, діяльність кредитних органів щодо своєчасного перерахування коштів до бюджету.

На етапі проведення аналізу виконання бюджету і складання бюджетної звітності з метою зменшення негативних бюджетних ризиків необхідно підтримувати високий методичний рівень і використовувати науково обґрунтовані підходи до організації моніторингу бюджетного потенціалу, проведення аналітичної роботи податковими і казначейськими органами. У процесі аналізу виконання бюджету слід проводити агрегацію всіх виявлених ризиків за минулий бюджетний період, аналіз причин виникнення ризиків, аналіз слабких ланок у бюджетному процесі, які найбільш схильні до впливу ризиків, розробку методів захисту і мінімізації негативного впливу. На цьому етапі слід розробляти і вносити зміни до нормативно-законодавчих документів щодо організації бюджетного процесу.

Для якісної та кількісної оцінки ризиків можуть бути використані такі методи: кількісні (експертна та рейтингова оцінка), економіко-статистичні; аналогій, аналітичні.

До основних етапів процесу аналізу рівня конкретного ризику або групи взаємопов'язаних ризиків належить:

- виявлення об'єктивних і суб'єктивних факторів, що впливають на виникнення певного виду ризику в певний момент або період часу;
- аналіз значимості кожного фактору в статистиці та динаміці;
- визначення межі припустимого рівня ризику, тобто його оптимального значення;
- оцінка передбаченого та/або реального рівня конкретного ризику та зіставлення його з іншими ризиками, що існують, з метою запобігання більших втрат;
- розробка конкретних і комплексних заходів із оптимізації його рівня;
- оцінка результатів прийняття заходів.

Алгоритм оцінки ризиків при формуванні бюджету повинен містити: оцінку ймовірності виконання бюджету в цілому; оцінку виконання бюджету з урахуванням ризиків за окремими видами доходів і статтями видатків; вартісну оцінку можливих втрат від недоотримання запланованих доходів і перевищення видатків при виконанні бюджету.

Таким чином, введення до складу бюджетного планування оцінювання та оптимізації бюджетних ризиків дозволить підвищити не лише якість прогнозів державного бюджету, а й оперативність діяльності органів фінансового планування та ефективність фінансового контролю на всіх рівнях бюджетної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Основы рискологии* : учеб. пособие / Л. А. Миэринь и др. ; СПб. гос. ун-т экономики и финансов. — СПб. : Изд-во СПб. гос. ун-та экономики и финансов, 1998. — 138 с.
2. *Економічна енциклопедія*. — К. : Економіка, 1999. — С. 689.
3. *Proabilistik Rick Assesment Procedures Ouide for NASA Managers and Practitioners* [Электронный ресурс] = Вероятностная оценка рисков : Руководство по процедурам для менеджеров и исполнителей НАСА / Dr. Michel Stamatelatos. — Электрон. текстовые дан. — Washington (USA). — 2002. — Way of access : [http://www.hq.nasa.gov/offise/codeq/-doktree/ praquide.pdf](http://www.hq.nasa.gov/offise/codeq/-doktree/praquide.pdf). — Загл. с титул. экрана.
4. *Industry Models of Rist Management and ther Future* [Электронный ресурс] Karlos A., Artto, David L. Navk. — Электрон., текстовые дан. — Philadelphia (USA) : PMI, 1999. — Way of access : <http://www.risksiq.com/articles/index.htm>. — Загл. с титул. экрана.
5. *Большой экономический словарь* / под ред. А. Н. Азримияна. — 6-е изд. доп. — М. : Ин-т новой экономики, 2004. — С. 956.
6. *Загородній А. Г. Фінансовий словник* / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. — 2-ге вид., випр. та доп. — Львів : Центр Європи, 1997. — С. 396.
7. *Економічна енциклопедія*. Т. 3. — К. : Вид. центр "Академія" ; Тернопіль : Академія нар. госп, 2002. — С. 214.
8. *Фінансовий словник* / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. — 2-ге вид., випр. та доп. — Львів : Центр Європи, 1997. — С. 396.
9. *Рэдхэд К. Управление финансовыми рисками* / К. Рэдхэд, С. Хьюс ; пер. с англ. — М. : ИНФРА-М, 1996. — С. 13.
10. *Бланк И. А. Управление финансовыми рисками* / И. А. Бланк. — К. : Ника-центр, 2005. — С. 21.
11. *Risk Radar* [Электронный ресурс] / Iuteqrated Computer Engineering, Inc (ICE). — Version 2.03. — Электрон. прикладная прогр. — USA:ICE, 2002. — Way of access : http://www.iceincUSA.com/products_tools.htm. — Загл. из техн. документации.
12. *Гріценко Х. Управління фінансовими ризиками держави*. — Режим доступу : <http://www.viche.info/Iournal/921>.

УДК 368.023.1:336

ДОСВІД ОЦІНЮВАННЯ МІЖНАРОДНИМИ РЕЙТИНГОВИМИ АГЕНТСТВАМИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВИКІВ

ТКАЧЕНКО Н., к. е. н., доцент, декан фінансово-кредитного факультету Черкаського інституту банківської справи Університету банківської справи (м. Київ) Національного банку України

Зміни, що відбуваються у економіці нашої країни, кардинально впливають на напрями та темпи розвитку страхової системи. Останні роки відзначилися тим, що сфера страхових послуг набула ознак динамічної, високотехнологічної та конкурентної галузі. Страхова діяльність відрізняється специфічним характером послуг, що пропонуються страховими компаніями. Ця специфічність знаходить відображення в особливому механізмі формування, розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів страховика. Наслідком низького рівня капіталізації страхових компаній, відсутності надійного інструментарію формування ефективної фінансової стратегії, яка дозволяє раціонально управляти грошовими потоками, формувати оптимальну структуру капіталу та використовувати сучасні методи оптимізації інвестиційної діяльності, є недостатня стійкість та динамічність розвитку ринку страхових послуг. Діяльність страхових компаній завжди була і залишається ризиковою, тому особливої актуальності набувають дослідження з комплексного рейтингового оцінювання страховиків. Конструктивна роль таких досліджень полягає в їх спрямованості на розроблення комплексного підходу до оптимізації фінансового управління страховими компаніями в умовах нестабільності та ризику, пошуку можливих шляхів досягнення динамічного стану забезпечення фінансової стійкості та виходу на траєкторію стабільного зростання.

Саме тому актуальним питанням є аналіз діяльності страхових компаній з метою оцінювання їхньої надійності та фінансової стійкості. Розроблена та використовується значна кількість методик для такого аналізу, однак сьогодні найважливішу роль відіграють методики, в основі яких лежить визначення рейтингів. Останні є джерелами інформації про стан і розвиток страхових компаній, а також певним індикатором, який підтверджує ефективність політики управління компанією, особливо в умовах глобалізації. Слід погодитися з думкою

Я. Телепіна [1, с. 32], який наголошує на необхідності створення якісних інформаційних систем відносно страховиків, акцентуючи увагу саме на "рейтинговій системі оцінки" їх діяльності.

Питаннями присвоєння рейтингів страховим компаніям займаються спеціалізовані рейтингові агентства. Рівень довіри до певного агентства, отже, й до методики, яка використовується ним для присвоєння рейтингів страховим компаніям, залежить від того, на скільки часто такі рейтинги підтверджуються на практиці. Потрібно зазначити, що відомі міжнародній рейтингові агентства мають відповідну статистику за період близько 100 років. Безумовно, що така статистика цілком переконливо може підтвердити чи спростувати надійність методики, застосовуваної ними.

Світовий досвід складання рейтингів досліджували Е. Кембелл-Харт, Т. Нерсісян, Я. Телепін, І. Чурінова, Л. Шірінян та ін. Значна увага приділяється обґрунтуванню необхідності оцінки рейтинговими агентствами фінансової стійкості та надійності страхових компаній і в наш час. Однак ґрунтовних досліджень, які б стосувалися вивчення особливостей методології оцінки страховиків зарубіжними рейтинговими агентствами і впровадження їх досвіду з присвоєння рейтингів страховим компаніям у вітчизняну практику, недостатньо. Саме це зумовило вибір проблематики дослідження та підтверджує її актуальність.

Провідними міжнародними рейтинговими агентствами у сфері страхування в наш час вважаються Standard & Poor's, Moody's Investor Service, A.M. Best, Fitch IBCA. На думку Л. Шірінян [2, с. 153], до провідних рейтингових агентств із міжнародним статусом належать Standard & Poor's, A.M. Best, Duff & Phelps, Moody's Investor Service та Weiss Research. Автор не внесла до переліку рейтингових компаній добре відому англо-американську компанію Fitch IBCA, що спеціалізується на оцінці фінансової стійкості страхових компаній.

На прикладі рейтингового агентства Standard & Poor's можна розглянути методику присвоєння рейтингів страховим компаніям, яка є найбільш відомою та відкритою.

Діяльність цього агентства базується на таких принципах:

- незалежність. Standard & Poor's є недержавною компанією, її діяльність не залежить від інших фінансово-кредитних установ;
- об'єктивність. Експерти цього рейтингового агентства спираються лише на власний досвід і самостійно розроблені підходи щодо оцінки фінансової стійкості та надійності страхових компаній;
- надійність. Підтвердженням є те, що рейтингове агентство має міжнародне визнання і його репутація є загальноновизнаною;
- відкритість. Standard & Poor's регулярно публікує критерії та методологію, які покладені в основу його діяльності щодо присвоєння рейтингів страховим компаніям.

Визначення рейтингу страхових компаній агентством Standard & Poor's базується на комплексі кількісних і якісних даних. Рейтинговий процес, який застосовується в цьому агентстві, складається з дев'яти етапів (рис. 1).

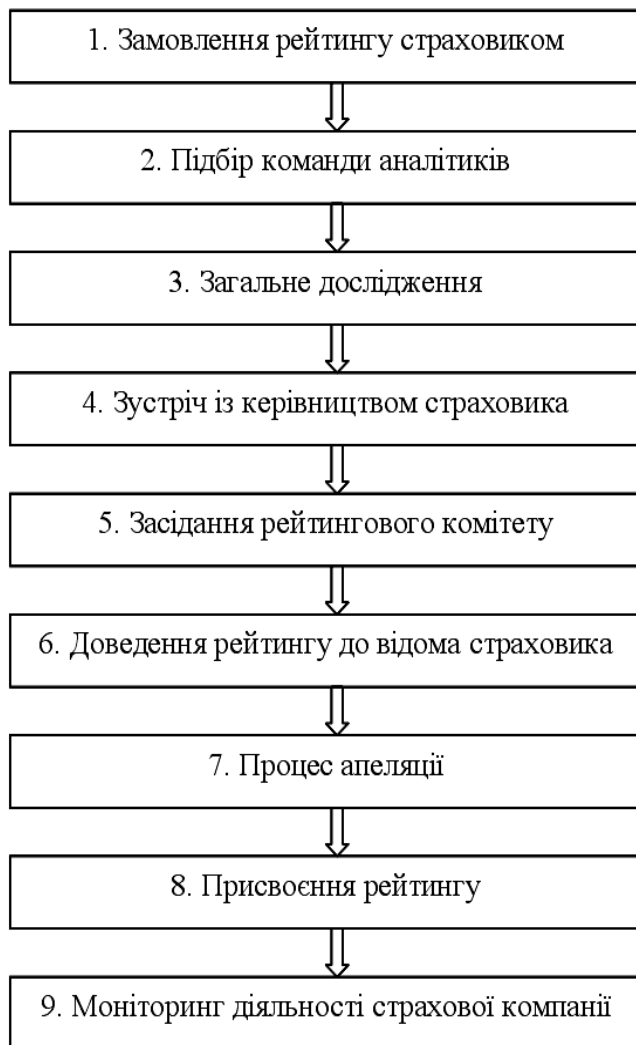


Рис. 1. Етапи рейтингового процесу [3, с. 20]

У рамках рейтингової методології досліджується та аналізується певна сукупність основних позицій, які впливають на діяльність страхової компанії та її місце на ринку страхових послуг (рис. 2).

Слід детальніше розглянути кожний напрям оцінки фінансової стійкості страхових компаній.

Галузеві ризики є відображенням стану ділового середовища, в якому компанія функціонує. Сутність оцінки галузевого ризику полягає в аналізі типів страхового покриття, що надаються компанією.



Рис. 2. Основні напрями оцінки фінансової стійкості страхових компаній [4]

При здійсненні аналізу та оцінки галузевих ризиків для страхової компанії рейтингове агентство Standard & Poor's розглядає такі основні складові:

- ризик з боку конкурентів, які виходять на ринок;
- ризик появи продуктів-аналогів;
- ступінь конкурентної боротьби та мінливості кон'юнктури в страховій галузі;
- ступінь легкості виходу з ринку;
- стабільність нормативної бази та законодавчої влади.

При цьому необхідно мати на увазі, що невеликі галузеві ризики зумовлюють вищий рейтинг страховика. Це пояснюється тим, що в середовищі з низьким рівнем галузевих ризиків страховики можуть досягати кращих і більш стабільніших результатів, а їх фінансовий стан буде більш стійким порівняно зі страховиками, які функціонують у галузях із підвищеним рівнем ризику.

Аналіз ділового потенціалу страхової компанії здійснюється з метою визначення її здатності налагоджувати дохідну діяльність, а також для окреслення її сильних і слабких сторін. Експерти Standard & Poor's розглядають не лише стан компанії за минулі періоди та у даний момент, а й здійснюють прогнозування можливих шляхів її розвитку в майбутньому. При цьому враховуються індивідуальні особливості, розроблений страховиком план власного розвитку і стан конкуренції на страховому ринку.

На оцінку ділового потенціалу впливає також сукупність складових, а саме:

- юридична та функціональна організація компанії;
- сильні та слабкі сторони діяльності компанії з позицій її конкурентоспроможності;

- якість і диверсифікація каналів реалізації страхових послуг;
- ступінь диверсифікації страхової діяльності за географічним або галузевим принципом;
- діяльність інших членів групи, що не пов'язана зі страхуванням;
- динаміка зростання страхових премій, як правило, за останні п'ять років.

Найбільш суб'єктивною та, водночас, надзвичайно важливою складовою в методології присвоєння рейтингу рейтинговим агентством Standard & Poor's є оцінка стратегії розвитку та управління компанією. Фахівцями агентства аналізуються три головні складові:

- стратегічні позиції та основні пріоритети в розвитку страховика;
- ділові якості керівництва та системи оперативного контролю за діяльністю страховика;
- фінансова стратегія та можливість управління ризиками.

Крім того, аналізуються цілі та завдання діяльності страхової компанії, методи їх реалізації, а також ступінь відповідності стратегічних планів компанії потребам страхового ринку. Особливу увагу експерти рейтингового агентства Standard & Poor's приділяють питанням корпоративного управління, здатності керівного складу страховика успішно реалізовувати обрану стратегію, ефективності систем внутрішнього контролю, можливості підтримки на заданому рівні платоспроможності та збалансованості ризиків, пов'язаних зі страховою, інвестиційною та фінансовою діяльністю страхової компанії.

У ході аналізу ефективності поточної діяльності досліджується можливість страхової компанії отримувати стабільний дохід. При цьому аналіз дохідності компанії ґрунтується переважно на кількісних даних, однак якісна сторона також не залишається поза увагою. Оцінка ефективності поточної діяльності страховика здійснюється за двома напрямками: перший – аналізування ефективності страхових операцій, другий – визначення загальної ефективності діяльності компанії з урахуванням доходів і витрат як від страхової, так і від інвестиційної та фінансової діяльності.

З метою аналізу ефективності страхових операцій досліджується певна сукупність показників:

- коефіцієнт страхових виплат (у цілому та за видами страхування);
- комбінований коефіцієнт (коефіцієнт страхових виплат + коефіцієнт витрат);
- коефіцієнт витрат (у цілому та за видами страхування);
- операційний коефіцієнт (комбінований коефіцієнт із поправкою на інвестиційну діяльність);
- вплив методів резервування та бухгалтерського обліку на звітні показники.

Аналіз ефективності страхових операцій доповнюється аналізом загальної ефективності функціонування компанії. Досліджуються такі складові:

- дохідність активів;
- частка прибутку у структурі валової виручки (до і після сплати податків)
- стабільність рівня доходів
- аналіз доходів (за підрозділами, страховими послугами, каналами реалізації)
- вплив правил резервування та бухгалтерського обліку на звітні показники

При аналізі *якості інвестиційного портфеля* основна увага приділяється відповідності розробленої інвестиційної стратегії структурі пасивів страхової компанії, а також впливові доходу від інвестиційної діяльності страховика на загальний рівень його дохідності. Як відомо, в різних країнах страхові компанії використовують різноманітні інвестиційні стратегії. Це пов'язано, насамперед з тим, що у законодавствах окремих країн існують відмінності. Відповідно страховики надають перевагу різним напрямкам інвестування коштів і типам інвестиційної стратегії (які обираються страховиками самостійно відповідно до цілей інвестування), а також мають різні рівні дохідності інвестиційних інструментів тощо. Урахування відмінностей національних законодавств різних країн, а також використання широкого набору деталізованих показників (*рис. 3*) для всебічного, повного та точного аналізу якості інвестицій дозволяє експертам агентства Standard & Poor's відповідально та професійно підходити до аналізу якості інвестиційного портфеля страховика.

Питання *адекватності капіталу* страхових компаній агентство Standard & Poor's розглядає в двох аспектах: *по-перше*, з позицій достатності капіталу для підтримання обсягу страхової діяльності на певному рівні, *по-друге*, з позицій адекватності структури капіталу та його якості. Оцінка адекватності капіталу щодо забезпечення діяльності компанії ґрунтується на порівнянні поточної та перспективної потреби страховика в капіталі з реальними обсягами капіталу, який є в його розпорядженні.

При оцінці адекватності капіталу досліджується міра здійснення фінансування діяльності страхової компанії за рахунок власного капіталу та обсяги використання страховиком різних боргових інструментів. При цьому значна увага приділяється аналізу адекватності та якості страхових резервів. Агентство Standard & Poor's намагається отримати найповнішу інформацію про методологію та практику формування страхових резервів, які використовуються конкретним страховиком, а також розглядає адекватність наявних страхових

резервів у контексті загального обсягу страхових виплат і страхових сум за договорами. Крім того, агентство Standard & Poor's самостійно здійснює моделювання цього процесу для окремої страхової компанії на основі декількох відомих у страховій практиці методів. Це допомагає агентству формувати власне уявлення про адекватність страхових резервів, якими володіє страховик. Досліджуючи адекватність капіталу, вивчають практичний досвід страхової компанії у сфері перестраховування. Зокрема, аналізуються такі фактори: ступінь залежності страховика від перестраховування, структурна організація програми перестраховування, порядок вибору компанією своїх перестраховиків, загальна якість програми перестраховування, порядок визначення страхових сум або їх частки, які компанія може компенсувати за договорами перестраховування.

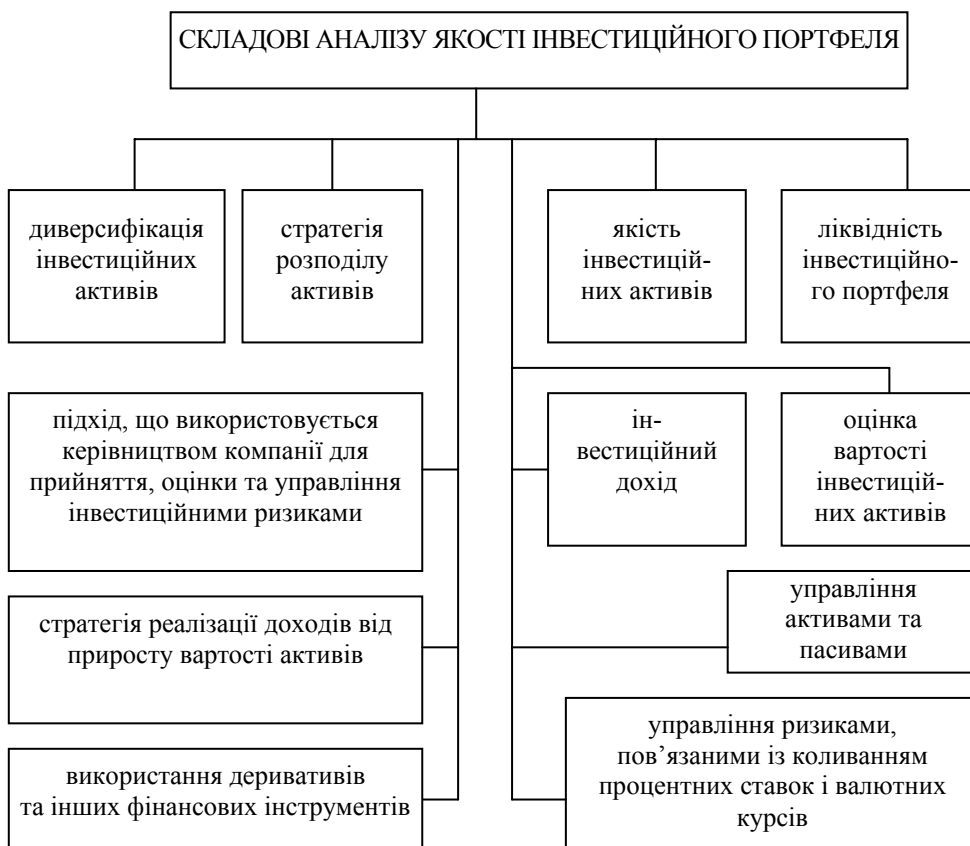


Рис. 3. Основні складові якості інвестиційного портфеля

Аналізуючи ліквідність страховика, агентство Standard & Poor's зосереджується на дослідженні трьох напрямів: грошові потоки від страхової діяльності, загальні грошові потоки та ліквідність інвестиційного портфеля.

У ході аналізу гнучкості фінансової діяльності досліджується можливість швидкого покриття страховою компанією своїх потреб у ліквідності або додатковому капіталі за рахунок реальних джерел. Такі потреби можуть виникнути в результаті необхідності фінансування швидкого зростання, придбання нових компаній, підтриманні дочірніх компаній або нейтралізації наслідків непередбаченої кризи. Реальними джерелами додаткового капіталу та ліквідності експерти агентства Standard & Poor's визнають кошти материнських компаній, вихід на ринки капіталу, реалізацію нестратегічних активів і додаткове використання можливостей, які надаються перестраховими компаніями.

Отже, процес присвоєння рейтингу агентством Standard & Poor's є об'єктивним, це досягається за рахунок використання значного масиву даних. Крім того, суттєве місце відводиться методам суб'єктивного аналізу, тобто до уваги береться і думка експертів. Суб'єктивна складова дозволяє агентству Standard & Poor's при побудові кінцевого рейтингу врахувати множину нестатичних факторів та відобразити перспективи розвитку тієї чи іншої страхової компанії.

Standard & Poor's пропонує три різновиди рейтингів для аналізу фінансового стану страхової компанії [3, с. 22–24]:

- рейтинг можливості виконання зобов'язань за претензіями (CPA);
- міжнародні рейтинги платоспроможності (ISI);
- обмежені рейтинги платоспроможності (QSR).

Рейтинг CPA – це публічний рейтинг, у процесі складання якого бере участь на добровільних засадах і сам страховик. Рейтингування здійснюється не менше ніж двома спеціалістами, які не лише аналізують наявну фінансову та іншу інформацію, а й проводять максимальну кількість зустрічей з управлінським персоналом страховика. Цей рейтинг не є статичним, він змінюється під впливом будь-яких відхилень у діяльності страхової компанії. Оскільки рейтинг CPA базується на використанні поточної, або наданої страховою компанією інформації, чи інформації з інших надійних джерел, яку Standard & Poor's отримує самостійно, при його складанні агентство іноді може посилатися на неперевірену аудитором бухгалтерську інформацію.

Рейтинг ISI містить інформацію щодо фінансового стану страхової компанії, він необхідний для власників страхових полісів, цедентів і брокерів. Цей рейтинг характеризується складним аналізом публічної фінансової звітності кожного страховика або перестраховика. При цьому інформація, отримана під час бесіди з керівництвом страховика, не впливає на його підсумкову оцінку. Рейтинг ISI складається окремою групою страхових аналітиків із Лондонського відділення Standard & Poor's. Результати цього різновиду рейтингування не призначені для масового розповсюдження та публікації.

Рейтинг QSR був розроблений за ініціативою Standard & Poor's для страхових компаній США, яким не потрібний глибокий рейтинг СРА. Він базується лише на публічній інформації, не використовується суб'єктивна оцінка та не проводяться співбесіди з управлінським персоналом страховика. Рейтинг QSR присвоюється кожному страховику на індивідуальній основі без урахування впливу переваг або недоліків материнської чи дочірньої компанії.

Американське агентство А.М. Best у ході рейтингового процесу аналізує ті ж фактори, що й агентство Standard & Poor's. Оскільки всі рейтинги страхових компаній відрізняються суб'єктивізмом, то система досліджуваних показників, а також інтерпретація результатів аналізу багато в чому залежить від аналітиків агентства А.М. Best та методики, яка використовується для виведення підсумкового значення рейтингу.

Агентство А.М. Best присвоює страховим компаніям рейтинг одного з трьох видів:

- рейтинг А.М. Best (шкала оцінювання від А++ до F) базується на всебічному якісному та кількісному аналізі фінансової стійкості страхової компанії та результатів її діяльності;
- рейтинг фінансової стійкості (від 9 до 1) базується на кількісному аналізі фінансової стійкості та результатів діяльності компаній, що відповідають мінімальним вимогам рейтингу А.М. Best щодо розміру капіталу та/або досвіду роботи страховика. Підхід до побудови рейтингу дещо схожий на методику агентства Standard & Poor's при складанні рейтингів ISI;
- обмежені рейтинги (від А++ до F з літерою "g") присуджуються лише страховим медичним організаціям і англійським страховикам, які відповідають вимогам агентства щодо величини капіталу та досвіду роботи, але оцінка яких проводиться за ініціативою А.М. Best без участі у рейтинговому процесі страховика. Рейтинг базується на кількісному аналізі фінансової стійкості компанії, результатів її діяльності та положення на ринку.

У цілому спеціалісти А.М. Best більш скрупульозно підходять до процесу визначення надійності компанії, відображаючи в підсумковій оцінці такі важливі якісні показники, як взаємозв'язок із материнськими (дочірніми) компаніями, залежність від учасників фінансово-промислових груп, до складу яких входить страховик, членство в пулах, асоціаціях, а також наявність перестрахового захисту.

Агентство А.М. Best більш деталізовано поділяє компанії залежно від розміру їх активів. Відповідно, і шкала оцінки страховиків є більш повною, порівняно із шкалою рейтингового агентства Standard & Poor's, оскільки ґрунтується на більшій кількості даних. Однак через відсутність у вільному доступі методології та детального опису

процесу присвоєння рейтингів агентством А.М. Best, рейтингові методики цих двох агентств порівнювати складно. Поряд із присвоєнням рейтингів окремих страхових компаній, рейтингове агентство А.М. Best здійснює "оцінку андеррайтингової діяльності перестрахового ринку США" [5, с. 10].

Діяльність рейтингового агентства Moody's із присвоєння рейтингів страховикам ґрунтується на аналогічних принципах, при цьому аналізуються майже такі самі групи показників.

Таким чином, міжнародними рейтинговими агентствами використовуються якісні та кількісні показники. Залежно від індивідуальних підходів при присвоєнні рейтингу частка якісних показників може бути більшою ніж кількісних і навпаки. Як правило, міжнародними рейтинговими агентствами досліджуються певні елементи.

По-перше, оцінка ринкової позиції, яка переважно є якісним показником. Першим етапом оцінки конкурентної позиції страхових компаній на ринку є оцінка ринкового ризику, тобто оточення в якому функціонують страхові компанії. Досліджується потенційний вплив оточення на подальший розвиток як страхових послуг, так і на ефективність діяльності страхових компаній [6, с. 11]. Оцінюються такі головні елементи: можливість появи нових конкурентів, загроза появи субститутів, конкурентоспроможність страхового сектору, потенційний час виконання фінансових зобов'язань та ін. Дослідження та аналіз ринкового ризику виконує прогностичну функцію щодо вивчення можливостей ефективної діяльності страхової компанії в майбутньому.

Другим кроком аналізу ринкової позиції страховика є оцінка його позиції (на підставі елементів, які рейтингове агентство вважає фундаментальними). Для оцінки здатності страховика до регулювання своїх страхових зобов'язань принципове значення має ідентифікація джерел його переваг у конкурентній боротьбі, а також слабих сторін. Такий аналіз повинен визначити чи є можливість залишатися лідером із надання пропонованих послуг на ринку, оскільки це має принципове значення для формування фінансового результату діяльності компанії. Рейтингові агентства приділяють значну увагу аналізу ринкової позиції страховика, адже вона значно впливає на результат рейтингової оцінки. Оскільки оцінка діяльності страховика має якісний характер, вироблена певна методологія її здійснення. Переважно рейтингові агентства використовують порівняння діяльності страхової компанії з певними зразками, встановленими для окремих елементів. При цьому виставляються оцінки "дуже добре", "добре", "задовільно", "незадовільно".

Найважливішими критеріями, які оцінюються рейтинговими агентствами є: частка на ринку та марка, сила системи дистрибуції та контроль за нею, ефективність використання технологій, якість обслуговування, досвід у продажах спеціалізованих продуктів.

По-друге, оцінка якості управління та стратегії страхових компаній є елементом, що характеризує якісний бік діяльності страховика. Рейтингові агентства уважно слідкують за впливом менеджменту страховика на стан справ страхової компанії, адже ігнорування цього елемента призводить до неповноти оцінки [7, с. 14].

Якість управління охоплює три елементи: якість управлінського персоналу, якість системи та процедур підтримання процесу управління, а також правильність і якість впровадженої стратегії. Для об'єктивного уявлення про страховика рейтингові агентства аналізують такі елементи:

- досвід управління, існуючі досягнення, а також засади успіху;
- стратегічні цілі, місія та завдання управління. Детальному аналізу піддається прийнятий процес та основи стратегічних рішень і їх взаємозв'язок. Далі вивчається вплив стратегічних рішень на позицію страхових компаній на ринку, а також оцінка відповідності стратегії та організаційних можливостей ринковим умовам;
- впровадження стратегії;
- управління ризиком. Аналізуються фінансові цілі (консервативні, агресивні), структура капіталу, рівень допустимого ризику в діяльності компанії;
- організація. Оцінці піддається організаційна структура та пристосування до вимог стратегії.

По-третє, оцінка операційної діяльності здійснюється рейтинговими агентствами з метою виявлення її ефективності та залежності від таких параметрів: здатності компанії слідувати обраній стратегії, а також для того щоб виявити наскільки успішно компанія використовує свої сильні сторони та нівелює вплив слабких.

При визначенні ефективності операційної діяльності вивчаються такі фактори:

- показники збитковості як в цілому по компанії, так і по основних видах її діяльності;
- показники витрат;
- комбіновані показники як в цілому по компанії, так і по основних видах її діяльності тощо.

При цьому значна увага має приділятися грошовому потоку, який надходить від страхової діяльності та являє собою суму отриманих страхових премій за вирахуванням страхових виплат, комісійних і адміністративних витрат. У довгостроковій перспективі позитивні обсяги грошового потоку від страхової діяльності компанії, свідчать про її фінансову стійкість. З іншого боку, рейтингові агентства повинні розуміти, що залежно від пропонованих видів страхових послуг потоки грошових коштів можуть змінюватися із року в рік.

По-четверте, ефективність інвестиційної діяльності. Рейтингові агентства оцінюють якість інвестиційної діяльності, зважаючи на такі показники: надійність і ліквідність інвестиційного портфеля, ступінь концентрації ризиків, загальна дохідність інвестиційного портфеля. При цьому інвестиційні вкладення повинні відповідати принципам безпечності, ліквідності, надійності та прибутковості. Детально аналізується та частина інвестиційної політики страхової компанії, яка регулює надходження доходів, отриманих від поточної інвестиційної діяльності та від зростання вартості інвестиційного портфеля.

Інвестиційний портфель аналізується в ході рейтингового процесу дуже прискіпливо та всебічно. Аналізуються сфери вкладень страхової компанії та ймовірності інвестиційних збитків у разі серії страхових випадків, тобто ступінь залежності надійності інвестицій та сфери основної діяльності страхової компанії. При оцінці інвестиційної політики страхової компанії також досліджуються: ступінь відповідності інвестиційної стратегії страхової компанії структурі її зобов'язань; ступінь впливу інвестиційної діяльності страхової компанії на її загальну дохідність.

По-п'яте, достатність власного капіталу. З метою визначення ступеня достатності капіталу для забезпечення поточної страхової діяльності компанії, як правило, проводиться порівняння двох величин: поточних і майбутніх потреб у капіталі та капіталу наявного фактично. Потреба в капіталі визначається відповідно до інвестиційної політики та пропонуваної компанією видів страхування, а також зважаючи на рівень ризику цих двох видів діяльності, перспективи подальшого розвитку страховика, адекватність перестрахового захисту та резервів збитків.

По-шосте, оцінка адекватності страхових резервів є однією з найважливіших передумов фінансової стійкості страхової компанії. Водночас, це один із факторів, який найбільш важко виміряти та оцінити. Рейтингові агентства намагаються отримати якомога повнішу картину щодо методів формування страхових резервів, які використовує компанія, а також встановити рівень адекватності величини резервів страхової компанії, базуючись на даних статистики щодо збитковості страхових компаній, та динаміки збитковості страховика за звітний період. У деяких країнах існує практика формування страховими компаніями додаткових резервів. Наприклад, страховики країн – членів ЄС повинні формувати гарантійний фонд, який підтверджує їх фінансову стійкість. Рейтингові агентства досліджують також і методи формування гарантійного фонду та управління ним. Зазвичай, рейтингові агентства складають свої власні моделі формування резервів. Це робиться для того, щоб провести відповідне порівняння та мати можливість перевірити свої припущення.

По-сьоме, оцінка еластичності фінансової діяльності здійснюється, як правило, на базі якісних показників. При цьому порівнюють два показники: потенційну потребу страхової компанії в додатковому капіталі або ліквідності в майбутньому; доступність реальних джерел такого додаткового капіталу та ліквідності. Вважається, що обмежений доступ страховика до джерел додаткових коштів не може мати для нього серйозних наслідків, якщо потенційна потреба в таких коштах не перевищує обсягів можливих виплат страховика. Саме тому рейтингові агентства ретельно оцінюють імовірність перевищення можливих майбутніх виплат страхової компанії та її можливостей здійснити їх у повному обсязі в установлені строки;

По-восьме, оцінка перестраховування є надзвичайно важливою для присвоєння рейтингу фінансової стійкості страховій компанії. Рейтингові агентства визначають ступінь залежності страхової компанії від перестрахового захисту, тобто чи страховик займається чисто перестрахованням, чи він приймає крупні ризики, розраховуючи передати більшу їх частину в цесію. Після цього здійснюється дослідження характеру придбаного страхового захисту, а також методів вибору перестраховиків. У цілому, передаючи частину ризиків у перестраховання, страхова компанія вирішує низку важливих проблем: стабілізує результати діяльності страховика за тривалий період у разі негативних результатів по всьому страховому портфелю впродовж цілого року; розширює масштаби діяльності та підвищує свою конкурентоспроможність; захищає власні активи за несприятливих обставин. Саме тому, при визначенні рейтингу страховика, оцінюється як його залежність від перестрахового ринку в цілому, так і від фінансового стану його безпосередніх перестраховиків. Аналізується також участь перестраховиків у крупних виплатах.

По-дев'яте, деякі рейтингові агентства оцінюють розвиненість і стійкість клієнтської бази, яка може значно залежати від впливу окремих страхувальників, наявності договорів на великі суми, величини частки короткострокових і розірваних договорів, а також рівня плинності клієнтської бази [8, с. 69].

Таким чином, із метою оцінки фінансової стійкості страховиків рейтинговими агентствами використовуються різні методологічні підходи. Однак процес рейтингування страхових компаній різними рейтинговими агентствами має багато спільних рис, оскільки кінцевою його метою є оцінка фінансового стану страхової компанії на даний момент і в майбутньому. Комплексна рейтингова оцінка фінансової діяльності страховика може слугувати своєрідним індикатором його стану, що характеризує якість його управління, а також використовуватися для вдосконалення організації його діяльності.

Із понад 400 страхових компаній України міжнародний рейтинг отримали лише дві компанії, обидві від агентства Moody's: страхова

компанія Generali Carant (рейтинг стійкості (надійності) "Ba3") та страхова компанія "Універсальна" (рейтинг стійкості (надійності) "B3") [9]. Решта учасників страхового ринку, поки що, знаходяться осторонь від цього процесу. Деякі з них, з власної ініціативи, користуються послугами національного рейтингового агентства "Кредит-рейтинг". За даними сайту цього агентства, лише двом страховим компаніям (НАСК "Оранта" та СК ЗАТ "Брокбізнес") присвоєно рейтинг фінансової стійкості [10]. Починаючи з лютого 2006 р. страхове агентство "Експерт-Рейтинг" на основі відкритої інформації присвоїло рейтинги фінансової стійкості 137 учасникам вітчизняного страхового ринку [11]. Агентство "Експерт-Рейтинг" щорічно оновлює дані щодо рейтингів фінансової стійкості страхових компаній. При цьому для підвищення об'єктивності рейтингу останні два роки бажаним страховим компаніям пропонується подавати анкети певної форми. Кількість страхових компаній, що беруть участь у рейтингуванні, здійснюваному агентством "Експерт-Рейтинг", та надають більш детальну інформацію про себе, збільшується. У 2007 р. подати інформацію погодилося 37 страхових компаній, а у 2008 р. – 47. Це свідчить про підвищення відкритості галузі.

У подальшому, якщо вітчизняні страховики захочуть зберегти або підвищити свою конкурентоспроможність на ринку страхових послуг їх відношення до отримання рейтингу, насамперед міжнародного, повинне змінитися. Адже одержання такого рейтингу надаватиме беззаперечні переваги страховій компанії у конкурентній боротьбі. Зрозуміло, що на перших порах рейтинг може бути нижчим ніж навіть у слабких іноземних страхових компаній, які прийдуть в Україну. Однак, із часом, потреба в отриманні міжнародного рейтингу вітчизняними страховиками зростатиме, що зумовлюватиме співробітництво все більшої кількості вітчизняних компаній з міжнародними рейтинговими агентствами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Телепин Я.* Рейтинговая оценка надежности страховых компаний как фактор предотвращающий банкротства / Я. Телепин // *Страховое дело.* — 2003. — № 5. — С. 32–43.
2. *Шірінян Л.* Рейтингова система і рейтинг-оцінка фінансової стійкості страхових компаній України / Л. Шірінян // *Світ фінансів.* — 2007. — № 2 (11). — С. 152–163.
3. *Чуринова И.* Рейтинговая оценка российских страховщиков: миф или необходимость / И. Чуринова // *Страховое ревью.* — 2000. — № 9. — С. 14–37.
4. *Кембелл-Харт Э.* Методология Standard & Poor's для определения рейтинга страховых компаний [Электронный ресурс] / Э. Кембелл-Харт. — Режим доступа : [http://www. standardandpoors.ru](http://www.standardandpoors.ru).

5. *Нерсисян Т.* Влияние мировых рейтинговых агентств на развитие страхового предпринимательства / Т. Нерсисян // *Страховое дело.* — 2006. — № 3. — С. 9–15.
6. *Levin A.* Determining the inherent risk in step one of the rating process / Levin Alan, Elkind Craid // *The Review.* — 1996. — № 2. — P. 11–16.
7. *Capsomera C.* Management and corporate strategy are key rating element / Capsomera Celia, Levin Alan // *The Review.* — 1996. — № 3. — P. 14–21.
8. *Rating jako narzędzie oceny zakładu ubezpieczeń / pod nauk. red. T. Sangowski.* — Poznaniu : "Bonami" Wydawnictwo-Drukarnia, 2000. — 231 p.
9. <http://www.credit-rating.com.ua/ru/ratings/inter.html>.
10. <http://www.credit-rating.com.ua/ru/ratings/national.html>.
11. <http://expert-rating.com>.

ПРИРОДА ЕКОНОМІЧНОГО КАПІТАЛУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ДІЯЛЬНОСТІ БАНКУ

ГЛУБОКИЙ В., аспірант кафедри банківської справи КНТЕУ

Управління ризиками є одним із фундаментальних напрямів банківського менеджменту. Аналіз тенденцій розвитку банківського бізнесу в зарубіжних країнах свідчить, що за останні півстоліття ризик-менеджмент став однією з найбільш конкурентних, динамічних і високотехнологічних сфер діяльності банків. Можливості банківського бізнесу істотно зростають, урізноманітнюються банківські операції, розширюється спектр послуг, удосконалюються банківські технології та засоби комунікації. Міжнародна практика свідчить, що дієва система ризик-менеджменту здатна забезпечити високу конкурентоспроможність банку в ринковому середовищі. За таких умов, ефективне функціонування банків неможливе без створення адекватної системи управління економічним капіталом банку. Таким чином, дослідження природи економічного капіталу та визначення його ролі в діяльності банку є актуальною науковою та практичною проблемою.

У міжнародній банківській практиці економічний капітал виступає дієвим інструментом щодо ідентифікації та виміру всіх видів банківських ризиків. При цьому сукупна величина ризиків, на які наражається банк, трансформується у величину капіталу, необхідну для їхнього покриття, відповідно до цільового рівня платоспроможності банку.

Значний вклад у дослідження проблематики економічного капіталу внесли зарубіжні вчені П. Алесандрі, Дж. Байкер, Дж. Бок, М. Дрехман, А. Елізалд, І. Лелівелд, О. Сімановський, М. Тіссет, Ф. Трусард, І. Фалкенштейн [1–7] та ін. У вітчизняній економічній літературі дослідженню економічного капіталу банку присвячено лише поодинокі публікації, авторами яких є: Г. Бортніков, Н. Іваненко, І. Івасів, В. Міщенко, С. Міщенко, Л.Примостка, В. Сушко, Н. Шульга [8–12] та ін.

Метою статті є теоретичне обґрунтування поняття "економічний капітал" та визначення його місця в діяльності банку. Для досягнення мети потрібно проаналізувати різні тлумачення поняття "економічний капітал"; встановити функціональне призначення економічного капіталу; визначити основні відмінності економічного капіталу від регулятивного; виявити роль економічного капіталу в управлінні банком.

У науковій літературі зустрічаються різні підходи до визначення поняття "економічний капітал". Диференціація думок зумовлена неоднозначністю підходів до співвідношення понять економічного (*economic*) та ризикового (*risk*) капіталу, що за сутнісним розумінням є поняттями близькими й однорідними, але які часто трактуються по-різному. У рамках існуючої наукової полеміки слід окреслити когорту науковців, які розкривають ці поняття як різні, а також тих, чия думка свідчить про їх тотожність.

На відмінностях у поняттях економічний та ризиковий капітал наголошують Ст. Фрост, С. Маттен та О. Лабонов. Зокрема, Ст. Фрост зазначає, що ризиковий капітал – це частина акціонерного капіталу, призначена для покриття непередбачених збитків і спрямована на подолання проблеми неплатоспроможності банку. Автор стверджує, що економічний капітал – це капітал, наданий акціонерами для ведення бізнесу, що визначається як різниця між ризиковим капіталом і неамортизованим гудвілом [13]. Таке визначення є недостатньо коректним, оскільки втрачається взаємозв'язок між ризиками, що приймаються банком і розміром необхідного економічного капіталу. Отже, автор робить висновок, що економічний капітал – це своєрідний еквівалент чистих матеріальних активів (*Net Tangible Assets – NTA*), який би дорівнював економічній вартості за умов, що всі активи та пасиви враховуватимуться за їх ринковою вартістю, а вартість нематеріальних активів (тобто, гудвіла) дорівнюватиме нулю. За такої інтерпретації, Ст. Фрост ототожнює поняття економічного та ризикового капіталу. Останній визначається як різниця між ринковою вартістю активів і ринковою вартістю зобов'язань.

Дещо подібної точки зору дотримується С. Маттен, який під економічним капіталом розуміє ризиковий капітал, скоригований на величину гудвіла [14]. На думку автора ризиковий капітал резервується на супротив сукупного нехеджованого ризику, що виражається волатильністю грошових потоків по банку в цілому або ж окремо за напрямом бізнесу, портфеля, клієнту, продукту.

На відміну від С. Маттена і Ст. Фроста, авторський колектив під керівництвом О. Лобанова замість гудвіла використовує "кеш капітал" (cash capital – CC), який призначений для фондування активних операцій та виконання позабалансових зобов'язань. При цьому ризиковий капітал виступає своєрідним буфером для захисту банку від банкрутства [15].

На противагу зазначеним вище підходам, більшість науковців ототожнюють поняття економічного та ризикового капіталу, що є правомірним. У подальшому поняття економічний та ризиковий капітал використовуватимуться як синоніми.

Наукова полеміка найгостріше розгорнулася навколо питання цільового призначення економічного капіталу, а саме, для покриття лише неочікуваних збитків чи ще й очікуваних. На думку О. Судакова [16], Дж. Бока [4], В. Козуніна [17], економічний капітал використовується, насамперед, на фінансування очікуваних і неочікуваних втрат внаслідок настання ризиків. При цьому вони стверджують, що дійсно економічний капітал спрямований на покриття банківських ризиків (більшою чи меншою мірою), враховуючи як очікуваний, так і неочікуваний характер їх настання.

Однак інша група науковців вважає, що економічний капітал банку має бути спрямований на покриття лише неочікуваних втрат за банківськими ризиками [18–22]. Таке цільове призначення економічного капіталу банку підтримують також представники спеціалізованих організацій, зокрема Міжнародної асоціації ризик-менеджерів і Федеральної Резервної Системи США [23].

Визначення фактичної величини економічного капіталу банку зводиться до розрахунку суми складових за окремими ідентифікованими ризиками або об'єднаними групами факторів ризику. На думку Р. Бернса та О. Лобанова, розрахунок економічного капіталу залежить від особливостей фінансування втрат за кожним ризиком, що підлягає кількісному виміру [15; 24]. До першої групи належать ризики, за якими формуються резерви на покриття очікуваних втрат, зокрема кредитні ризики. Для цих ризиків величина економічного капіталу визначається як різниця між неочікуваними та очікуваними втратами. Друга група представлена ризиками (валютним, процентним, цінновим тощо) на покриття яких не формуються резерви під очікувані збитки або ж їх визначення є проблематичним. Економічний капітал для них визначається як сума неочікуваних втрат.

Таким чином, можна визначити економічний капітал як капітал, призначений для покриття та захисту акціонерів від потенційних економічних втрат (неочікуваних негативних змін в економічній вартості) у межах визначеного довірчого рівня та протягом окресленого часового горизонту, які узгоджені зі встановленим стандартом платоспроможності банку.

Доволі дискусійним питанням є співвідношення регулятивного та економічного капіталу. Проведені дослідження дозволили виокремити певні ознаки для порівняння економічного та регулятивного капіталу банку.

Середовище регулювання капіталу. Вимоги до регулятивного капіталу формуються під впливом рекомендацій Базельського комітету з банківського нагляду (зовнішнє середовище) та центрального банку країни (внутрішнє середовище). Економічний капітал розраховується кожним банком, зважаючи на ступінь розвитку ринкових відносин у банківському секторі (зовнішнє середовище), а також з огляду на стратегію банку (внутрішнє середовище), в якій зазначається цільовий рівень стандарту платоспроможності та схильність до ризику. Саме останні два чинники є визначальними при розрахунку економічного капіталу.

Основа для застосування. Розрахунок регулятивного капіталу банку базується на правилах, встановлених органами банківського нагляду. Центральний банк визначає сукупність інструментів регулювання достатності капіталу, які є єдині для всіх банків. При умові недотримання показників достатності регулятивного капіталу, центральний банк застосовує жорсткі заходи впливу, зокрема відкликання ліцензії, обмеження переліку дозволених видів операцій тощо. Величина економічного капіталу визначається на основі внутрішніх положень банку, які базуються на загальноприйнятій міжнародній практиці та особливостях організації ризик-менеджменту в конкретному банку. При недотриманні показника економічного капіталу акціонери банку можуть вносити коригування в його величину залежно від конкретних умов функціонування банку з урахуванням ризиків, які він генерує.

Спектр ризиків, втрати за якими покриваються капіталом. Регулятивний капітал передбачений для покриття втрат за ринковим, кредитним та операційним ризиками, а економічний капітал – за всіма видами вимірюваних ризиків банку, зважаючи на їх склад і структуру. Перелік ризиків, на покриття втрат за якими спрямовується економічний капітал, визначається кожним банком самостійно, відповідно до специфіки його діяльності.

Інформаційна база для розрахунку ризиків. При розрахунку величини регулятивного капіталу використовуються дані балансу банку, фінансової та статистичної звітності, а також сукупність нормативно встановлених параметрів. Величина економічного капіталу банку визначається на основі фактичних даних ринку (інформації щодо змін курсів валют; динаміки цін цінних паперів; коливань процентних ставок тощо), а також накопиченої інформації щодо показників діяльності банку протягом тривалого періоду (обсягів і структури наданих кредитів; ймовірності настання дефолту різних груп позичальників;

вартості активів, які підпадають під дію кредитного ризику в разі настання дефолту позичальників; рівня втрат при дефолті; рівня операційних втрат тощо). У процесі розрахунку величини економічного капіталу також використовується інформація щодо встановленого цільового рівня платоспроможності, схильності банку до ризику, довірчого рівня, величини ризикових позицій та прогнозів зміни ринкових і внутрішньобанківських факторів ризику тощо.

Вартісно-орієнтована концепція управління банком. Дотримання показників регулятивного капіталу банку переважно не пов'язано з реалізацією концепції доданої вартості. Однак невиконання встановлених вимог до регулятивного капіталу банку може призвести до зниження його вартості. У свою чергу, економічний капітал банку та "додана вартість" тісно пов'язані між собою. Цільовий стандарт платоспроможності безпосередньо впливає на вартість залучення коштів, знижує ймовірність настання банкрутства банку, а також приймається до уваги у процесі визначення ставки дисконтування грошових потоків.

Цільові показники, до розрахунку яких входить капітал банку. Регулятивний капітал банку є обов'язковим до виконання нормативом достатності капіталу. Він використовується при розрахунку оціночних показників діяльності банку, мінімальний або максимальний рівень яких встановлено центральним банком. Нормативні показники не завжди охоплюють складові всіх вимірюваних банківських ризиків, зокрема це стосується вимог Національного банку України до вітчизняних банків [25]. Водночас, економічний капітал банку використовується при визначенні цільових показників ефективності діяльності (зокрема, RAROC – Risk Adjusted Return On Capital – скоригована на ризик рентабельність капіталу) та достатності капіталу (на покриття неочікуваних втрат), які встановлюються на основі кредитного рейтингу та стандарту платоспроможності.

Напрямок регулювання. У разі використання регулятивного капіталу банку регулювання здійснюється "зверху-вниз", що означає доведення нормативів достатності капіталу від центрального банку до комерційних банків на рівнонапруженій основі для всіх учасників. При використанні економічного капіталу регулювання здійснюється "зверху-вниз", тобто акціонери банку доводять до менеджменту цільовий стандарт платоспроможності. Регулювання також може здійснюватися "знизу-вверх" менеджментом банку в процесі інформування акціонерів банку щодо показників діяльності, які необхідні для виконання цільового стандарту платоспроможності. До того ж, у процесі регулювання використовується комбінований підхід, який врівноважує інтереси акціонерів та менеджменту банку.

Вигода для банку. При використанні регулятивного капіталу вигода для банку є низькою, адже він переважно не задіяний у процесі прийняття управлінських рішень. Вигода від використання економічного капіталу банку є високою, оскільки він виступає дієвим інструментом ризик-менеджменту, планування, ціноутворення тощо.

Важливою теоретичною та практичною проблемою є питання взаємозв'язку, тобто співвідношення між регулятивним та економічним капіталом банку.

У теорії ризик-менеджменту існує точка зору, відповідно до якої можливі три типи ситуацій щодо співвідношення між величиною регулятивного та економічного капіталу банку.

1 ситуація: регулятивний та економічний капітал банку співпадають за величиною. У цьому випадку вимоги наглядових органів до регулятивного капіталу банку відповідають структурі та рівню фактично прийнятих банком на себе ризиків, тобто потребі в економічному капіталі.

2 ситуація: величина регулятивного капіталу банку є більшою за економічний капітал. Фактично це може означати, що оцінка потреби банків у капіталі, яку здійснює наглядовий орган, є завищеною і такою, що не відповідає реальній структурі прийнятих банками ризиків. З іншого боку, існує висока ймовірність побудови в банках неадекватної системи оцінки ризиків. При цьому вони можуть вибрати для себе варіанти поведінки. *По-перше*, якщо банк має відпрацьовану систему розрахунку потреби в економічному капіталі, адекватність якої підтверджено наглядовим органом, то він може застосовувати передовий підхід до розрахунку капіталу. Фактично це веде до визнання наглядовими органами економічного капіталу як такого, що задовольняє встановленим вимогам формування адекватної величини капіталу прийнятими ризиками. *По-друге*, за умови прийняття пасивної позиції – банк може використовувати показник економічного капіталу як універсальний інструмент менеджменту.

3 ситуація: регулятивний капітал банку є меншим за економічний капітал. Це може означати, що банк неправильно оцінює фактичну потребу в капіталі. При цьому він може прийняти одне з таких рішень. *По-перше*, за умови підтвердження коректності дії моделі оцінки банківських ризиків, прийняти її за основу при визначенні реальної потреби в капіталі й у подальшому дотримуватись визначених за моделлю рівнів. *По-друге*, за умови чіткої орієнтації на величину регулятивного капіталу – прийняти рішення про збільшення суми активів, зважених на ризик.

Економічний капітал виступає дієвим інструментом у системі ризик-менеджменту банку. Він використовується за низкою напрямів.

Інструмент єдиного виміру величини ризиків. При проведенні операцій банк наражається на сукупність ризиків, які поділяються на

вимірювані та невимірювані. Економічний капітал банку виступає інструментом оцінки вимірюваних ризиків із урахуванням кореляційних зв'язків між ними. У найбільших американських та європейських банках запроваджена практика побудови моделей економічного капіталу, що передбачають внутрішню оцінку ризиків, на основі прийнятного для акціонерів банку рівня їх покриття. Ці моделі допомагають оцінити потребу в необхідному розмірі капіталу, що максимально відповідає специфіці ризиків банку.

Інструмент ціноутворення. У вітчизняній та зарубіжній практиці в процесі визначення вартості банківських продуктів основний акцент робиться на включення до її складу очікуваних втрат. Водночас, робота банків тісно пов'язана із прийняттям не менш важливої складової – неочікуваних втрат, що виникають незалежно від банку і диференціюються за галузями, ринками, інструментами тощо. Найбільш важливою характеристикою при визначенні розміру неочікуваних втрат є рівень достовірності їх настання. Оскільки кожний напрям діяльності банку характеризується сукупністю властивих йому ризиків, важливим є обчислення притаманної їм суми неочікуваних втрат, які враховуються при розрахунку загальної вартості банківського продукту.

Інструмент оцінки ефективності. Ведення бізнесу передбачає наявність у банку альтернатив інвестування власних і залучених грошових коштів. Проведення аналізу напрямів інвестування здійснюється з огляду на дохідність та ризиковість. Залежно від їх співвідношення, для кожної з альтернатив керівництво банку приймає рішення щодо вибору пріоритетності напрямів інвестування. Економічний капітал як інструмент оцінки ефективності дозволяє виявити найбільш привабливі напрями інвестування ресурсів банку, з одночасним урахуванням встановленого стандарту платоспроможності. При цьому проведення порівняльної характеристики наявних альтернатив інвестування відбувається на основі зіставлення необхідного розміру капіталу банку для забезпечення потенційних ризиків, що генерують інвестиції.

Інструмент розподілу капіталу. Наявні та потенційно нові напрями ведення банківського бізнесу повинні бути забезпечені капіталом, адекватним прийнятим ризикам. У процесі своєї діяльності банк може наражатися на нові ризики, що приймають видозмінену форму залежно від дії зовнішніх та внутрішніх факторів. Банк не може допускати зниження забезпечення ризиків капіталом нижче встановленого рівня. Для розміщення економічного капіталу між напрямками бізнесу здійснюється аналіз структури прийнятих ризиків у статичній та динамічній формі. На основі отриманих даних надаються пропозиції щодо перерозподілу економічного капіталу між напрямками бізнесу, визначається потреба в його додатковому залученні або вилученні.

Рішення щодо додаткового залучення капіталу приймається банком за умови зростання рівня ризиків, а стосовно зменшення величини капіталу – у разі зниження ризиковості банківської діяльності, при згортанні бізнесу та/або стабілізації ринків. Потрібно зазначити, що у практиці активних міжнародних банків прийнято утримувати певний розмір надлишкового капіталу (аналогічно до регулятивного капіталу) для постійної підтримки фінансової стійкості та надійності.

Інструмент матеріального стимулювання. Проведення банківських операцій, аналіз ринку та реалізація вдалих бізнес-проектів неможлива без чіткої роботи персоналу. Для забезпечення ефективної роботи банку працівники мають бути відповідним чином матеріально заохочені. Економічний капітал банку як інструмент матеріального стимулювання використовується при визначенні адекватного розміру винагороди за результатами роботи працівників банку. На основі отриманих даних щодо ефективного проведення конкретними співробітниками операцій (наприклад, із використанням RAROC) у банку приймається рішення щодо встановлення розміру їх винагороди.

Інструмент планування. Для забезпечення ефективності діяльності банку необхідно сформулювати оптимальний плановий баланс і розробити бюджет, що дозволить спрогнозувати структуру активів і пасивів у майбутньому, передбачити зміни у статтях доходів і витрат банку. За допомогою економічного капіталу банк може оцінити найбільш перспективні та привабливі напрями бізнесу, а також визначити складові доходів і витрат за ними. При цьому банк визначає достатній розмір капіталу для прийняття потенційних ризиків, дотримуючись цільового рівня стандарту платоспроможності. Це, у свою чергу, дозволяє оцінити потенційні витрати (доходи) від залучення додаткового капіталу або його вилучення.

Крім того, на основі інформації щодо показника економічного капіталу встановлюються ліміти за окремими продуктами, бізнесами, ринками тощо; здійснюється оцінка ефективності політик та/або систем контролю за ризиками; визначається дивідендна політика, а також оптимальне співвідношення між власним і залученим капіталом тощо.

Узагальнюючи викладене, можна зробити висновок про велике практичне значення економічного капіталу в діяльності банку як універсального інструменту системи ризик-менеджменту, стратегічного планування та бюджетування, матеріального стимулювання тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Alessandri P.* An economic capital integrating credit and interest rate risk in the banking book / P. Alessandri, M. Drehmann. — European Central Bank. Working Paper Series. — No. 1041. — April 2009. — 55 p. — Way of access : <http://www.ecb.europa.eu>.

2. *Bikker J. A.* Economic versus Regulatory Capital for Financial Conglomerates / J. A. Bikker, I. Van Lelyveld // Research Series Supervision. — No 45. — 2002.
3. *Tiesset M.* Regulatory capital and economic capital / Muriel Tiesset, Philippe Troussard // Banque de France, Financial Stability Review. — No 7 [November]. — 2005. — P. 59–74.
4. *Bock J. T.* A capital idea / J. T. Bock // Risk Professional. — 2000. — V. 2, No 9. — P. 37–40.
5. *Elizalde A.* Economic and Regulatory Capital: What is the Difference / A. Elizalde, R. Repullo // CEMFI, Working Paper. — 2004. — No 422.
6. *Falkenstein E.* Accounting for Economic and Regulatory Capital in RAROC Analysis / E. Falkenstein // Bank Accounting and Finance. — 1997. — V. 11, No 11.
7. *Симановский А. Ю.* Достаточность банковского капитала: новые подходы и перспективы их реализации / А. Ю. Симановский // Деньги и кредит. — 2000. — № 6. — С. 20–26.
8. *Управління банківськими ризиками* : навч. посіб. / [Л. О. Примостка, П. М. Чуб, Г. Т. Карчева та ін.] ; за заг. ред. Л. О. Примостки. — К. : КНЕУ, 2007. — 600 с.
9. *Івасів І. Б.* Вартість банку: теорія та управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.00.08 "Гроші, фінанси і кредит" / І. Б. Івасів. — К., 2009. — 32 с.
10. *Міщенко С.* Сутність економічного капіталу та його роль у забезпеченні фінансової стійкості банку / Світлана Міщенко // Вісн. Нац. банку України. — 2008. — № 1. — С. 58–64.
11. *Міщенко В.* Особливості визначення та управління регулятивним капіталом / Володимир Міщенко, Сергій Подік // Вісн. Нац. банку України. — 2008. — № 3. — С. 2–7.
12. *Шульга Н. П.* Банківський контролінг: теорія, методологія, практика : [монографія] / Н. П. Шульга. — К. : КНТЕУ, 2004. — 326 с.
13. *Фрост С. М.* Настольна книга банківського аналітика: Гроші, ризики і професійні прийоми / Фрост Стівен М. ; пер. з англ. ; за наук. ред. М. В. Рудя. — Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. — 672 с.
14. *Matten C.* Managing bank capital: Capital allocation and performance measurement / C. Matten. — 2nd ed. — Chichester : John Wiley & Sons, Ltd., 2000
15. *Енциклопедія фінансового ризик-менеджмента* / [В. Е. Барбаумов, М. А. Рогов, Д. Ф. Щукин и др.] ; под ред. А. А. Лобанова, А. В. Чугунова. — 2-е изд. ; перераб. и доп. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. — 878 с.
16. *Судаков А. А.* Оценка и управление рисками, раскрытие информации в международных стандартах финансовой отчетности / А. А. Судаков // Материалы семинара "Развитие современных аналитических и управленческих технологий в условиях перехода коммерческих банков на МСФО", 2002. — Режим доступа : http://www.bankclub.ru/seminar-article.htm?seminar_id=4&article_id=75.
17. *Конузін В.* Расчет RAROC для банковских учреждений / Василий Конузін. — Режим доступа : <http://www.finrisk.ru/article/bankrapoc/index.html>.
18. *Milne A.* Bank capital and risk-taking / A. Milne, E. Whalley // Working paper, No. 90. — Bank of England, 1998.

19. *Carey M.* Dimension of credit risk and their relationship to economic capital requirements / M. Carey, F. S. Mishkin // Prudential supervision: What works and what doesn't. — Chicago : The University of Chicago Press, 2001. — P. 197–232.
20. *Haubenstein M.* A framework for attributing economic capital and enhancing shareholder value / M. Haubenstein, F. Morisano, M. Lore, L. Borodovsky // The professional's handbook of financial risk management. — Oxford : Butterworth-Heinemann, 2000. — P. 657–689.
21. *Overbeck L.* Allocation of economic capital in loan portfolios / L. Overbeck, J. Franke, W. Hardle, G. Stahl // Measuring risk in complex stochastic systems. Lecture notes on statistics ; Volume 147, Chap. 1. — N.Y. : Springer Verlag, 2000.
22. *Синки Дж.* Финансовый менеджмент в коммерческом банке и в индустрии финансовых услуг / Джозеф Синки мл. ; пер. с англ. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. — 1018 с.
23. *Range of Practice and Issues in Economic Capital Modeling* / Basel Committee on Banking Supervision. — 2008. — August. — 65 p.
24. *Robert L. Burns.* Economic capital and the assessment of capital adequacy / Robert L. Burns // Supervisory Insights. — 2004. — Winter. — Vol. 1., Issue 2. — P. 5–16.
25. *Про затвердження Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні* : затв. постановою Правління Національного банку України від 28 серп. 2001 р., № 368 [із змін. та допов.] // Офіційний вісник України. — 2001. — № 40. — С. 83. — (Ст. 1813, код акту 20055/2001).

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ЛІЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ЛІСОВСЬКА Н., аспірант кафедри фінансів КНТЕУ

Розвиток техніко-технологічної бази виробництва (діяльності), який за належних умов господарювання має супроводжуватися систематичним її оновленням, потребує значних інвестиційних ресурсів. Однак сучасний етап господарювання для переважної більшості його суб'єктів позначено різким спадом або цілковитим припиненням інвестування виробництва (діяльності) за рахунок власних коштів. У разі тимчасового браку чи нестачі власних інвестицій і сучасних засобів праці підприємства та організації можуть скористатися для оновлення й розвитку своєї технічної бази таким поширеним у світі методом фінансування, як лізинг.

© Лісовська Н., 2010

Актуальність розвитку лізингу в Україні, зокрема формування лізингового ринку, обумовлена передусім несприятливим станом парку устаткування: значна питома вага морально застарілого устаткування, низька ефективність його використання, відсутність забезпеченості запасними частинами. Лізинг є чудовою альтернативою банківському кредитуванню та дієвим інструментом процесу ефективного оновлення основних засобів і технологій підприємств усіх напрямів економічної діяльності. Не секрет, що гарантією та запорукою успішного розвитку будь-якої підприємницької діяльності є її надійне правове забезпечення; і навпаки, правова невизначеність відносин партнерів стає однією з причин, що стримує підприємницьку ініціативу. Лізинговий бізнес не є винятком. Наявність ефективного державного регулювання лізингових відносин, створення сприятливого економічного середовища, стабілізація політичної ситуації, удосконалення законодавчої та інформаційної бази сприятимуть розвитку в Україні стабільного, прозорого, побудованого на конкурентних засадах ринку лізингу.

Різні аспекти регулювання лізингової діяльності висвітлювали у своїх працях В. Бойко, Н. Внукова, В. Газман, А. Левкович, О. Ольховиков, Ю. Сосюрко, Г. Холодний [1–7]. Аналіз робіт цих авторів дозволяє констатувати, що сьогодні відсутній єдиний підхід до визначення сутності державного регулювання лізингової діяльності. Подальше дослідження цього питання, розробка й удосконалення методів та інструментів державного регулювання буде сприяти розвитку ринку лізингових послуг, це і обумовлює актуальність статті.

Регулювання державою лізингової діяльності виступає одним із найбільш важливих факторів розвитку та укорінення "правильного" лізингу на ринку фінансових послуг. Державне регулювання – це здійснення державою комплексних заходів щодо впорядкування, контролю, нагляду за ринком лізингу і запобігання зловживанням і порушенням у цій сфері.

У питаннях державного регулювання провідну роль відіграє правове забезпечення лізингової діяльності. У нормативно-правовому забезпеченні лізингу чільне місце посідає Закон України "Про фінансовий лізинг". Після приєднання України до Конвенції "Про міжнародний фінансовий лізинг" Верховна Рада України у 2006 р. ухвалила Закон "Про приєднання України до Конвенції УНІДРУА про міжнародний фінансовий лізинг". Норми, що регулюють деякі питання лізингової діяльності містяться також у Цивільному та Господарському кодексах України, а також у Законах України "Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг", "Про податок на додану вартість", "Про оподаткування прибутку підприємств" тощо. Однак питання щодо організації, надання та розвитку лізингових послуг чітко не прописані у законодавстві. Норми загального і спеціального права не узгоджені між собою, спеціальні закони суперечать один одному, а деякі питання, що виникають у процесі

здійснення лізингової діяльності, взагалі не регулюються. Проаналізувавши стан державного регулювання в Україні можна констатувати, що потребують розробки напрями удосконалення на законодавчому рівні та прикладні аспекти, а саме: визначення, систематизація та удосконалення системи заходів регулювання лізингової діяльності на рівні держави з урахуванням основних тенденцій, особливостей, процесів та явищ, що відбуваються на сучасному етапі в економіці, суспільному й політичному житті держави, а також світового досвіду, впровадження заходів щодо створення сприятливого податкового клімату, розширення джерел залучення коштів для фінансування лізингових операцій, удосконалення механізмів страхування та інші.

Проблемою для аналізу та регулювання ринку лізингу є відсутність офіційної статистики щодо обсягів проведення лізингових операцій суб'єктами господарювання, як у цілому в економіці, так і в окремих галузях: відсутня повна інформація про обсяги вітчизняної та імпоротної техніки, наданої в лізинг, в які галузі спрямовується ця техніка тощо. Ситуація ускладнюється ще й тим, що значна частина операцій, які вважаються лізинговими, є по суті продажем на виплат (розстрочкою), і навпаки, операції, що де-факто проводяться за лізинговими схемами, через несприятливе законодавче середовище оформлюють договорами купівлі-продажу із розстроченням платежів або договорами оренди.

За рівнем правового забезпечення лізингових відношень можна виокремити три основні групи країн [8]:

- країни, в яких прийнято спеціальні закони, що регулюють лізингові угоди (континентальні країни Західної Європи: Франція, Бельгія, Італія);
- країни, в яких регулювання відбувається спеціальними підзаконними актами (країни "загального права" – Англія, Австралія);
- країни, що не мають спеціального законодавства (США, Німеччина).

У країнах першої групи регламентуються взаємовідносини не тільки між основними партнерами (лізингодавцем і лізингоотримувачем), а й між лізинговою компанією і постачальником, тобто весь комплекс тристоронніх майнових відношень, що виникають при лізингу. У другій групі країн правове регулювання лізингу здійснюється залежно від вартості майна, переданого в тимчасове користування, і від суб'єктів лізингової угоди. В англійському праві договори лізингу та майнового найму належать до групи відносин, які називаються залежним утриманням. У країнах третьої групи стосовно лізингових угод широко використовуються також загальні положення цивільного і торгового права.

Для більш глибокого розуміння доцільно розглянути поняття "лізингу" в історичному аспекті. Деякі дослідники вважають, що всі економіко-правові відносини, пов'язані з лізингом, належать до нового або новітнього періоду історії господарських взаємозв'язків, але це не зовсім так. Документи свідчать, що оренда (лізинг) є відомою формою суспільних правовідносин із давніх часів. Саме тому, на думку інших науковців, лізинг має глибоке історичне коріння.

Ідея лізингу є далеко неновою, хоча сам термін "лізинг" (від англ. – *leasing*) з'явився порівняно недавно. Розкриття сутності лізингової угоди виникло у часи Аристотеля (384/383 – 322 рр. до н.е.). Про цей вид угод було відомо ще у стародавньому Шумері (приблизно 2000 р. до н.е.). Зокрема, глиняні таблички, знайдені в шумерському місті Ур, містять відомості про оренду сільськогосподарських знарядь, землі, джерел води, волів та інших тварин. Інші стародавні цивілізації (греки, римляни та єгиптяни) вважали оренду доступним і вигідним (можливо, єдиним) засобом придбання устаткування, землі та домашньої худоби. З історії відомо, що у різні часи орендувалися не тільки різноманітні типи сільськогосподарської техніки і промислове устаткування, а й навіть військова техніка. Першу практично проведену лізингову угоду варто віднести до 1066 р. [8].

У XI ст. у Венеції практикувалася угода, близька за змістом до сучасної лізингової угоди. Венеціанці здавали в оренду торговцям і власникам торгових суден дороги на ті часи якорі, які по закінченні плавання поверталися власникам і потім знову здавалися в оренду. В Росії поняття "лізинг" з'явилося під час Другої світової війни, коли в 1941–1945 рр. здійснювалося постачання американської техніки. Однак, порівняно з іншими країнами, лізинг у Росії не набув значного поширення [8].

Лізинг – це фінансова операція, у процесі якої формується комплекс майнових і економічних відносин, що виникають у зв'язку з придбанням у власність майна і подальшою здачею його в тимчасове користування за певну плату. Суть лізингової операції полягає у тому, що лізингоодержувач (за відсутності вільних фінансових коштів) звертається до лізингодавця (лізингової компанії) з метою підписання лізингової угоди, згідно з якою лізингоодержувач має можливість обрати продавця, який володіє необхідним майном, а лізингодавець, у свою чергу, купує це майно (предмет лізингу) і передає лізингоодержувачу в тимчасове володіння і користування на платній основі. Розрізняють оперативний і фінансовий лізинг. Залежно від специфіки лізингових операцій буває прямий, зворотний і міжнародний лізинг.

Фінансовий лізинг в Україні – це господарська операція фізичної чи юридичної особи, що здійснюється відповідно до договору (договір фінансового лізингу), згідно з яким особа (лізингоотримувач), що

отримує майно в користування від власника цього майна (лізингодавця) і здійснює періодичні виплати (лізингові платежі) власнику майна, як правило, протягом усього строку дії договору. Фінансовий лізинг відрізняється від оперативного лізингу тим, що за економічним змістом фінансовий лізинг – це продаж лізингодавцем майна лізингоотримувачу. Таким чином, економічна суть фінансового лізингу полягає саме у продажу, а не в оренді майна.

Оперативний лізинг – це господарська операція фізичної чи юридичної особи, що передбачає, згідно з договором оперативного лізингу (оренди), передачу лізингоотримувачу за його замовленням у користування на платній основі предмету лізингу (що підпадає під визначення основних фондів) від лізингодавця на строк, менший, ніж строк, за який амортизується 90 % вартості об'єкта лізингу, що визначена в день підписання договору.

Прямий лізинг має місце у випадку, коли виробник устаткування самостійно, без послуг посередника здає об'єкт у лізинг (оренду), тобто постачальник і лізингодавець виступають в одній особі. У цьому випадку має місце двостороння угода.

Зворотний (поворотний) лізинг виражає сукупність взаємин контрагентів у рамках двосторонньої лізингової угоди. У випадку зворотного лізингу підприємство, яке має устаткування, але не має достатньої кількості засобів для виробничої діяльності, знаходить лізингову компанію і продає їй своє майно, а остання, у свою чергу, здає його в лізинг тому самому підприємству, яке на цьому етапі вже виконує роль лізингоодержувача [9].

Міжнародний лізинг має місце у тому випадку, коли місця здійснення підприємницької діяльності лізингодавця і лізингоотримувача знаходяться в різних державах. Лізингова операція вважається також міжнародною, якщо майно або платежі перетинають державні кордони. Угода, за якою лізингодавець купує обладнання у національного підприємства, а після цього передає його іноземному підприємцю за кордон, називається експортним лізингом. Якщо обладнання купується в іноземній фірмі і передається для використання вітчизняному підприємцю, угода називається імпортом лізингом. Міжнародні угоди регулюються Конвенцією УНІДРУА про міжнародний фінансовий лізинг.

У лізинговій діяльності існує таке поняття як сублізинг. Це вид піднайму предмета лізингу, відповідно до якого лізингоодержувач за договором лізингу передає третім особам (лізингоодержувачам за договором сублізингу) у користування за певну плату на погоджений строк відповідно до умов договору сублізингу предмет лізингу, початково отриманий від лізингодавця за договором лізингу [10].

Лізингова угода – трестороння угода, за якої лізингодавець купує у виробника (власника) майно на вибір лізингоотримувача, що і

передається в розпорядження останньому; це лізинговий контракт, що містить суму і термін дії угоди, розмір орендної плати, процентну ставку, залишкову вартість майна по закінченню терміну оренди, протокол прийому майна орендарем від виробника (колишнього власника), умови страхування майна, періодичність платежів, варіанти володіння майном по закінченню терміну оренди, повні реквізити сторін, додаткові умови тощо [9].

Однією з основних умов лізингового договору є визначення розміру лізингових платежів, а саме:

- амортизаційні відрахування, тобто суму, яка відшкодовує під час кожного платежу частину вартості об'єкта лізингу, що амортизується протягом строку, за який вноситься лізинговий платіж;
- плату за користування кредитними ресурсами (суму, що сплачується лізингодавцю як відсоток за залучений ним кредит для придбання майна за договором лізингу);
- комісійну винагороду лізингодавцю за отримане в лізинг майно у відсотках від його балансової або середньорічної вартості;
- відшкодування страхових платежів за договором страхування об'єкта лізингу, якщо об'єкт застрахований лізингодавцем;
- інші витрати лізингодавця, передбачені договором лізингу. В операціях міжнародного лізингу сплачуються державне мито, податок на додану вартість й акцизний збір за ввезення об'єктів лізингу на митну територію України.

Крім основних умов у договорі лізингу доцільно зазначити: порядок прийому-передачі об'єкта лізингу, права і обов'язки сторін, відповідальність сторін у випадку невиконання чи неналежного виконання умов договору, причини та умови розірвання договору, умови ремонту, технічного обслуговування і страхування об'єкта лізингу, можливість передачі предмета лізингу в сублізинг [10]. Для міжнародних договорів лізингу вкрай важливо зазначити, право якої з країн застосовуватиметься до конкретного договору, а також який судовий орган розглядатиме спори у випадку виникнення останніх.

Щодо суб'єктів лізингу, то за договором фінансового лізингу лізингодавцем може виступати лише юридична особа, а стосовно інших учасників лізингових правовідносин законодавчі обмеження не встановлені. Тобто лізингоотримувач і продавець (постачальник) можуть бути як юридичною, так і фізичною особами. Згідно з вітчизняним законодавством предметом лізингу не можуть бути земельні ділянки та інші природні об'єкти, єдині майнові комплекси підприємств та їх відокремлені структурні підрозділи, такі як філії, цехи тощо.

Оподаткування лізингових операцій суттєво відрізняється залежно від виду лізингу. Передача майна в оперативний лізинг не змінює податкових зобов'язань сторін. Лізингодавець збільшує суму валових доходів, лізингоодержувач суму валових витрат на суму нарахованого лізингового платежу за результатами податкового періоду, коли здійснювався сам платіж. Передача майна на умовах фінансового лізингу прирівнюється до продажу об'єкта в момент його передачі. При нарахуванні лізингового платежу, лізингодавець збільшує валові доходи, а лізингоотримувач валові витрати на суму платежу без урахування компенсації частини вартості предмета лізингу. У свою чергу, лізингодавець зменшує відповідну групу основних фондів (за умови, що об'єкт лізингу був на балансі лізингодавця) на суму платежу без урахування відсотків і комісії за послуги лізингу, а лізингоотримувач, відповідно збільшує аналогічну групу фондів [11].

У випадках, коли в майбутніх податкових періодах лізингоотримувач повертає предмет фінансового лізингу лізингодавцю без придбання об'єкта у власність, ця передача позиціонується як зворотній продаж предмета лізингу лізингоотримувачем лізингодавцю.

Оподаткуванню податком на додану вартість підлягають не всі операції. Як приклад можна навести операції передачі майна або повернення раніше переданого в оперативний лізинг [12]. Передача майна у фінансовий лізинг прирівнюється до операції купівлі-продажу, отже, оподатковується податком на додану вартість.

У світовій практиці лізингові послуги широко використовуються та є однією з форм капітальних інвестицій у виробництво. Згідно з даними Світового банку європейські країни через лізингові послуги здійснюють від 15% до 30 % інвестицій в основні фонди підприємств. У США та країнах Європи цей вид фінансових послуг досить активно використовується, що пояснюється сприятливими економічними умовами для їх розвитку. Підприємницькі структури цих країн мають підтримку держави, що дало змогу підприємствам розвиватися за рахунок інвестицій через лізинговий механізм [13].

Протягом кількох останніх років популярність лізингу як альтернативного фінансового інструменту суттєво зросла. Упродовж 2007–2008 рр. кількість лізингових компаній збільшилася на 38 %. Цьому сприяло декілька факторів: насамперед зростання зацікавленості у лізингу з боку іноземних банків, що увійшли на український ринок; зростання обізнаності щодо лізингу серед широкої громадськості та державних службовців; стрімкий розвиток фінансових ринків України, а також розширення доступу до кредитних ресурсів [14]. Загальна вартість портфеля лізингових угод зросла приблизно на 42 %, кількість працівників у лізинговій індустрії також збільшилась на

34 %, та становила майже 1.9 тис. осіб (до початку світової економічної кризи). Усе більше лізингових компаній відкривають свої філії та представництва в регіонах, але найбільша частка (72 %) компаній зосереджена в Києві. За вартістю портфеля лізингових угод залізничний транспорт посідає перше місце, але найпопулярнішим активом залишаються легкові автомобілі. Одночасно спостерігається значне зростання лізингових угод стосовно телекомунікаційного та комп'ютерного обладнання, а також угод пов'язаних із сільськогосподарською технікою [13]. Джерела фінансування для лізингових компаній стали більш різноманітними. Середній авансовий платіж у 2008 р. зменшився з 20 до 18.9 %, що свідчить про зменшення частки фінансування лізингових угод за рахунок лізингоодержувача. Частка банківського фінансування лізингових угод має тенденцію до зростання, за 2008 р. вона становила близько 70 % усіх джерел фінансування, що використовуються лізинговими компаніями [15].

Оцінка обсягів ринку лізингу може базуватися на декількох основних показниках, а саме:

- загальній вартості активів, що були надані в лізинг упродовж року;
- загальній вартості лізингових угод, укладених упродовж року;
- обсязі портфеля лізингових угод станом на певну дату (як правило на кінець року). Під портфелем слід розуміти повну суму всіх лізингових платежів, за всіма угодами, що не завершені станом на певну дату.

Упродовж останніх двох років усі наведені вище показники ринку лізингу в Україні демонстрували позитивну динаміку. На думку генерального директора VAB-лізинг Л. Золотарьової, лізинг здатний задовольнити попит на фінансування для купівлі основних засобів для розвитку бізнесу, він має низку переваг порівняно зі споживчим кредитом, а саме: короткі строки прийняття рішення, більш лояльні умови лізингу, страховий і сервісний супровід, податкові пільги для юридичних осіб. Серед останніх можна назвати такі: 100 % комісії лізингодавця відноситься на витрати лізингоотримувача; майно відноситься на баланс лізингоотримувача, що дає йому право нарахування амортизації на об'єкт лізингу; лізингоотримувач отримує податковий кредит по ПДВ від усієї вартості майна на момент отримання останнього в користування; комісія лізингодавця, у свою чергу, вільна від оподаткування ПДВ у розмірі подвійної облікової ставки НБУ; 100 % вартості пального відносять на валові витрати лізингоотримувача для вантажного автотранспорту, що використовується в основній діяльності [16].

Так чому ж лізинг вважається простішим і кращим за кредит? Умови лізингу досить прозорі, що обумовлено відсутністю прихованих

платежів. Якщо існує необхідність, лізингова компанія підбирає обладнання, техніку (будь-яке інше майно) згідно з побажаннями клієнта та відповідними специфікаціями, здійснює доставку, перевірку та введення в експлуатацію. Крім того, існує спрощена система оцінки платоспроможності лізингоотримувача, що дозволяє заощадити час, та дає можливість підібрати найбільш оптимальні фінансові умови оплати з різними варіантами для лізингоотримувача. Отримане в лізинг майно можливо використовувати без прив'язки до місцезнаходження лізингової компанії, що спрощує ведення господарської діяльності лізингоотримувача. Лізингодавець значно полегшує спілкування лізингоотримувача, а часто повністю "бере не себе" всі контакти зі страховою компанією, надає низку додаткових послуг з обслуговування об'єкта лізингу [16]. Предмет лізингу не може бути конфіскований за зобов'язаннями лізингоотримувача, на нього не може бути накладено арешт. Лізингоотримувач може придбати об'єкт лізинга у власність протягом строку лізингу або по його закінченню за ціною нижче ринкової, адже лізингові платежі є фіксованими на відміну від орендних. Перехід права власності на предмет лізингу від лізингодавця до лізингоотримувача після сплати вартості об'єкта у складі лізингових платежів гарантується не лише договором лізингу, а й Законом України "Про фінансовий лізинг". Щомісячні лізингові платежі цілком порівнювані з орендними платежами за аналогічне майно, але при цьому предмет фінансового лізингу стає власністю лізингоотримувача.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що важливою умовою розвитку лізингових відносин є створення сучасного мобільного законодавства, що стимулюватиме ділову активність усіх учасників лізингових угод (лізингових фірм, банків, підприємств виробничої та сервісної сфери, потенційних лізингоодержувачів), та цілеспрямований вплив органів державного управління на економічні інтереси учасників лізингових відносин із метою створення умов для виконання лізингом його інвестиційних, виробничих та інших функцій на мікро- та на макроекономічному рівнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Бойко В. О.* Удосконалення взаємодії фінансових структур при наданні кредитних послуг / В. О. Бойко // Зб. наук. пр. Нац. Акад. держ. упр. при Президентові України. — К. : Вид-во НАДУ. — 2004. — Вип. 1. — С. 123–128.
2. *Внукова Н. Н.* Мир лизинга / Н. Н. Внукова, О.В. Ольховиков. — Х. : Основа, 1994. — 224 с.
3. *Газман В. Д.* Лизинг: теория, практика, комментарии / В. Д. Газман. — М. : Фонд "Правовая культура", 1997. — 416 с.
4. *Левкович А. О.* Формирование рынка лизинговых услуг / А. О. Левкович. — М. : Изд. деловой и учеб. лит., 2004. — 336 с.

5. *Ольховиков О. В.* Лизинговый бизнес в Украине / О. В. Ольховиков. — Х. : Константа, 1998. — 178 с.
6. *Підготовка та проведення лізингових операцій у сфері екології. Практичні рекомендації* / Ю. В. Сосюрко, В. Я. Жуйков, Л. С. Золотарьова, Ю. С. Петергеря ; під ред. Ю. В. Сосюрка. — К. : Аверс, 2000. — 216 с.
7. *Холодний Г. О.* Лізинг в інвестиційному механізмі інноваційного розвитку підприємств / Г. О. Холодний. — Х. : КНЕУ, 2007. — 196 с.
8. *Грищенко О.* Фінансовий лізинг: історія, сучасність та перспективи розвитку / О. Грищенко. — Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2192>.
9. *Осовська Г. В.* Економічний словник / Г. В. Осовська, О. О. Юшкевич, Й. С. Завадський. — К. : Кондор, 2007. — С. 164–165.
10. *Про фінансовий лізинг* : Закон України від 16 груд. 1997 № 723/97-ВР зі змінами та допов. [остання редакція від 16 січ. 2004 р.]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
11. *Про оподаткування доходів підприємств* : Закон України від 28 груд. 1994 р. № 334/94-ВР зі змінами та допов. [поточна редакція від 01 січ. 2010 р.]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
12. *Про податок на додану вартість* : Закон України від 03 квіт. 1997 р. № 168/97-ВР зі змінами та допов. [остання редакція від 01 січ. 2010 р.]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
13. *Брус С. І.* Розвиток ринку лізингових послуг в Україні / С. І. Брус // Фінанси України. — 2008. — № 11. — С. 75–85.
14. *Поюн В.* Український авіаринок: перспективний, але вразливий / В. Поюн, О. Доб'я // Дзеркало тижня. — 2008. — №7. — С. 13.
15. *Попов А. Н.* Пути формирования эффективной финансовой системы лизинга / А. Н. Попов // Финансовый бизнес. — 2008. — № 1. — С. 9–18.
16. <http://www.prostobiz.finance/lizing/sovety>.

СУТНІСТЬ ІНТЕГРАЦІЇ БАНКІВСЬКОГО ТА СТРАХОВОГО КАПІТАЛІВ

КУЧЕРЕНКО В., аспірант кафедри фінансів КНТЕУ

Фінансова глобалізація, поступове знищення законодавчих та економічних бар'єрів руху капіталів, підвищення конкуренції, концентрація капіталів призводить до неминучих інтеграційних процесів на фінансовому ринку України. Значущість цих процесів вимагає більш детальної уваги науковців, саме тому визначення сутності

© Кучеренко В., 2010

ВІСНИК КНТЕУ 1/2010

101

інтеграції банківського та страхового капіталів є актуальною темою дослідження.

Дослідженню інтеграції банківського та страхового капіталів присвячені наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених: О. Бігуна [1], А. Василенко [2], О. Гаманкової [3], Д. Гармаша [4], М. Клапківа [5], І. Кожевнікової [6], В. Корнеєва [7], В. Кузьмінського [8], Л. Кузнецової [9] та ін.

Метою дослідження є визначення поняття "інтеграція банківського та страхового капіталів", характеристика та аналіз цього явища, розгляд можливих форм та особливостей інтеграції.

Взаємодія банків і страхових компаній, яка чітко простежується в історії розвитку фінансового ринку, перш за все пояснюється тим, що конкурентним банківському капіталу за розміром може бути тільки страховий. Передумовою та рушійною силою інтеграційних процесів з боку страхової компанії є існування у страховому бізнесі значних грошових ресурсів, дуже привабливих для банків "довгих грошей", які потребують професійного інвестування, збереження та примноження; а з боку банків – необхідність компетентного управління фінансовими ризиками, існування великої клієнтської бази, легкий доступ до споживачів фінансових ресурсів, потреби яких постійно змінюються, розвиваються і вимагають розширення асортименту послуг.

Аналізуючи інтеграційні процеси між банками і страховими компаніями, Л. Кузнецова зазначає, що прояви взаємодії фінансових посередників мають 140-річну історію [10, с. 22]. Першопрохідцем у цій сфері був Ф. Райффайзен, який поєднав теоретично і практично кредитну та страхову діяльність в одній фінансовій установі – кредитній спілці, довівши перевагу такого фінансового тандему [5, с. 367].

Найперші прояви інтеграційних процесів між банківською і страховою діяльністю, вважають П. Щедрий, О. Бігун і М. Полевик, відбувалися у страхуванні кредитів, а саме в їх найдавнішій формі – угоді комісії, за якою підписувалася додаткова угода делькредере. Згідно з цією угодою комісіонер за додаткову винагороду, яка вважалася платою за взяття ризику, гарантував комітентові, що вексель на проданий у кредит товар буде викуплено у визначений строк. Отже, така угода являє собою початкову форму страхування кредитів з усіма традиційними атрибутами страхової операції: ризиком неповернення кредиту, встановленим обсягом відповідальності, страхової премії у формі плати за взяття ризику та реальним відшкодуванням збитків [1, с. 65].

Концепція продажу фінансовими установами банківських і страхових продуктів у деяких країнах відома й успішно реалізується універсальними банками ще з 1920-х років. Наприклад, у канадській провінції Квебек банк *Mouvement Desjardins* надає страхові та банківські послуги більше ніж 50 років, а досвід банкострахування в

Індії має 40-річну історію. Однак найбільшій популярності банківське страхування набуло в кінці 70-х років ХХ ст. у Франції [11].

Інтеграційні процеси між банківською і страховою діяльністю мають давню історію. Для більш чіткого розуміння сутності інтеграції банківського і страхового капіталу, необхідно розібратися в категоріальному апараті понять.

Існує багато підходів до визначення інтеграції, всі вони сходяться до термінів "цілісність", "єдність", "взаємодія", "узгодженість". В основному науковці трактують інтеграцію як об'єднання окремих частин в одне ціле. Цей термін має подвійну природу, оскільки може виступати і як стан, і як процес. Інтеграція як процес виявляє динамічний характер, отже, має свою еволюцію і розвиток. Умовою інтеграції вважають існування взаємодії, узгодженості, взаємовпливу, взаємозалежності у системі. В. Андрійчук дає найбільш точне визначення інтеграції з позиції економічної сутності цього процесу як організаційного поєднання технологічно пов'язаних між собою різних видів діяльності з притаманними їм функціями з метою виробництва кінцевого продукту і доведення його до споживача, а також досягнення на цій основі вищих економічних результатів [12].

Інтеграція банків і страхових компаній обумовлена спільністю та поєднанням основних функцій, які виконують ці фінансові інститути: функція капіталізації для банку та ризикова функція для страхової компанії за обов'язкової умови взаємної вигоди таких відносин. Отже, функція залучення грошових коштів банків і накопичувальна функція страховиків, по суті, є спільною функцією капіталізації.

Основу інтеграції банків і страхових компаній визначають економічні відносини, пов'язані з акумуляцією та використанням грошових доходів й вільних фінансових ресурсів населення і підприємств, а також із функціями, які виконують ці фінансові установи. Діяльність банків і страхових компаній обумовлена загальною потребою в капіталізації вільних грошових коштів юридичних та фізичних осіб, заснована на їх акумуляції та інвестуванні [6, с. 18].

Головним і ключовим аспектом можливості поєднання діяльності двох фінансових посередників є грошові кошти, які постійно перебувають в обігу, змінюють свою форму, власника і врешті-решт перетворюються у капітал. Більшість науковців трактують капітал банку як сукупність фінансових ресурсів, якими розпоряджається банк з метою здійснення банківської діяльності й отримання прибутку.

Досліджуючи капітал банку як економічну категорію, Н. Ткачук наводить позиції різних науковців щодо визначення цього поняття і пропонує своє трактування: банківський капітал – сукупність власних, залучених і позичених коштів, які перебувають у розпорядженні банку і використовуються ним для формування матеріальних, нематеріальних та фінансових активів у грошовій формі для здійснення своєї

діяльності з метою отримання прибутку [13, с. 174]. Майже подібне трактування наводить О. Петрук, який ототожнює поняття банківського капіталу з банківськими ресурсами, під якими розуміє сукупність грошових коштів, що знаходяться в розпорядженні банків та використовуються ними для виконання активних та інших операцій [14, с. 17].

Банківський капітал, на думку А. Герасимович, це грошові кошти та виражена у грошовій формі частка матеріальних, нематеріальних і фінансових активів, що перебувають у розпорядженні банків і використовуються ними для здійснення операцій з розміщення коштів і надання послуг з метою одержання прибутку [15, с. 20]. А. Вожжов та А. Клименко розглядають капітал банку як самозростаючу вартість та як заборгованість банку перед його учасниками. Вони трактують цей термін як сукупність ресурсів, внесених учасниками банку, вартість яких підвищується за рахунок їх ефективного використання, а також через додаткові внески учасників. Науковці зазначають два аспекти природи банківського капіталу: капітал банку – це заборгованість перед учасниками; капітал банку – це засіб отримання доходу [16, с. 18]. М. Алексєнко наводить таке визначення банківського капіталу – кошти і виражена у грошовій формі частка майна, що перебувають у розпорядженні банків і використовуються ними для здійснення операцій із розміщення коштів та надання послуг із метою одержання прибутку [17, с. 123].

У результаті порівняння визначень різних авторів, можна дійти висновку, що найбільш влучне і конкретне тлумачення терміна "банківський капітал" пропонує О. Дзюблюк. Науковець визначає банківський капітал як сукупність власних і залучених ресурсів, які використовуються банком для кредитно-інвестиційних операцій з метою одержання прибутку [18, с. 11].

Сутність поняття "капітал страховика" формується під впливом особливостей і специфіки страхової діяльності. Страхова компанія, з одного боку, надає страхові послуги, а з іншого – акумулює значні фінансові ресурси і виступає інвестором або продавцем тимчасово вільних грошових коштів. Економічну природу цього поняття слід розглядати з позицій мети та завдань створення та функціонування страхової компанії як фінансового інституту. Це дає можливість визначити джерела формування капіталу та напрями їх уособлення в активах страховика.

Термін "страховий капітал" Н. Нагайчук порівнює з банківським капіталом і, поділяючи думку А. Вожжова, робить висновок, що капітал страхової компанії – це всі ресурси, які перебувають в її розпорядженні [19, с. 83]. На думку Н. Нагайчука, капітал страховика є основою його діяльності й сукупності фінансових ресурсів: власних, залучених чи запозичених, які перебувають у розпорядженні страхо-

вика і використовуються для забезпечення його діяльності та отримання прибутку [10, с. 108].

Капітал страховика А. Василенко розглядає з інвестиційних позицій і зазначає, що на стадії залучення він переважно перебуває у грошовій формі, а в подальшій інвестиційній діяльності страховика частина капіталу трансформується в активи, формуючи інвестиційний портфель страховика. Отже, науковець допускає існування капіталу страхової компанії у двох формах: грошовій і в формі інвестованих активів [2, с. 41].

На думку О. Гаманкової, капітал страховика у грошовій формі – це фінансові ресурси, які знаходяться у його розпорядженні. Отже, науковець пропонує ототожнювати поняття "фінансові ресурси" і "капітал", оскільки перший є капіталом, представленим у грошовій формі [3]. Таку позицію поділяє й О. Ромащенко, який, розглядаючи фінансові ресурси страхового ринку, має на увазі його капіталізацію [20].

Проаналізувавши трактування науковців, можна дійти висновку, що капітал страхової компанії – це фінансові ресурси, що являють собою сукупність власних, залучених чи запозичених грошових коштів або активів у матеріальній чи нематеріальній формі, використовуються для забезпечення діяльності страхової компанії й отримання прибутку.

Питанню інтеграції капіталів присвячена стаття В. Кузьмінського "Теоретичні основи інтеграції капіталів", в якій автор наводить думку німецького вченого ХХ ст. Р. Гільфердинга про існування фінансового капіталу як об'єднання промислового і банківського. Потрібно погодитися з автором, що сучасні ринкові умови, підвищення конкуренції та бурхлива інноваційна діяльність значно розширили поняття промислового і банківського капіталів, отже, розширилося і поняття фінансового капіталу за Гільфрердингом, який у ХХІ ст. містить нові форми: банківський, страховий, пенсійний, інвестиційний тощо. На думку В. Кузьмінського, банківський і страховий капітал – це складові фінансового капіталу, який представлений на ринку сукупністю фінансових посередників і має на меті формування інвестиційного потенціалу [8, с. 125].

Вітчизняна дослідниця Л. Кузнєцова дуже вдало зазначає, що виконання своїх прямих функцій фінансовими посередниками реалізує досягнення їх головного завдання, а саме: забезпечення ефективного розміщення наявного капіталу шляхом акумуляції та інвестування грошових ресурсів фізичних та юридичних осіб [9]. Потрібно зазначити, що метою будь-якої господарської діяльності є отримання прибутку, а тому ефективне розміщення капіталу можливе тільки за умови прибутковості цієї діяльності.

Для виконання своєї головної функції страхові компанії акумулюють фінансові ресурси та нагромаджують капітал для подальшого його розміщення в різноманітні фінансові інструменти та фонди з метою створення резервів майбутніх виплат по страхових подіях. Банк

бере участь у цьому процесі. *По-перше*, банківська установа є депозитарієм, приймаючи та зберігаючи грошові кошти страховика на задалегідь визначених умовах строковості й повернення. Однак для забезпечення ліквідності й можливості повернути кошти на першу вимогу, банк встановлює плату у формі розміщення страховою компанією грошових коштів на депозитний рахунок банку. *По-друге*, банк є розпорядником грошових коштів страхової компанії, інвестуючи їх у фінансові інструменти, фонди або в реальний сектор економіки з метою отримання прибутку. Крім цього, банк також може управляти продажем цінних паперів страховика на фондовому ринку. Запорука здійснення цих операцій – капітал, який є основою як банківської, так і страхової діяльності, гарантом надійності, платоспроможності.

Таким чином, інтеграцію банківського і страхового капіталу можна визначити як фінансову категорію, яка відображає взаємовигідний процес поєднання фінансових ресурсів банків і страхових компаній для залучення, акумулювання та інвестування тимчасово вільних грошових коштів фізичних та юридичних осіб за умови підтримання ліквідності, платоспроможності, плати за використання фінансових ресурсів та отримання прибутку. Участь банків в управлінні страховим капіталом обумовлена можливістю залучення фінансових потоків страховиків, які формуються страховою компанією упродовж її діяльності.

Інша складова зацікавленості банків у взаємодії зі страховими організаціями обумовлена необхідністю захисту банківської діяльності, зокрема страхуванням майна, співробітників та банківських ризиків. Участь банків в управлінні страховою компанією забезпечує реальний гарантований захист, низькі ціни страхування, а також збереження грошових потоків банку, пов'язаних із забезпеченням його страхового захисту.

Ефект взаємовигідної співпраці підвищується при використанні мережі філій досліджуваних фінансових інститутів. Загальним принципом організації банківської і страхової справи є принцип територіальності, який означає необхідність організації бізнесу на значній території за допомогою відкриття філій і представництв. Спільне використання матеріальної бази і кадрових ресурсів контрагентів дозволяє, з одного боку, розширити клієнтську базу, а з іншого – скоротити витрати банків і страхових компаній на розвиток цієї мережі, отже, підвищити ефективність банківської і страхової діяльності.

Практика взаємин банків і страхових організацій за кордоном багато в чому обумовлена їхніми функціональними можливостями акумулювати грошовий капітал. Найбільш гостра конкуренція існує навколо заощаджень довгострокового характеру. Комерційні банки здійснюють переважно високомобільні операції із залучення коштів на поточні рахунки. Ці вкладення в довгострокові зобов'язання пов'язані з

великим ризиком. Страхові організації зі страхування життя, навпаки, відрізняються сприятливими умовами довгострокового інвестування.

Не існує типової форми втілення інтеграції капіталів страхових компаній і банків. Кожна країна має свої особливості існування та розвитку цього процесу, це насамперед залежить від рівня державного регулювання фінансового сектору, розвитку національної економіки, історичних особливостей, менталітету та звичок клієнтів.

Інтеграція банківського і страхового капіталів виявляється в різних формах: від створення спільних фінансових продуктів і надання спільними зусиллями різних видів послуг до створення "фінансових супермаркетів" і банкострахових груп [6, с. 42].

Набула значного поширення система взаємної участі в акціонерному капіталі банків. Наприклад, частина акціонерного капіталу банків "великої четвірки" у Великій Британії знаходиться у володінні провідних страхових компаній, які здійснюють свої операції через ці банки. У США "велика четвірка" компаній зі страхування життя зберігає готівку на рахунках банків, що входять до групи Моргана і Рокфеллера. Співробітництво банків і страховиків розширилося в результаті спільного фінансування торговельно-промислових корпорацій та емісійно-засновницької діяльності.

На цьому фоні відбувається злиття страхового і банківського капіталу. У 1998 р. американський банк *Citibank* придбав страхову компанію *Travelers* за 73 млрд доларів США, а в 1999 р. британський банк *National Westminster Bank* купив за 17.2 млрд доларів США британського страховика *Legal & General*, який спеціалізується на страхуванні життя. Придбання банком *Natwest Bank* страхової компанії *Legal General Group* дозволило продавати страхові послуги через 724 відділення цього банку в різних країнах і обслуговувати 6.5 млн клієнтів. Ця операція привела до створення фінансової групи з валовими активами в 150 млрд доларів США.

Страховики здійснюють аналогічні операції із вкладання капіталу: "Allianz за 20 млрд доларів США придбав 80 % *Dresdner Bank* і дістав можливість створити на базі мережі цього банку величезну фінансову компанію з капіталом понад 1 трлн євро і з більш ніж 1200 відділеннями" [4, с. 22].

Дослідження зарубіжних учених у сфері злиття і поглинання страхових компаній, банків, промислових підприємств виявили так званий "ефект масштабу". Суть його полягає в тому, що після злиття і поглинання ті підприємства, які були їх об'єктом, демонстрували значне зростання ефективності порівняно з тими, які не брали участі в цих процесах. Значний "ефект масштабу" був притаманний розвиненим країнам світу саме у сфері страхування.

Зарубіжні страхові організації все активніше вливаються в найважливіші види банківської діяльності, стають серйозними конкурентами спеціалізованих кредитних установ, які надають іпотечні і споживчі кредити. Із розвитком економіки зростає роль страхування у

процесі розширеного виробництва, що виявляється в практиці розміщення фінансових ресурсів страхових організацій.

Важливий етап розвитку взаємин банків і страхових організацій – об'єднання пропозицій населенню страхових і банківських послуг. Ця форма співпраці зародилася в 70-х роках ХХ ст. в Європі та Північній Америці й набула поширення в усьому світі. Понад 75 % європейських банків реалізують страхові продукти і близько 40 % страхових організацій пропонують банківські послуги [21, с. 39].

Мотивацією до купівлі страхових продуктів є страх втратити майно, дохід або можливість забезпечення членів родини. Це основна причина надання страховими компаніями дуже широкого набору послуг, які охоплюють майже всі аспекти життя та діяльності фізичної особи. Банківські ж продукти не мають такої масштабної переваги в асортименті й значно програють у мотивуванні до їх придбання. Саме тому диверсифікація банківських продуктів, розширення асортименту і "пакетування" їх зі страховими послугами надають банкам істотні конкурентні переваги та додатковий прибуток за умови зменшення дохідності традиційного бізнесу (через глобалізацію економіки, взаємне проникнення та інтеграцію міжнародних ринків капіталів, розвиток нових інформаційних технологій).

У зарубіжній практиці набуло поширення створення банками дочірніх компаній зі страхування життя, послуги яких надаються через мережу територіальних відділень банків. Організація інших видів страхової діяльності пов'язана з певними труднощами, оскільки на сучасних ринках успіх мають тільки професійні компанії, що забезпечують високу якість послуг, які вимагають суттєвих фінансових вкладень. Забезпечення конкурентоспроможності за іншими видами припускає більші компетенції в тарифікації, андеррайтингу, наданні додаткових послуг тощо.

Створити кептивну компанію з проведення ризикових видів діяльності можуть лише великі банківські групи, така практика дає відчутний ефект. Наприклад, французький банк *Credit Agricole*, що має декілька тисяч відділень по всій країні, створив ризикову страхову компанію (крім страхової зі страхування життя), це дозволило йому посісти третє місце у Франції зі збору страхової премії. Покупцями послуг страховиків є клієнти банку. Обидві компанії останнім часом розвиваються надзвичайно швидко [22, с. 50].

Зазначені форми співпраці обумовлені та пов'язані з послабленням позицій банківської індустрії на фінансовому ринку; зміною демографічної ситуації та підвищеним інтересом до недержавного пенсійного страхування; трансформацією заощаджень населення у страхування життя (унаслідок фінансових переваг цього виду страхування); необхідністю банків мати додаткові фінансові гарантії у разі надання великої кількості іпотечних і споживчих кредитів із

використанням страхування життя позичальників; прагненням страховиків розширити мережу поширення страхових продуктів.

Отже, інтеграція банківського і страхового капіталів – це фінансова категорія, яка відображає взаємовигідний процес узгодження спільних відносин банків і страхових компаній, пов'язаних з об'єднанням їх фінансових ресурсів для досягнення більш ефективного функціонування цих фінансових установ, підвищення показників їх діяльності, покращання конкурентоспроможності, утримання або збільшення частки на ринку, максимізації прибутку, підвищення ринкової вартості компаній.

Інтеграція банківського і страхового капіталів є обов'язковою умовою виживання та розвитку на сучасному фінансовому ринку. Вона ґрунтуються на спільних функціях та інтересах банків і страхових компаній, обумовлюється вигідністю й визначається кон'юнктурою фінансового ринку. Така інтеграція є вигідною для споживачів послуг двох фінансових інститутів, адже забезпечує не лише економію витрат і часу, а й захист їхніх майнових та інших інтересів від настання несприятливих подій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Щедрий П. В. Практика страхування кредитів, наданих індивідуальним клієнтам, в банківській системі України / П. В. Щедрий, О. М. Бігун, М. М. Полевик // Страхова справа. — 2004. — № 3. — С. 64–69.
2. Василенко А. В. Інвестиційна стратегія страхових компаній : навч. посіб. / А. В. Василенко. — К. : КНТЕУ, 2006. — 186 с.
3. Гаманкова О. О. Фінанси страхових організацій : навч. посіб. / О. О. Гаманкова. — К. : КНЕУ, 2007. — 328 с.
4. Гармаш Д. Связанные одной сетью / Д. Гармаш // Русский полис. — 2002. — № 3. — С. 21–26.
5. Клапків М. С. Страхування фінансових ризиків : монографія / М. С. Клапків. — Тернопіль : Економічна думка : Карт-бланш. — 2002. — 570 с.
6. Кожевникова И. Н. Взаимоотношение страховых организаций и банков / И. Н. Кожевникова. — М. : Анкил, 2005. — С. 112
7. Корнєєв В. В. Фінансові посередники як інститути розвитку : монографія / В. В. Корнєєв. — К. : Основа, 2007. — 192 с.
8. Кузмінський В. О. Теоретичні основи інтеграції капіталів / В. О. Кузмінський // Фінанси України. — 2003. — № 2. — С. 124–132.
9. Кузнєцова Л. Теоретико-методологічні проблеми взаємодії страхових і банківських установ в Україні / Л. Кузнєцова // Світ фінансів. — 2007. — № 2. — С. 21–28.
10. Нагайчук Н. Г. Управління капіталом страхової компанії / Н. Г. Нагайчук // Фінанси України. — 2008. — № 11. — С. 106–116.
11. Bancassurance в России и за рубежом: Интеграция страховых компаний и банков в распространении страховых услуг // Русский полис. — 2004. — 136 с.

12. *Андрійчук В. Г.* Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Анд- рійчук. — 2-ге вид., доп. і перероб. — К. : КНЕУ, 2002. — 624 с.
13. *Ткачук Н. М.* Капітал банку як економічна категорія / Н. М. Ткачук // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 11. — С. 173–178.
14. *Петрук О. М.* Банківська справа : навч. посіб. / О. М. Петрук ; за ред. Ф. Ф. Бутинця. — К. : Кондор, 2004. — 461 с.
15. *Герасимович А. М.* Аналіз банківської діяльності : підручник / А. М. Ге- расимович, М. Д. Алексеєнко, І. М. Парасій-Вергуненко ; за ред. А. М. Гера- симовича. — К. : КНЕУ, 2003. — 599 с.
16. *Вожжов А. П.* Сущность и функции капитала банка. Проблемы бан- ковского капитала на Украине / А. П. Вожжов, О. И. Клименко // Економіка, фінанси, право. — 2001. — № 3. — С. 18–26.
17. *Алексеєнко М. Д.* Структура капіталу комерційного банку / М. Д. Алексеєнко // Фінанси України. — 2001. — № 4. — С. 123–131.
18. *Дзюблюк О. В.* Інтеграція банківського та промислового капіталів і кре- дитні відносини / О. В. Дзюблюк // Економіка України. — 2002. — № 10. — С. 11–17.
19. *Вожжов А. П.* Капітал комерційних банків як складова ресурсів банківської системи А. П. Вожжов, О. І. Клименко // Банківська справа. — 2003. — № 4. — С. 83–96.
20. *Ромащенко О.* Тенденції динаміки концентрації і централізації капіталу на страховому ринку України / О. Ромащенко // Ринок цінних паперів України. — 2006. — № 11–12. — С. 67–72.
21. *Большаков Е. Ю.* Банки и страховые компании – новые аспекты сотруд- ничества / Е. Ю. Большаков // Финансы. — 1996. — № 2. — С. 39–45.
22. *Зубец А. Н.* Сбыт страховой продукции нестраховыми посредниками в экономически развитых странах / А. Н. Зубец // Финансы. — 1998. — № 7. — С. 50–57.

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ

САВЧЕНКО Н., ст. викладач кафедри фінансів КНТЕУ

Фінанси соціального страхування посідають вагомe місце у системі соціального захисту населення, а їх дослідження є необхідною умовою забезпечення їх перманентного вдосконалення. За рахунок організації соціального страхування суспільство отримало можливість здійснювати компенсацію соціальних ризиків шляхом перерозподілу

© Савченко Н., 2010

частини національного доходу між окремими групами населення в автономному від інших перерозподільчих режимів із урахуванням міри соціального ризику та розмірів трудової участі кожного члена суспільства в формуванні національного доходу. Економічну основу соціального страхування становлять страхові відносини, їх умови є всезагальними і встановлюються державою.

У рамках фінансової системи соціального страхування вирішуються питання як соціального захисту населення, так і питання організації фондів соціального страхування. Багаторічний досвід функціонування подібних спеціалізованих соціальних інститутів у більшості країн Західної Європи свідчить про високу ефективність цих базових інститутів соціального захисту. Страхові принципи забезпечення соціальних гарантій населенню є загальноприйнятими і визнаними у світі. Вони вважаються найефективнішими.

Аналіз спеціальної економічної літератури, у якій започатковано розв'язання проблеми фінансування соціального страхування, підтверджує, що стан системи соціального страхування вимагає негайних заходів щодо її реформування. Дослідженню питань фінансового забезпечення та використання ресурсів соціального страхування присвячені праці вітчизняних учених: Е. Лібанової [1], Н. Внукової [2], С. Юрія [3], В. Тропіної [4], В. Столярова [5], Л. Васечко [6], Л. Бабича [6], І. Гуменюк [7], Л. Новосельської [8], Ю. Цігуш [8], М. Боднарук [9], Л. Петрученко [10] та ін.

З огляду на важливість забезпечення фінансової стабільності системи соціального страхування актуальним є вирішення кола завдань, пов'язаних із особливостями формування та використання фінансових ресурсів цієї системи.

Соціальне страхування як елемент фінансової системи є системою фінансових установ, які здійснюють акумулювання та розподіл коштів, що накопичуються державою в обов'язковому порядку на компенсацію збитку від дії соціальних ризиків. До інституційних структур, відповідальних за фінансове забезпечення соціального страхування населення в Україні, необхідно віднести державні позабюджетні фонди: Пенсійний фонд України, Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, Фонд соціального страхування на випадок безробіття, Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві.

З огляду на специфіку вітчизняної системи соціального страхування, слід приділити особливу увагу аналізу її збалансованості та внутрішніх структурних характеристик. Якщо ідею соціального страхування розглядати як систему колективного соціального захисту, доходи страхових фондів мають становити сплачені страхові внески, а видатки – виплати по страхових випадках. Відхилення від цього правила свідчить про порушення страхових принципів соціального захисту.

Згідно з річними звітами фондів, доходи системи загально-обов'язкового державного соціального страхування України у 2008 р. (з урахуванням залишку коштів на початок року) становили 170.4 млрд грн або 17.9 % ВВП. При цьому сплачені внески (115.5 млрд грн) забезпечили майже 70 % річного обсягу надходжень коштів (табл. 1).

Таблиця 1

Доходи і видатки фондів соціального страхування України у 2008 р.

Показники	Види страхування								Разом	%
	Пенсійне, млн грн	%	На випадок безробіття, млн грн	%	З тимчасової втрати працездатності, млн грн	%	Від нещасного випадку на виробництві, млн грн	%		
Залишок коштів на початок року	4334.2	2.8	150.0	3.0	212.9	2.9	135.3	3.3	4832.4	2.8
Доходи (з урахуванням залишку)	153853.8	100.0	5063.2	100.0	7440.6	100.0	4084.2	100.0	170441.8	100.0
Надходження протягом року, в т.ч.:	149519.6	100.0	4913.2	100.0	7227.7	100.0	3948.9	100.0	165609.4	100.0
- страхові внески;	99956.5	66.9	4717.7	96.0	6970.8	96.4	3926.9	99.4	115571.9	69.8
- кошти Держбюджету;	41423.7	27.7	3.3	0.1	x	x	x	x	41427.0	25.0
- інші надходження	8139.4	5.4	42.6	0.9	256.9	3.6	21.9	0.6	8460.8	5.1
Видатки, в т.ч.:	150349.1	100.0	5050.5	100.0	7243.8	100.0	3672.8	100.0	166316.2	100.0
- страхові виплати, соціальні послуги;	145687.8	96.9	4017.4	79.5	6751.8	93.2	3279.8	89.3	159736.8	96.0
- адміністративні видатки;	1984.7	1.7	1033.0	20.5	460.6	6.4	390.0	10.6	3868.3	3.1
Залишок коштів на кінець року	3504.7	2.3	12.7	0.3	196.8	2.7	411.4	11.2	4125.6	2.5

Найбільшу суму внесків із соціального страхування було сплачено на пенсійне страхування – майже 100 млрд грн, або 86.5 % їх загальної суми. Такий високий показник характеризує сильну концентрацію коштів на покриття тільки одного ризику. Полярна функціональна організація системи соціального страхування свідчить як про виский пенсійний ризик в Україні, так і про недостатній рівень соціальних гарантій за іншими видами соціальних ризиків.

Друге місце за акумуляцією страхових внесків посідає страхування з тимчасової втрати працездатності (відповідно, 6.9 млрд грн, або 6 %). Найменші обсяги внесків у страхуванні від нещасного випадку на виробництві (відповідно, 3.9 млрд грн, або 3.4 %). Різниця в обсягах надходження внесків пояснюється переважно відмінностями у ставках страхових внесків, а також встановленим колом страхувальників і фактичним рівнем охоплення.

До фондів соціального страхування з Державного бюджету України надійшло 41.4 млрд грн (25 % загального обсягу надходжень).

Із позицій збереження фінансової стабільності страхової системи, такий потужний приплив коштів із Державного бюджету є негативним чинником, оскільки означає втрату її самодостатності, призводить до залежності від зовнішніх донорів, що суперечить самій ідеї соціального страхування.

Значні обсяги коштів з Державного бюджету були викликані необхідністю покриття дефіциту пенсійної системи внаслідок підвищення рівня пенсійних виплат шляхом встановлення Постановою Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2004 р. № 1215 "Про підвищення рівня пенсійного забезпечення" щомісячної державної адресної допомоги до пенсії (дотації), а також у зв'язку з підвищенням мінімального розміру пенсії за віком до розміру прожиткового мінімуму для осіб, які втратили працездатність (Закон України від 23 грудня 2004 р. № 2291-IV "Про внесення змін до Закону України "Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування"). У 2005–2008 рр. залежність пенсійної системи від Державного бюджету ще більше посилилася. У 2008 р. питома вага коштів Державного бюджету в доходах Пенсійного фонду досягла майже 27 %, тоді як у 2003 р. вона становила близько 8 %. Загальний обсяг коштів Державного бюджету, стверджує Е. Лібанова, може сягнути більше 30 % видатків пенсійної системи [1, с. 209].

Потрібно зазначити, що загальний обсяг видатків системи соціального страхування у 2008 р. становив 166.3 млрд грн або 17.8 % ВВП. Левову частку цієї суми склали видатки Пенсійного фонду – 150.3 млрд грн або 90.4 % загальних видатків системи соціального страхування. Витрати інших фондів були значно менші: видатки Фонду страхування з тимчасової втрати працездатності становили 7.2 млрд грн, Фонду соціального страхування на випадок безробіття – 5.1 млрд грн, Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві – 3.7 млрд грн. При цьому необхідно звернути увагу на те, що в усіх фондах (крім Фонду страхування від нещасних випадків на виробництві) видатки перевищували обсяг надходжень страхових внесків, тобто протягом року спостерігався дефіцит власних фінансових ресурсів, що був компенсований або залишком ресурсів з минулого року, частковою сплатою за путівки (у Фонді страхування з тимчасової втрати працездатності) або трансфертом із Державного бюджету.

У структурі видатків страхової системи провідне місце належить соціальним виплатам і соціальним послугам: 159.7 млрд грн, або 96 %. З цієї суми 149.2 млрд грн (89.7 %) було виплачено у вигляді соціальної допомоги або інших виплат, тобто спрямовано безпосередньо на підтримання рівня життя населення. Таким чином, нині через соціальне страхування фінансується переважно матеріальна складова людського розвитку. Разом з тим, воно відіграє важливу роль

і для інших аспектів людського розвитку, оскільки створює матеріальну базу для відновлення стану здоров'я та реабілітації потерпілих на виробництві, оздоровлення працівників та членів їхніх сімей, нарощення освітнього та професійно-кваліфікаційного потенціалу робочої сили.

Значну частину коштів соціального страхування забирають адміністративно-організаційні витрати. У 2008 р. такі витрати були профінансовані в обсязі 3.8 млрд грн, або 3.1 % усіх видатків страхової системи.

Отже, доречно звернути увагу на прогресивний зарубіжний досвід формування адміністративних витрат системи соціального страхування. Наприклад, у США державна програма соціального страхування надзвичайно ефективна: адміністративні витрати становлять менше, ніж 1 % від загальної суми витрат [11, с. 120].

Спрямування значного обсягу фінансових ресурсів на покриття адміністративних витрат фондів соціального страхування можна вважати доцільним лише на етапі створення таких фондів, на "старті роботи" всієї системи соціального страхування. Такі високі показники накладних витрат свідчать про недосконалість організації та функціонування вітчизняної системи соціального страхування, низьку економічну ефективність використання страхових коштів.

Відповідно до сучасних уявлень, економічна ефективність – це характеристика економічної системи з позицій співвідношення витрат і результатів її функціонування. Отже, розрахувати загальну економічну ефективність фондів соціального страхування можна шляхом віднесення суми мобілізованих доходів і виплачених соціальних трансфертів до адміністративних видатків фонду (*табл. 2*).

Таблиця 2

Загальна економічна ефективність фондів соціального страхування України у 2005–2008 рр.

Показники	2005	2006	2007	2008
Доходи (без урахування бюджетних асигнувань), млн грн	51 591.5	62 390.9	87 870.4	118 438.4
Соціальні трансферти (без урахування видатків, що здійснюються за рахунок бюджетних асигнувань), млн грн	66 200.3	69 654.2	86 274.3	126 782.1
Адміністративні видатки, млн грн	1 662.3	2 098.8	2 698.3	3 868.4
Загальна економічна ефективність	70.9	62.9	64.5	63.4

Видатки на адміністративно-організаційну діяльність, тобто видатки на реєстрацію страхувальників і застрахованих осіб, контрольно-ревізійну, планово-економічну й наукову діяльність, у тому числі на заробітну плату працівників фондів, адміністративно-господарські ви-

датки та інше є тими видатками, які необхідні фондам для досягнення запланованого результату.

Адміністративні видатки виявляться тим нижче, а результат діяльності тим вище, чим (при інших рівних умовах) точніше здійснена оцінка показників на стадіях планування та затвердження бюджетів фондів соціального страхування. Виявлення на стадії планування дефіциту або профіциту фінансових ресурсів дозволить своєчасно прийняти адекватне управлінське рішення, яке можна буде реалізувати з найменшими затратами, ніж аналогічне, прийняте на стадії оперативного управління.

Загальна економічна ефективність системи соціального страхування за 2005–2008 рр. знизилася на 10 %. У 2005 р. на 1 грн адміністративних видатків припадало 70.9 грн грошових потоків системи соціального страхування, в 2008 р. – 63.4 грн.

Таким чином можна стверджувати, що на сучасному етапі розвитку функціонування системи соціального страхування за рахунок власних фінансових надходжень і здійснення на цій основі соціальних виплат, враховуючи обсяги адміністративних видатків на такі заходи, не можливе. Наразі фінансова система соціального страхування в Україні не є самодостатньою, отже потребує постійного притоку коштів держбюджету, особливо в частині пенсійного страхування та страхування на випадок безробіття.

Водночас, проблема обмеженості власних фінансових ресурсів соціального страхування актуалізує питання щодо їх оптимізації, віднаходження методів і способів їх примноження. Наукові погляди на пошуки шляхів зміцнення фінансової бази соціального страхування серед вітчизняних науковців різні, однак у більшості випадків зводяться до уніфікації фінансових потоків у системі соціального страхування, а саме: підтримується думка щодо реалізації запровадження єдиного соціального внеску на території України [4; 7; 8]. Поряд із цим стверджується, що фінансову сталість системи соціального страхування можливо забезпечити на основі ефективної та достойної оплати праці. Відповідно центр тяжіння вдосконалення соціального страхування має зміститися до сфери соціально-трудова відносин; тобто необхідно принципово змінити нинішню тенденцію в оплаті праці, суттєво підвищити її величину у структурі ВВП і собівартості продукції [1; 10].

У процесі реформування системи соціального страхування слід брати до уваги й інші важливі фактори, що стримують процес розвитку фінансової діяльності фондів соціального страхування та зростання їхньої економічної ефективності. Для системи соціального страхування актуальним є використання альтернативних потенційних джерел формування фондів. Одним із резервів поповнення дохідної частини фондів є ефективна капіталізація вільних фінансових ресурсів.

Фондам соціального страхування з тимчасової втрати працездатності та від нещасних випадків на виробництві, Пенсійному фонду дозволено здійснювати розміщення тимчасово вільних коштів, у тому числі резерву страхових коштів фонду на депозитних рахунках у комерційних банках. При цьому порядок такого розміщення визначається Кабінетом Міністрів України. Прибуток, одержаний від такого розміщення зараховується до дохідної частини фондів.

Капіталізацію вільних фінансових ресурсів системи соціального страхування можна визнати раціональною не стільки для застрахованої особи, скільки для всієї економічної системи, адже вона супроводжується формуванням резервів у благополучні щодо впливу соціальних ризиків роки. Наприклад, не маючи фондової системи, Велика Британія, Нідерланди, Японія, Швейцарія і нині отримують високі (понад 10 % у структурі доходів соціального страхування) інвестиційні доходи, формуючи резерви в рамках розподільчої системи.

В Україні фонди соціального страхування, які мають у своєму розпорядженні резерви страхових коштів (тимчасово вільні фінансові ресурси), нібито не проводять з ними фінансові операції по розміщенню їх на депозитних рахунках у банках з метою отримання додаткових доходів. Підтвердженням цьому є не відображення останніх у звітній діяльності фондів. Результатами контрольних заходів у системі соціального страхування, проведених органами Державної контрольно-ревізійної служби, встановлено факти фінансових порушень. При відсутності вільних коштів, що було відображено у звітності Фонду соціального страхування на випадок безробіття за 2005–2007 рр., фактично на депозитних рахунках у комерційних банках неправомірно розміщувалися кошти фонду в сумах від 58 до 120 млн грн.

Також із порушенням Законів України про Державний бюджет України на 2005 та 2006 роки, якими передбачалось, що кошти державних цільових фондів обслуговуються органами Державного казначейства України, на рахунках комерційних банків розміщувалися кошти Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, передбачені на здійснення організаційно-управлінських заходів та на витрати по виконанню обов'язків страховика. Ці кошти на суму від 14 до 27.9 млн грн на початку року перераховувалися на рахунки комерційних банків і без руху знаходились там від 3-х до 12-ти місяців. При цьому, згідно з умовами угод, відсотки за користування тимчасово вільними коштами не нараховувались або були меншими, ніж облікова ставка Національного банку, внаслідок чого умовно втрачено 2.2 млн грн.

Потрібно зазначити, що нині основними порушеннями у системі соціального страхування, відповідно до річних звітів Державної контрольно-ревізійної служби, є: порушення законодавства при проведенні тендерних процедур, низька ефективність використання коштів для фінансування матеріального забезпечення та надання соціальних

послуг застрахованим особам, незаконні витрати коштів на утримання органів фондів, низька якість управлінських дій щодо тимчасово вільних коштів фондів. Таких фінансових порушень в Україні стає все більше у кожному з фондів соціального страхування. Наслідком таких порушень є, перш за все, втрата доходів у системі соціального страхування, зниження її загальної ефективності, що підтверджують наведені вище розрахунки.

На основі викладеного можна визначити завдання ефективного фінансового механізму соціального страхування в Україні.

По-перше, мобілізація та акумуляція фінансових ресурсів. У межах системи соціального страхування повинен функціонувати такий фінансовий механізм, який був би спроможний забезпечити максимально можливу мобілізацію потенційних фінансових ресурсів. Ці кошти становитимуть той фінансовий потенціал системи соціального страхування, яким необхідно вдало розпорядитись.

По-друге, алокація фінансових ресурсів і контроль за їх ефективним використанням. Цілком очевидно, що мобілізація фінансових ресурсів не є самоціллю. Отже, система соціального страхування повинна забезпечити їх розміщення та раціональне використання. Глибока аргументація контрольних заходів і доказовість паритетності інтересів у розподілі фінансових ресурсів, у їх мобілізації, в раціональному використанні можуть збільшити запит громадськості на виконання контрольних дій у системі соціального страхування.

По-третє, забезпечення оптимального розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів системи соціального страхування. Формування інвестиційної складової страхових коштів системи.

Реалізація цих завдань у системі соціального страхування має будуватись на основі прозорості, відкритої та публічної діяльності сторін соціального діалогу. В умовах трансформаційних змін системи соціального страхування організаційне регулювання її фінансових відносин має відбуватись на основі принципів паритетного управління та механізмів соціального діалогу сторін соціального партнерства. Саме такий розвиток фінансових відносин дозволить посилити взаємну фінансову відповідальність суб'єктів соціальних страхових відносин, створити умови для забезпечення фінансової збалансованості системи соціального страхування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Національна система загальнообов'язкового державного соціального страхування: сучасні проблеми та стратегія розвитку* / Е. М. Лібанова, В. М. Новіков, О. В. Макарова, У. Я. Садова, Н. І. Андрусишин ; Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України ; відп. ред. Е. М. Лібанова. — К., 2006. — 179 с.

2. *Внукова Н. М.* Соціальне страхування : навч. посібник / Н. М. Внукова, Н. В. Кузьминчук. — К. : Кондор, 2006. — 352 с.
3. *Соціальне страхування : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С. І. Юрій, М. П. Шаварина, Н. В. Шаманська.* — К. : Кондор, 2004. — 462 с.
4. *Тропіна В.* Перспективи запровадження єдиного соціального внеску в Україні / В. Тропіна // Світ фінансів. — 2007. — Вип. 2 (11). — Лип. — С. 102–111.
5. *Столяров В. Ф.* Економічний механізм соціального страхування / В. Ф. Столяров, Л. І. Васечко // Фінанси України. — 2007. — № 2. — С. 31–43.
6. *Бабич Л. М.* Оптимізаційна модель фінансового механізму соціального страхування України / Л. М. Бабич, Л. І. Васечко // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 1 (91). — С. 158–169.
7. *Гуменюк І.* Страхові внески та єдиний соціальний внесок: соціально-правові аспекти порівняння / Гуменюк І. // Юридичний журнал. — 2007. — № 3. — Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2591>.
8. *Новосельська Л. І.* Уніфікація фінансових потоків у системі соціального страхування / Л. І. Новосельська, Ю. Ю. Цігуш // Наук. вісн. НЛТУ України: Зб. наук.-техн. пр. — Львів : РВВ НЛТУ України. — 2009. — Вип. 19.3. — С. 235–238.
9. *Боднарук М. І.* Соціальне страхування в Україні: правові аспекти становлення та розвитку / М. І. Боднарук. — Чернівці : Рута, 2002. — 247 с.
10. *Петрученко Л. Ю.* Державне соціальне страхування населення України на випадок безробіття : автореф. дис на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / Л. Ю. Петрученко. — К., 2009. — 20 с.
11. *Соціально-економічні дослідження в перехідний період: проблеми формування і реалізації політики сприяння розвитку підприємництва в Україні : зб. наук. пр. / НАН України, Ін-т регіон. досліджень ; редкол.: відпов. ред. М. І. Долішній.* — Львів, 2002. — Вип. 1 (XXXII). — 352 с.



СИСТЕМНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

удк 339.378

МОДЕЛЮВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

ТАРАСЮК М., к. е. н., докторант кафедри фінансів КНТЕУ

Ефективне функціонування служби контролінгу в управлінні суб'єктами мережевого торговельного підприємництва потребує обґрунтування його бізнес-моделі, яка б давала повне уявлення про хід реалізації всіх господарських процесів, що відбуваються в торговельній мережі, та основні показники господарської діяльності, які сформувалися на певний момент часу.

У наукових працях відображена значна кількість підходів до розробки бізнес-моделей суб'єктів господарювання, найбільш поширеними є підходи, засновані на виділенні в структурі підприємств центрів відповідальності та бізнес-процесів. Для оцінки можливості використання цих підходів для цілей контролінгу в управлінні торговельними мережами слід детально дослідити їх особливості, переваги та недоліки.

Проблеми розробки бізнес-моделей, заснованих на формуванні структури центрів відповідальності підприємств і виділенні бізнес-процесів, досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема Є. Ойхман, Е. Попов [1], А. Кармінський, С. Фалько, А. Жевага, Н. Іванова [2], О. Каверіна [3] та ін.

Незважаючи на значну кількість напрацювань щодо розробки бізнес-моделей, мало уваги приділяється суб'єктам мережевого торговельного бізнесу, що ускладнює практичне застосування цього підходу в їх практичній управлінській та контролінговій діяльності. Отже, потрібно розробити типову бізнес-модель суб'єктів мережевого торговельного підприємництва, що дозволить контролерам оцінювати господарської діяльності у статиці та динаміці.

За результатами аналізу наукових праць [1; 4–6 та ін.] можна запропонувати таке визначення: бізнес-модель торговельних мереж в

умовах контролінгу – комбінована бізнес-модель, яка являє собою формалізований опис або аналог, що відтворює логіку господарської діяльності суб'єктів мережевого торговельного підприємництва, відображає всі її істотні властивості з метою створення умов для оцінки відповідності параметрів господарювання торговельної мережі та всіх її структурних підрозділів, що сформувалися за певний період або на певну дату, визначній системі цілей і завдань.

Побудова бізнес-моделей надає низку переваг менеджерам, власникам і контролерам суб'єктів мережевого торговельного підприємництва.

По-перше, в умовах загострення конкурентної боротьби на ринку торговельних послуг активізуються процеси злиття та поглинання, завдяки створенню бізнес-моделей значно полегшується інтеграція господарських систем і систем управління, а контролери отримують можливість оперативно налагоджувати свою діяльність у новому структурному підрозділі торговельної мережі.

По-друге, мережевий торговельний бізнес, навіть в умовах світової фінансово-економічної кризи, хоч і повільними темпами але продовжує розвиватися, що зумовлює необхідність "тиражування" бізнесу в нові територіально відокремлені торговельні бізнес-об'єкти, а також необхідність організації в таких підрозділах дивізійних служб контролінгу суб'єкта мережевого торговельного бізнесу. Завдяки створенню бізнес-моделей цей процес значно спрощується та прискорюється, а управлінська й контролінгова діяльність стає більш ефективною.

По-третьє, створення бізнес-моделі торговельної мережі робить її господарську, управлінську та контролінгову діяльність більш прозорою та зрозумілою, створює умови для оперативного виконання завдань із розвитку суб'єкта мережевого торговельного бізнесу, наприклад реалізація проектів автоматизації, мотивації персоналу, запуск нових проектів тощо.

По-четверте, розробка бізнес-моделі торговельної мережі значно спрощує впровадження системи менеджменту якості та відповідне проходження сертифікації за стандартами серії ISO 9000, що, у свою чергу, сприяє підвищенню іміджу, зростанню рівня задоволення всіх зацікавлених у функціонуванні торговельної мережі осіб, зростанню його ринкової вартості.

По-п'яте, бізнес-модель торговельної мережі забезпечує узгодженість функціонування всіх її структурних підрозділів у ході розробки та виконання стратегії, оскільки забезпечує прив'язку стратегічних цілей до всіх елементів і систем управління суб'єктом мережевого торговельного підприємництва. Це спрощує роботу служби контролінгу з оцінки стану виконання стратегічних цілей усіма структурними підрозділами торговельної мережі.

По-шосте, створення бізнес-моделі торговельної мережі позбавляє менеджерів та контролерів від виконання рутинних функцій і завдань, завдяки чому створюються умови для прийняття більш ефективних та оперативних управлінських рішень і формування об'єктивних звітів служби контролінгу суб'єкта мережевого торговельного бізнесу та ін.

Найбільш поширеним підходом до розробки бізнес-моделі підприємств є виділення центрів відповідальності, що дозволяє оцінювати роботу суб'єкта підприємництва та керівників його структурних підрозділів на певний момент часу. Цей підхід висвітлений у працях науковців, що займаються дослідженням проблем контролінгу в управлінні [2; 7; 8 та ін.] та інших дослідників [9–11].

Узагальнюючи напрацювання вітчизняних і зарубіжних науковців [3; 7; 12; 13 та ін.] можна зробити такий висновок: під центром відповідальності торговельної мережі слід розуміти структурну одиницю суб'єкта мережевого торговельного підприємництва, що проводить свою діяльність за певним функціональним підрозділом управління (торгівлею, кадрами, маркетингом, фінансами, інвестиціями, інноваціями та ін.), керівник якого несе особисту відповідальність за результати функціонування підпорядкованого йому підрозділу, відносно якого доцільно проводити збирання, систематизацію, накопичення та зберігання інформації про результати господарської діяльності на певний момент часу.

Обов'язковою умовою забезпечення ефективного управління торговельною мережею за центрами відповідальності, як вважає О. Каверіна [3], є наявність системи трансфертних цін на підприємстві, які являють собою внутрішні ціни на товари, роботи, послуги, що передаються з одного центра відповідальності іншому. Аналогічної точки зору дотримується Л. Нападовська [14]. Для забезпечення ефективного використання трансфертних цін у торговельній мережі необхідно: створити цінник трансфертних цін; закріпити положення про те, що центр відповідальності-покупець не несе відповідальності за зміну центром відповідальності-постачальником цін у межах раніше обговорених обсягів і строків поставки; забезпечити функціонування централізованої інформаційної системи, графіків документообороту та ін.

Створення бізнес-моделі торговельної мережі, заснованої на формуванні структури центрів відповідальності, дозволяє контролерам оцінювати діяльність суб'єкта мережевого торговельного підприємства та усіх його структурних підрозділів на певний момент часу. Однак повне уявлення про хід виконання системи цілей торговельної мережі неможливе без надання об'єктивної оцінки динаміці цього процесу. Бізнес-модель, заснована на формуванні центрів відповідальності, не дозволяє контролерам оцінювати динаміку виконання системи цілей і завдань, що знижує ефективність контролінгової діяльності в торговельних мережах.

Інший підхід до створення бізнес-моделі підприємства полягає у виділенні в господарській системі підприємства бізнес-процесів. *Бізнес-процес торговельної мережі*, за результатами дослідження низки наукових праць [15–17 та ін.], можна визначити як стійку, структуровану сукупність послідовних дій з виконання певного виду діяльності, спрямованих на досягнення якого-небудь результату, визначеного системою цілей суб'єкта мережевого торговельного підприємства.

Використання процесно-орієнтованої бізнес-моделі в управлінні торговельними мережами дозволяє встановлювати відповідальність за динаміку виконання окремих бізнес-процесів, отже, створює умови для контролерів для оцінки господарської діяльності та управління суб'єктом мережевого торговельного підприємства в динаміці, що особливо актуально в сучасних умовах ведення мережевого торговельного бізнесу.

Застосування моделі процесно-орієнтованого управління передбачає проведення реінжинірингу бізнес-процесів, який являє собою метод кардинальної перебудови бізнес-процесів підприємства з метою досягнення якісно нового, більш високого рівня показників фінансово-господарської діяльності суб'єкта підприємницької діяльності [1; 18; 19 та ін.].

Використання принципів реінжинірингу в торговельних мережах цілком узгоджується з сучасною концепцією контролінгу, оскільки реінжиніринг проводиться через визначені проміжки часу від декількох місяців до декількох років. Після завершення цього строку торговельна мережа знову стає об'єктом реінжинірингу для подальшого удосконалення її бізнес-процесів. Реінжиніринг бізнес-процесів передбачає радикальний перегляд існуючих у торговельній мережі організаційних принципів і заміну існуючих процесів, для того, щоб домогтися стрімкого підвищення господарської діяльності та управління суб'єкта торговельного бізнесу.

Після того, як у торговельній мережі вперше здійснено реінжиніринг бізнес-процесів відбувається перехід від принципів функціонального управління до створення різнофункціональних робочих груп, а господарська діяльність суб'єкта мережевого торговельного підприємства стає багатоплановою та вимагає від співробітників ініціативи та прийому самостійних управлінських рішень.

У сучасних наукових працях висвітлено новітній підхід до вдосконалення бізнес-процесів суб'єктів господарювання – *кайзен*, суть якого полягає у здійсненні покращань існуючих на підприємстві бізнес-процесів на постійній і безперервній основі [20; 21]. Термін "кайзен" походить з китайської мови [22], в якій відповідний ієрогліф означає покращання, а також поліпшення без витрат значних коштів шляхом залучення всіх, не лише менеджерів, а й працівників. Кайзен передбачає всеохоплюючі зміни, жоден аспект господарської діяль-

ності не може бути поза увагою, але такі зміни не повинні бути масштабними, вони зводяться до невеликих, поступових модифікацій, що дозволяє гарантувати використання менеджерами суб'єктів господарювання найсучасніших методів і забезпечувати найкращу можливу якість [23].

Зважаючи на зміст, цілі та завдання реінжинірингу можна зробити висновок, що контролери повинні брати активну участь у його реалізації. Інструментарій реінжинірингу можливо використовувати в ході циклу стратегічного контролінгу, коли відбувається підтримка стратегічного управління та, зокрема, визначення перспективних напрямів господарської діяльності. Кайзен, також заслуговує на увагу та активне використання в господарській діяльності й управлінні суб'єктами мережевого торговельного підприємництва. Цей підхід доцільно використовувати у ході реалізації циклів тактичного й оперативного контролінгу, коли завданням контролерів є підтримка тактичного та оперативного рівнів управління.

Підсумовуючи викладене, можна констатувати, що процесно-орієнтована бізнес-модель дозволяє контролерам проводити оцінку динаміки реалізації системи цілей і завдань суб'єктів мережевого торговельного підприємництва. Завдяки цьому служба контролінгу має можливість забезпечувати своєчасність досягнення цілей торговельних мереж.

Крім бізнес-моделей, заснованих на формуванні структури центрів відповідальності та процесно-орієнтованих бізнес-моделей у наукових працях [24], присвячених створенню бізнес-моделей підприємств, розглядаються й інші їх види (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика видів бізнес-моделей суб'єктів господарювання

Група	Вид	Характеристика
Стратегічні бізнес-моделі	Модель стратегій	Описує основні стратегії (товарні, клієнтські, функціональні, фінансові та ін.) торговельної мережі та визначає їх характеристики
	Модель бізнес-напрямів	Описує стратегічні напрями діяльності торговельної мережі, тобто напрями, що виділяють відповідно до типів покупців, товарів, ринків, які приносять значний прибуток
	Модель стратегічних цілей	Описує структуру та характеризує стратегічні цілі торговельної мережі за перспективами системи збалансованих показників: фінанси, клієнти, процеси, персонал і розвиток
	Модель ключових показників	Описує структуру та характеризує ключові показники діяльності торговельної мережі, які розробляються з урахуванням принципів системи збалансованих показників
	Модель проектів	Описує систему управління проектами, що реалізуються в торговельній мережі, та пов'язує їх із основними цілями стратегії
	Стратегічна карта	Призначена для візуалізації стратегічних цілей торговельної мережі та причинно-наслідкових зв'язків між ними, а також іншої необхідної інформації

Група	Вид	Характеристика
Моделі управління бізнес-процесами	Дерево бізнес-процесів	Містить дерево всіх бізнес-процесів торговельної мережі з деталізацією до рівня конкретних функцій співробітників, схеми бізнес-процесів вищого, середнього та нижчого рівнів
	Матриця бізнес-процесів	Являє собою графічний або табличний аналог дерева бізнес-процесів торговельної мережі із зазначенням загальних зв'язків між процесами
	Модель оточення бізнес-процесу	Створюється перед детальним описом конкретного бізнес-процесу суб'єкта торговельної мережі та передбачає опис меж процесу (входи-виходи, події початку та завершення) та атрибути процесу (показники, власник, виконавці та ін.)
	Технологічна карта	Детально описує певний бізнес-процес торговельної мережі, його бізнес-логіку
Моделі управління персоналом та організаційною структурою	Модель організаційної структури	Будується ієрархічно від верхнього рівня до нижнього
	Модель територіальної структури	Має велике значення для суб'єктів мережевого торговельного підприємництва з розвинутою регіональною структурою, будується подібно до моделі організаційної структури, дозволяє візуалізувати структуру та підпорядкованість усіх територіальних підрозділів торговельної мережі
	Модель бізнес-ролей	Використовується коли неможливо протиставити певну функцію конкретному виконавцю або коли декілька структурних підрозділів торговельної мережі виконують одну функцію. Будується у вигляді дерева або списку бізнес-ролей із зазначенням підрозділів або фахівців, які беруть участь в їх виконанні
	Матриця розподілу відповідальності	Являє собою таблицю, де за строками зазначені бізнес-процеси, за стовпцями зазначені структурні підрозділи, а на перетині вказані умовні позначення, що визначають відповідальних (власників) або виконавців бізнес-процесів
	Модель компетенцій та повноважень	Описує знання, права і повноваження, вимоги та іншу інформацію, яка в подальшому прив'язується до посад і процесів
Моделі управління якістю	Модель стандартів і вимог	Містить офіційні тексти стандартів серії ISO 9000 та інших необхідних стандартів, згрупованих за розділами у вигляді ієрархічного списку
	Модель показників якості	Слугує для прив'язки показників якості до бізнес-процесів
	Модель проблем та відхилень	Призначена для виявлення та аналізу проблем, відхилень, причин і пошуку шляхів їх вирішення в різних елементах управління та сферах діяльності торговельної мережі
Моделі об'єктів діяльності та ресурсів	Модель бібліотеки документів	Дозволяє систематизувати всі документи торговельної мережі (нормативні документи, форми документів, нормативи, інформаційні листи та ін.), організувати до них єдиний доступ співробітників суб'єкта мережевого торговельного підприємництва з розмежуванням прав доступу
	Модель інформаційних систем та баз даних	Дозволяє структурувати всі інформаційні системи та бази даних, що використовуються в торговельній мережі
	Модель матеріальних ресурсів	Дозволяє систематизувати матеріальні ресурси за всіма бізнес-процесами, що мають детальний опис, та ієрархічно упорядкувати ресурси, присвоїти їм різноманітні параметри та класифікувати (наприклад за бізнес-процесами, за типами та ін.)
	Модель операційних ресурсів	Використовується при проведенні функціонально-вартісного аналізу бізнес-процесів торговельної мережі та дозволяє розрахувати вартість будь-якого її бізнес-процесу

Керівник торговельної мережі (керівник територіально-відокремленого підрозділу)	Відділ маркетингу	Відділ матеріального постачання	Торговельні підрозділи	Підрозділи післяпродажного обслуговування	Тип бізнес-процесу
Центр інвестицій (центр прибутків)	Центр витрат	Центр витрат	Центри продажів	Центр витрат	
Менеджер з реалізації товарів групи А	Центр доходів	Робоча група бізнес-процесу з реалізації товарів групи А			Основний
Менеджер з реалізації товарів групи Б	Центр доходів	Робоча група бізнес-процесу з реалізації товарів групи Б			Основний
Менеджер з реалізації товарів групи В	Центр доходів	Робоча група бізнес-процесу з реалізації товарів групи В			Основний
Бухгалтерія	Центр дискреційних витрат	Процес обліку господарських операцій			Допоміжний
Відділ кадрів	Центр дискреційних витрат	Процес управління персоналом			Допоміжний
Плановий відділ	Центр дискреційних витрат	Процес планування господарської діяльності			Допоміжний
Відділ контролінгу	Центр дискреційних витрат	Процес контролінгу господарської діяльності			Допоміжний

Типова статико-динамічна бізнес-модель суб'єкта мережевого торговельного підприємництва

Наведена бізнес-модель об'єднує елементи організаційної структури торговельних мереж, їх центри відповідальності та реалізовані бізнес-процеси. Запропонована типова комбінована бізнес-модель дозволяє поєднати позитивні характеристики бізнес-моделей, заснованих на принципах виділення центрів відповідальності та процесно-орієнтованих бізнес-моделей (табл. 2). Завдяки цьому контролери та менеджери мають можливість більш ефективно аналізувати діяльність торговельних мереж у статичній та динамічній, оцінюючи рівень досягнення цільових показників на певний момент часу та строки, за які отримані фактичні результати господарювання.

Таблиця 2

Позитивні характеристики основних підходів до побудови бізнес-моделей підприємств

Бізнес-моделі, що засновані на формуванні структури центрів відповідальності	Процесно-орієнтовані бізнес-моделі
<ul style="list-style-type: none"> ✓ створюють умови для ефективного досягнення системи цілей діяльності торговельної мережі; ✓ дозволяють чітко визначити керівників, відповідальних за виконання певних цільових завдань; ✓ сприяють розвитку самоконтролю керівників центрів відповідальності за результати їх діяльності; ✓ дозволяють організувати роботу торговельної мережі як єдиної економічної системи; ✓ дають можливість оцінювати діяльність торговельної мережі та всіх її структурних підрозділів на визначений момент часу; ✓ наближують центри прийняття управлінських рішень до їх безпосередніх виконавців; ✓ підвищують вмотивованість керівників центрів відповідальності; ✓ співробітники центру відповідальності в більшості випадків працюють як єдина команда тощо 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ сприяють підвищенню результативності основних процесів; ✓ підвищують прозорість виконання управлінських та допоміжних процесів; ✓ дозволяють встановлювати, як поетапно формуються витрати обігу, які заходи мають безпосередній вплив на них, а також які причини та якою мірою впливають на розмір понесених витрат; ✓ сприяють довгостроковому існуванню торговельної мережі на ринку, внаслідок урахування інтересів усіх зацікавлених осіб; ✓ дозволяють підвищити координованість діяльності та її функціональних частин у відповідь на зміни зовнішнього середовища; ✓ сприяють скороченню зайвих ланок у господарській діяльності; ✓ знижують ризики ведення бізнесу; ✓ підвищують ефективність прийняття управлінських рішень тощо

Результати функціонування служби контролінгу торговельної мережі оформлюються у вигляді звітів. Дослідженню особливостей складання звітності служб контролінгу суб'єктів мережевого торговельного бізнесу доцільно присвятити наступні роботи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ойхман Е. Г. Реинжиниринг бизнеса: Реинжиниринг организаций и информационные технологии / Е. Г. Ойхман, Э. В. Попов. — М. : Финансы и статистика, 1997. — 336 с.
2. Контроллинг : учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова ; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. — М. : Финансы и статистика, 2006. — 336 с.
3. Каверина О. Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры // О. Д. Каверина. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 352 с.
4. Стрекалова Н. Д. Концепция бизнес-модели: методология системного анализа [Электронный ресурс] / Н. Д. Стрекалова. — Режим доступа : ftp://lib.herzen.spb.ru/text/strekalova_92_95_105.pdf.
5. Исаев Р. Комплексная бизнес-модель коммерческого банка [Электронный ресурс] / Р. Исаев. — Режим доступа : http://www.businessstudio.ru/procedures/business/bank_complex/full/?print=1.
6. Шингарев П. В. Построение бизнес-модели корпорации, ориентированной на развитие [Электронный ресурс] / П. В. Шингарев. — Режим доступа : <http://quality.eur.ru/MATERIALY3/pmbk.htm>.
7. Контролинг : навч. посіб. / Г. О. Швидаренко, В. В. Лаврененко, О. Г. Дерев'яно, Л. М. Приходько. — К. : КНЕУ, 2008. — 264 с.
8. Габелев А. М. Управление деятельностью научно-производственного комплекса с использованием инструментов контроллинга : дис. на соискание научной степени канд. экон. наук : спец. 08.00.06 / Габелев Андрей Маркович. — Н. Новгород, 2004. — 286 с.
9. Бизнес модель. Финансовая структура холдинга [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://consulting.quorum.ru/index.php?page=965>.
10. Молвинский А. Построение финансовой структуры компании / А. Молвинский // Финансовый директор. — 2006. — № 2. — С. 26–30.
11. Кочнев А. Как построить финансовую структуру? [Электронный ресурс] / А. Кочнев. — Режим доступа : <http://www.intalev.com.ua/index.php?id=15422>.
12. Голов С. Ф. Управлінський облік : підручник / С. Ф. Голов. — К. : Лібра, 2003. — 704 с.
13. Ивашкевич В. Б. Бухгалтерский управленческий учет : учебник для вузов / В. Б. Ивашкевич. — М. : Юрист, 2006. — 460 с.
14. Нападовська Л. Оцінка діяльності центрів відповідальності і трансфертне ціноутворення: пропозиції та зарубіжний досвід / Л. Нападовська // Економіка, фінанси, право. — 2000. — № 1. — С. 8–10.
15. Яковлев Ю. П. Контролинг на базі інформаційних технологій : навч. посіб. / Ю. П. Яковлев. — К. : Кондор, 2008. — 400 с.

16. *Реинжиниринг* бизнес-процессов / [Абдикеев Н. М., Данько Т. П., Ильдеменов С. В., Киселев А. Д.]. — М. : Изд-во Ексмо, 2005. — 592 с.
17. *Ованесов А.* Принципы выделения бизнес-единиц / А. Ованесов // ЖУК. — 2007. — № 1 (68). — С. 6–10.
18. *Бримсон Д. А.* Стратегия реинжиниринга / Д. А. Бримсон // Менеджмент і менеджер. — 2007. — № 5. — С. 4–10.
19. *Мищенко В.* Роль та місце реінжинірингу в сучасному банку / В. Мищенко, Н. Слав'янська, О. Криклій // Банківська справа. — 2003. — № 3. — С. 3–9.
20. *Маслова И. В.* Исследование возможности проведения реинжиниринга бизнес-процессов в компаниях сотовой связи [Электронный ресурс] / И. В. Маслова. — Режим доступа : <http://www.sciteclibrary.ru>.
21. *Редченко К.* Маленькими шагами к большому успеху: кайзен-костинг [Электронный ресурс] / К. Редченко. — Режим доступа : <http://www.management.com.ua/finance/fin036.html>.
22. *Кайдзен* – концепция непрерывного совершенствования [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ktucons.ru/index.php?act=cont&cid=269>.
23. *Философия* и принципы "кайзен" [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://community.rosrabota.ru/post/4019/>.
24. *Исаев Р.* Комплексная бизнес-модель коммерческого банка [Электронный ресурс] / Р. Исаев. — Режим доступа : http://www.businessstudio.ru/procedures/business/bank_complex/full/?print=1.